

中国金叶周刊

GOLDLEAF WEEKLY

2013年5月8日 星期三 责编:袁志彬 编辑:周君 美编:张彤 校对:阳红

企业家日报

9

品牌战略展宏图

——小记红云红河集团重组五年的奋进足迹

■本报记者 王剑兰 王道海

2013年,红云红河烟草(集团)有限责任公司被评为“2012年度中国最具影响力企业”,引起极大的关注。而在极具权威性的世界品牌实验室公布的2012年《中国500最具价值品牌排行榜》上,红云红河集团核心价值品牌之一的“云烟”,以520.69亿元的品牌价值高居第30位,稳居烟草行业第一宝座;上海烟草“中华”品牌以466.81亿元的品牌价值列第33位,排名第二。红云红河集团另一核心价值品牌,与“红云”同为“中国驰名商标”、“中国名牌产品”的“红河”,以178.76亿元的品牌价值列第63位,排名第三。

这是红云红河集团“云烟”连续五次稳居烟草行业“状元”,“红河”连续三次位列“探花”。早在2008年,红云红河核心价值品牌“云烟”即以345.18亿元的身价成为世界品牌实验室各顶尖专家眼中中国烟草行业最具价值品牌,短短五年身价上升了近200亿;2010年,“云烟”兄弟品牌“红河”首次以113.98亿元进入排行榜,跻身烟草行业第三位,两年后“红河”的品牌价值增加65亿。

红云红河烟草集团成立于2008年11月,是中国烟草“深化改革、推动重组、走向联合、共同发展”向更高层次和更高水平迈出的重要一步,是深入实施国家局“大企业、大品牌、大市场”战略的产物。在此之前,红云集团作为中国烟草行业首家由工厂制向公司制转变的母子公司试点,被称为我国烟

草企业深刻变革的一个缩影,曾受到行业内以及新闻媒体的广泛关注。原来的红河烟草集团也在这一波改革浪潮中,获得不断的提升和发展。

随着市场经济的成熟和烟草行业改革的深化,红云集团和红河集团两大烟草国企携手合作,实现了更高层次的重组,在规模、产能、品牌结构、管理制度等方面得到更好的优化,开始了中国烟草走向世界顶级品牌的征程。使红云红河集团成为继奥驰亚集团、英美烟草、日本烟草、帝国烟草公司之后世界第五大烟草集团,具备与外烟强势企业一较长短的实力,对于我国烟草在世界级水平上的做大做强,有着不言而喻的重要意义。

烟草企业“做强”的核心及关键是打造品牌、提升品牌内涵和价值。红云红河集团成立后,肩负着中国烟草做大做强的使命,他们把“做精做大”品牌与商业“扶优扶强”品牌紧密结合,通过机构、职能的创新,实现扁平化授权机制下有效管控和高效灵活的统一,进一步提升快速响应市场能力,有效提升了集团的营销水平。五年来,红云红河集团对于“云烟”“红河”两大核心品牌

系列,确定实施做精做强做大“云烟”、做好做稳做实“红河”,以“云烟”为主,“红河”为辅的品牌战略,努力加强企业文化建设,提高产品品质、深挖品牌内涵。从而以清晰的定位和有力的措施,形成了优势互补的品牌格局。

“云烟”“红河”以原产地资源、原料体系、特色工艺赋予产品、品牌以丰富的文化内涵,在消费者中形成了鲜明的文化特征和坚实的价值基础。集团同时以积极承担社会责任,持续参与公益事业等,实现了品牌知名度、品牌美誉度、品牌忠诚度的提升。经过近年来在激烈竞争中的快速发展,红云红河已成为以烟草为主业,跨地区经营的大型企业集团,下辖昆明卷烟厂、红河卷烟厂、曲靖卷烟厂、会泽卷烟厂、新疆卷烟厂、乌兰浩特卷烟厂六个生产厂,并控股山西昆明烟草有限责任公司和内蒙古昆明卷烟有限责任公司。

红云红河集团坚持以品牌为根本,市场为导向,营销为龙头,技术为核心,原料为基础,制造为保障,努力打基础,练内功,抓管理,树形象,获得了又好又快的发展与进步。据《2010胡润品牌百强榜》显示,红云红河

集团“云烟”“红河”品牌双双入选。同时拥有两品牌入选百强榜的,只有红云红河集团一家。

“红云”“红河”两个品牌基本都覆盖了所有等级的卷烟。在精准的定位、完善的战略指引下,两品牌迅速扩大市场占有率。2009年,红云红河集团累计销售卷烟424万箱,实现销售收入456亿元,实现利税354亿元;2010年,集团利税突破400亿元;2011年,集团产销卷烟近500万箱,实现利税突破500亿元。2012年,红云红河集团生产卷烟516万箱,实现利税587亿元,位列中国企业500强第160位,云南百强企业第2位。

