

玉溪卷烟厂:卷烟工厂标准化建设的领跑者

■ 周星余 罗金波

今年年初,国家局“卷烟工厂标准化建设”专题成果交流会议在玉溪圆满落幕。专题由红塔集团玉溪卷烟厂牵头,集结了南京、蚌埠、滕州、驻马店、延安、延吉共七家卷烟厂共同参与,历时一年多的时间,在渐进式地探索标准化管理实践的路上,一路领跑,结出累累硕果。

七家成员单位是卷烟工厂标准化建设的探路者。而今,通过一系列的横向交流、纵向推进和成果转化运用,一路走来,更成为行业轨物范世的先驱者和厚积薄发的建树者。

起点

说起点,是更高的起点。2011年3月,国家局关于“以专题为载体,推进‘优秀卷烟工厂’创建活动”的发文,是对行业“优秀卷烟工厂”创建活动的再深化和再部署。回顾历年开展标准化建设取得的成绩,垂青于国家局的肯定和认可,作为承接国家局九大专题之一的“标准化建设”项目的实施单位,玉溪卷烟厂协同其他6家工厂,除了总结过去标准化建设的成就外,更是代表行业卷烟工厂对标准化建设作进一步的再探索和再实践。专题组成立以各厂厂长为领导的小组和各厂分管厂领导、企

管部门为推进办公室的专题研究工作机构,紧紧围绕工厂切身诉求,在“简化、统一、协调、优化”的标准化原理引领下,统一思想、系统调研、充分论证、准确定位,全面启动专题研究工作,从一个更高的起点出发。专题组站在长期来对工厂标准化建设实践深厚的积累与积淀基础上,以更加独具的视觉和广袤的思维赋予了标准化全新命题,围绕工厂标准化建设之体系构建、运用方法、评价改进三部分展开研究。

里程

专题组在国家标准化系列标准和行业YC/T177等标准要求框架下,结合职能调整后卷烟工厂的基本诉求,逐步形成《烟草行业卷烟工厂标准化建设规范》专题三部分成果的同时,还实现了把方法研究与试点运用两者进行巧妙渗透、有机结合和同步推进。有条不紊地把体系构建、SOPS方法运用以及评价改进要求均运用到工厂实际经营中,在体系的改善提升方面、生产和业务的过程开发规范方面、为管理成熟度提出适宜的改进空间和机会方面,且种暮成,收效显著。《规范》的形成在很大程度上成为了行业卷烟工厂标准化建设统一化之的“白皮书”。特别是作为支撑工厂标准体系落地执行的最有效载体,专题组将体系运用方法研究成果总结为《烟草企业SOPS

构建规范》,并积极申报行业标准立项。三个部分的成果取得,是将整个标准化建设、工厂运营各个过程、岗位管理运作的细枝末节全面体系化,具备行业的规范性、专业性和指导性。

举目回望,标准化建设工作的开展如火如荼,使工厂的生产组织、内部管理、过程控制都在发展、循环、律动的流程血脉里运行,源源不断地供给养分。特别是作为专题牵头单位的玉溪卷烟厂,汇聚了厂内各部门各人员的协作力和执行力,每一次的集中研讨和开发,都热烈碰撞出智慧与创新的火花。在这过程中,玉溪卷烟厂更是充分发挥着组织协调作用,带领成员单位在行业标准化建设的路上独树一帜。先后完成了技术、管理、工作三类标准各12、16、15个门类近400余项标准要求的整理和成果的丰富;协同工厂各标准归口部门共同完成192项厂级管理标准、210项部门级管理标准、503项工作标准和16项技术标准的年度评审工作,形成了新的标准制修订计划,并系统组织实施,顺利通过了“AAAA标准化良好行为企业”复审自评。在SOPS的研究和运用中,开发覆盖全面,运作持续有效,共形成操作类SOPS成果290余项,已制作成看板并投入现场运用,形成业务类SOPS成果270余项,已印刷成册在全厂进行广泛使用。玉溪卷烟厂将把成果与信

息化进行高度融合,从而有效提升流程运营效率。在评价改进的研究实践方面,玉烟共梳理和评审了63项评价内容和318项评价要求,结合关键控制重点,对500分评价分值进行了系统划分。随着标准化建设工作的深入推进,玉溪卷烟厂在行业评比中,获得2009—2011年度“优秀卷烟工厂标兵单位”称号的殊荣,并于2012年通过了国家安全生产标准化一级达标评审。

“优秀卷烟工厂”创建活动的开展,带动了玉溪卷烟厂协同专题组成员单位通过标准化的持续建设这一历史性平台,以卓越的敏锐度和实践能力在努力为行业卷烟工厂“度身定制”一身规整得当、独到上乘的靓衣。