正是由于在市场占有率、影响力、用户满意度、品牌美誉度、社会责任、企业文化等方面的综合优势,在第八届中国企业竞争力年会上,红云红河获得了“中国烟草行业最具竞争力品牌”荣誉。如今,红云红河集团正在为所确定的“5118”十二五品牌发展目标,即到2015年云烟品牌规模达到500万箱、红河品牌规模达到100万箱、云烟和红河商业销售收入达到1800亿元目标而奋斗。

品牌是世界交流的语言,也是国家的名片,中国产品要从“中国制造”向“中国创造”转变,成为世界级的品牌,还有一段较长的路要走。红云红河集团的大力度崛起,让我们看到了一个烟草企业在做大做强道路上的不懈努力,也让我们对这个中国民族品牌能早日屹立于世界强手之林充满信心。

徐州卷烟厂：“百宝箱”现身机台

■张文月

“这就是咱机台的‘百宝箱’啊!车间想的可真周到!”

“是啊,别的家长去接孩子都拎着一袋零食,我下班去接孩子却是拎着一包‘铁疙瘩’(维修组组实行一人一包,为避免混淆和易于管理,维修工下班时一般将工具箱随身携带离车间)。这下好了,有了这工具箱,我们维修人员轻松多了!”

……

4月9日,多功能专用工具箱“落户”车间机台,江苏中烟工业有限责任公司徐州卷烟厂卷包车间一线职工反响强烈。

一个工具箱怎会在职工中引起轰动?听听卷包车间维修班王师傅的苦恼就知道原因了。

“调节这个热封转塔要用32号扳手,小谢,你帮我去维修室拿,我先检查齿形带。”4月2日,王师傅正在修理一台高速机设备,急需32号扳手,“这是我工具箱的钥匙,打开左边的门,扳手就在第二层抽屉的绿盒子里。”

王师傅话音未落,操作工谢晓晓转身就往维修室疾步走去。7分钟后,气喘吁吁

的谢晓晓空着手回来了:“王师傅,没找到,几个抽屉都找遍了。”王师傅蹙了下眉头,似乎在努力回忆着什么,突然他放下手中的螺丝刀,一溜儿小跑奔向维修室。时间又过去5分钟,王师傅拿着32号扳手回到设备前。

“唉,岁月不饶人啊!年纪大了,记性也不好了,昨天把扳手误放在备件柜里了,难怪小谢找不到,来来回回就耽误了十几分钟!”王师傅感叹道。

王师傅一句隐隐自责的话恰好被路过的车间设备主任翁玉锋听到了。他了解了缘由后,安慰道:“老王,谁都有忙的时候,真正耽误时间的根源在于工具箱摆放不科学。如果机台附近就有,这找工具的时间不就省了嘛。”

听翁玉锋这么一说,谢晓晓也倒起了苦水:“是啊主任,这样的情况还不少呢,很浪费时间,要是每个机台都有一套工具,我们就不用这么麻烦了!”

从机台到维修室有一段距离,突发性翻找工具多有不便,如果各机台都设立一个工具箱,随用随取,就无需在机台和维修室之间疲于奔走了。为此,翁玉锋设计了调查问卷,分发到高速机各班组、机台,对不

同机型所需要的工具进行汇总。

这不,没过几天,卷包车间每个机台都出现了一个崭新的多功能工具箱,手电筒、整套内六角、多型号扳手、钳子、螺丝刀、美工刀等常用工具一应俱全。看似不起眼的细节关怀,有力提升了设备有效作业率,受到一线操作人员和维修人员的普遍好评。

卷包车间善于换位思考,细节关怀无微不至,这样的案例还有不少。前一阵子,他们在门卫室设立了便民伞取用处,方便雨雪天气时职工外出;开通“民主信箱”,将每周五定为“书记接待日”,职工有烦心事,或者对工作有看法,都可以找领导聊聊……

古人讲,为政之道在于安民,安民之要在乎察其疾苦。长期以来,徐州卷烟厂始终注重细节关怀,把对职工的关爱之情、关怀之意融入基础管理工作中,将职工意见和建议纳入工作视野、列为职责所系,视为使命所在,积极为他们排忧解难,提供尽可能的便利服务。

做事舒心,工作惬意,广大一线职工的工作积极性被充分调动起来,卖力干活的多了,偷懒度日的少了,大家你追我赶、争创先进的氛围更浓了。

湖南中烟 立足价值导向 扩大品牌竞争优势

从刚刚召开的湖南中烟工作会议及营销工作会议获悉,公司将采取有效措施,立足价值导向,推进营销创新,进一步扩大品牌竞争优势。

2012年,湖南中烟公司主导品牌在激烈竞争中持续做大。“芙蓉王”实现商业销量135.76万箱,同比增加25.06万箱,销售收入762.21亿元,同比增加130.82亿元,继续保持全国一类烟市场份额领先。“白沙”实现商业销量304.43万箱,单箱收入1.73万元,同比增加1161元,结构提升速度继续位居行业知名品牌前列,其中:三类以上白沙销售172.54万箱,同比增加21.3万箱,“和天下”销售1.9万箱,同比翻了一番。与此同时,巴拿马合作项目建成投产,国际化发展战略迈出新步伐。但自行业提出“卷烟上水平”,确定“532、461”战略目标以来,各工业企业掀起新一轮的品牌竞赛,市场竞争更加白热化。而分析公司品牌、市场发展现状,正面临着价值提升与规模扩张的双重压力、强势品牌分割与区域品牌崛起的的双重挑战、基础市场发展放缓与新兴市场根基不牢的潜在影响、主导规格策略创新与新品消费培育的双重任务。

为此,公司要求全系统突出结构提升主线,完善品牌梯次结构;实施创新驱动战略,深入挖掘和提炼“芙蓉王”品牌“自然烟香”、“白沙”品牌“复合香韵”的核心风格特征,扩大品牌竞争优势;破解烟叶原料瓶颈,以订单农业为抓手,以优质原料保障为重点,努力增加烟叶原料有效供给。同时,准确把握增量与结构的协调推进矛盾,突出结构优先,不断优化品牌发展的战术路径;准确把握老品牌创新与新品开发的关系,突出品牌系统规划,科学优化品牌体系的发展链条;准确把握主力与潜力市场协同发展关系,突出县级市场培育,精细优化支撑市场的总体布局;准确把握坚持与创新同步推进的关系,突出营销手段创新,不断优化两大品牌的核心价值;准确把握资源配套与市场拓展的关系,突出资源杠杆作用,持续优化品牌成长的生态环境。

为保障品牌发展,公司还将进一步提升严格规范水平,在确保规范运作的前提下提高运转效率;做强相关配套产业,加快现代物流建设,推进仓储业务整合;激发人力资源活力,完善绩效考核指标体系,促进优秀人才脱颖而出。(湖烟办)

江西中烟

深入贯彻落实《烟草企业采购管理规定》

为进一步加强采购活动管理,全面贯彻落实《烟草企业采购管理规定》(以下简称《管理规定》)要求,努力实现“应招尽招、真招实招”,近日,江西中烟工业有限责任公司专门制定了贯彻落实《管理规定》的实施方案。

实施方案提出,要重点围绕“七个落实”,深入贯彻落实好《管理规定》精神:一

是要狠抓教育培训落实;二是要狠抓配套制度落实;三是要狠抓采购目录落实;四是要狠抓机构规则落实;五是要狠抓决策机构作用落实;六是要狠抓“两项工作”结合落实;七是要狠抓监督机制落实。

实施方案强调,围绕“七个落实”的要求,一是要从学习培训入手,认真组织《管理规定》的传达学习和采购管理相关制度的培

训;二是要以完善制度体系为着力点,做好公司采购管理配套制度的完善和流程的细化工作;三是要狠抓贯彻落实,加强机构建设,强化办事公开,深入开展自查整改工作。

实施方案还对具体工作要求进行了细化,要求要高度重视,明确责任,加强配合,真抓实干,确保贯彻落实《管理规定》工作真正取得实效。(李兆唐)

河南中烟:着力创新驱动 为实现中原梦增光添彩

近日,河南中烟工业有限责任公司召开2013年度科学技术委员会会议,强调要着力创新驱动,加快企业发展,为实现伟大的中原梦增光添彩。

公司科技委成立一年来,各位委员站位全局,融入大局,充分发挥决策咨询评审职能,在创新体系建设、科研立项把关、产品研发、技术进步、人才培养等方面做了大量卓有成效的工作,促使河南中烟形成了科研创新的有效机制和良好平台,形成了“1451”的科

技创新支撑体系,强化了技术中心的创新主体作用,开发了一系列新产品,取得了一系列新成果,有力支撑了“黄金叶”品牌中原突破战略的实施。

会议强调,科技委成员要发挥科研领军作用,强化责任,勇于担当,着力创新驱动,加快企业发展,为实现伟大的中原梦增光添彩。一是强化履职,着力提升科技管理决策水平。要科学履职,建立专业学组,完善运行机制,积极建言献策,凝聚科研创新合力,形成项目

课题内外有效互动、科研质量不断提升的良好局面。二是紧跟前沿,着力提升技术创新水平。要把握科研发展趋势,有所为有所不为,选准科研课题,用足用活政策支持,积极推动申报省级科技项目和申请省级成果鉴定。三是突出实践,着力提升技术保障能力。要立足实践,强化成果应用,加强产学研深度合作,着力提升技术保障能力,服务产品研发,突出研究应用,重视质量安全,打造企业技术领先优势。四是深化交流,着力提升队伍建设水

上海烟草推进 创新转型发展 打造升级版“中华”

近日,上海市局、集团在中华会场召开2013年科技工作大会,总结回顾2012年集团技术创新取得的丰硕成果,部署2013年科技工作重点。会议还传达了国家局经济运行分析会精神,并就贯彻落实会议精神提出了要求。

局、集团公司党组书记、局长、董事长、总经理施超在会上指出,要持续推动集团创新转型发展,打造“中华”品牌升级版。

一要提升“中华”品牌的核心竞争力。品牌核心竞争力的提升是品牌发展的最终标志。要紧紧围绕“中华”品牌“五个最”内涵,即“最高的品牌价值与高档烟市场份额、最佳的品牌技术与质量、最突出的品牌风格、最好的市场美誉度、最广博深厚的品牌文化”,形成一套适合“中华”品牌未来发展的核心指标体系。

二要发挥好集团内部各方面的支撑作用。首先是科技的支撑作用,即通过新型烟草制品的研制,紧跟国际烟草高端技术潮流,引领国内市场;通过降焦减害技术、“中华”薄片技术、自主调香技术以及创意设计的研究与突破,占领行业科技制高点。

其次是市场和管理的支撑作用,要充分总结精准营销的经验成果,加快对“驱动营销”和“精益制造”的课题研究,形成“两精一驱动”的发展方式,支撑“中华”品牌的后续发展。

第三是人才的支撑作用,集团核心竞争力的提升,需要人才,我们要用更为开阔的思路,在更为广阔的范围培育和引进人才。要推进企业内部机制体制的创新。构建适应集团品牌发展的管理机制。通过浦东科技园区的建设,加快集团技术创新体系,发挥高端技术集散地和高端产品孵化器的功能,支撑集团品牌的后续发展。

第四是品牌规模的支撑。品牌规模是品牌发展的一个重要指标,“十二五”期间,要力争实现“中华”品牌销量倍增目标,强化品牌的市场地位。

会议号召广大科技人员要聚焦品牌发展,突破关键技术,出色完成重大技术专项和技术改造工程,持续推动集团创新转型发展,努力打造“中华”品牌升级版。(尚文)

广东中烟“五结合” 扎实开展 “改进作风年”活动

根据《国家烟草专卖局关于在全行业开展“改进作风年”活动的通知》要求,日前,广东中烟工业有限责任公司党组制订2013年开展“改进作风年”活动实施方案,动员和激励广大干部职工以满腔热情、富有激情、充满智慧、奋力创新的良好精神状态投入工作、勤勉履职。

为开展“改进作风年”活动,广东中烟成立了以党组书记、总经理李根基任组长的活动领导小组。活动领导小组办公室设在公司思想政治工作部,办公室主任由思想政治工作部部长担任。各中心、各卷烟厂成立相应的组织机构,由“一把手”负总责,分管领导具体抓,落实部门、落实人员,确保教育活动取得明显实效。

广东中烟开展“改进作风年”活动,将紧密结合行业和广东中烟当前改革发展的实际,牢固树立“抓作风就是抓发展”的理念,以各级领导干部带头遵守中央“八项规定”,切实改进文风会风,切实改进调查研究作风,切实改进民主作风,切实改进学风为重点,着力整治“庸懒散奢”,着力查找在作风方面存在的妨碍企业发展、影响发展环境的突出问题,实现广大干部职工的责任意识进一步增强,纪律意识进一步提升,履职能力进一步加强,工作效能进一步提高,工作作风进一步改进,群众满意度明显提高。

广东中烟“改进作风年”的各项工作做到“五个结合”:工作的开展要与今年将要开展的群众路线教育实践活动相结合;与深入开展“235”教育实践活动相结合;与建设更加规范、更富效率的中国烟草相结合;与全面建小康社会多做突出贡献相结合;与各级领导干部率先垂范、带头改进作风相结合。广东中烟通过开展“改进作风年”活动,努力实现“强意识、提能力、增效率、正风气、顺民心”五项目标。(广烟办)

河南中烟:着力创新驱动 为实现中原梦增光添彩

要以项目带动为载体,以人才建设为根本,深化学术交流,健全人才培育机制,不断提升人才队伍的科研创新能力,打造一批高水平创新团队。会议总结了2012年科技委的工作,安排部署了2013年的重点工作。一是突出项目带动,抓成果支撑;二是突出成果转化,抓实际应用;三是突出成果质量,抓创新提升;四是突出平台对接,抓机制保障。(何宣)