超越

标准化建设工作从出发开始,专题组在“建设更加规范、更富效率的中国烟草”的目标引领下,齐心协力,携手并进,沿着这条一如既往的道路,不断开拓,持续前行。

下一步,专题组成员单位将根据国家局的统一安排和部署,重点围绕“优秀卷烟工厂”创建活动的有关要求,认真开展专题“回头看”活动,持续深化和丰富专题成果,扎扎实实做好专题后续成果转化和推广运用工作,把“管理创一流”活动进一步引向深入。

江西中烟:夯实信息化管理构建“数字卷烟工业”

近日,江西中烟工业有限责任公司在南昌召开2013年信息化工作会议,全面贯彻落实行业信息化工作会议与公司工作会议提出的目标要求。

在过去的一年里,公司信息化工作在国家烟草专卖局和公司党组的正确领导下,紧紧围绕加快“金圣”品牌发展、推进赣州烟厂技改等中心工作,按照“统一性、系统性、规范性、安全性”原则,扎实推进了信息化规划、数字化工厂建设、赣州烟厂技改信息化、重点项目建设等工作,有效提升了信息化管理水平,较好地支撑了企业发展。

公司提出,要深刻理解国家局在新形势下对行业信息化工作提出的更高要求,关键要从三个方面来认识:一是支撑行业发展对信息化工作提出了更高要求。尽管江西中烟的信息化工作离“两化融合”尚有较大差距,但经过这些年的努力,信息化已基本覆盖了生产、财务、供应、营销、人事、办公等主营业务,业务运营对信息化的依赖程度日益凸显,业务决策对信息化的价值期望日益增高。二是推动“更加规范”对信息化工作提出了更高要求。信息化系统由于其痕迹化、流程化、固定化的特点,在保障规范方面发挥着越来越重要的、不可替代的作用。推动“更

加规范”的另一个要义,就是要保障信息安全。三是保障“更富效率”对信息化工作提出了更高要求。保障更富效率,体现在应用提升、业务协同、数据对接上,最终体现在信息系统的集成整合上,通过信息化的系统整合提高工作效率。

会议强调,2013年的信息化工作思路是认真落实“深度融合、系统整合、有机结合”的工作要求,以赣州烟厂技改竣工、公司总部及“四中心”大楼项目建设为契机,狠抓信息化规划落地,加快数字化工厂建设步伐,扎实推进信息系统建设和集成整合工作,夯实信息化管理基础,加强信息化队伍建设,切实提升服务保障水平,为构建“数字江西卷烟工业”提供有力支撑。

2013年江西中烟信息化工作要重点抓好五个方面:一是切实抓好信息化规划落地工作;二是全力推动数字化工厂建设进程;三是积极开展信息化集成整合工作;四是扎实做好信息系统建设工作;五是着力提升信息化管理水平。

其间,公司还邀请江西财经大学、南昌航空大学的有关专家分别围绕“商务智能”、“物联网”两个主题举办了相关培训。

(张昊)



滁州卷烟厂投资新建能源管控中心

日前,安徽中烟工业有限责任公司滁州卷烟厂职工在能源管控中心大屏幕前利用中央空调能效管理系统分析设备运转情况。

去年年底,滁州卷烟厂投资新建能源管控中心。该中心通过运用信息化自控技术,实现对用能设备的运行监视、状态控制、参数优化、故障报警以及能耗数据采集分析等远程控制管理。经测算,年节约资金百万元。

李海胜 摄影报道

许昌卷烟厂:“贴心”服务紧贴职工心窝

“咦?这是个啥箱子?”

“是‘贴心’药箱!车间专门给配的,里面都是常用药,遇到特殊情况能救急呢!”

近日,河南中烟工业有限责任公司许昌卷烟厂动力车间把小药箱送到了各个班组、各个工段,受到了一线职工的好评。药箱中配备了止痛、止泻、止血等十几种常用药品。职工在工作时若出现划伤、碰伤、扭伤或肠胃不适、发热中暑等紧急情况,可免费取用。

前不久,动力车间党支部书记孙琳到电力工段参加班组活动,发现职工吴建华一个劲儿地往外跑。原来,吴建华闹肚子了。当时孙琳就想:“如果给每个工段都备点常用药,不就可以及时解决吗?”

于是,小药箱就在全车间推广开来。车间每个班组安排专人负责定期检查药品的消耗情况,及时补充,并根据季节变化更新药品。

许昌卷烟厂动力车间在“改进作风年”活动中,从服务职工入手,深入了解一线职工工作情况,开展“贴心”服务,努力为职工办实事。

除了配备小药箱,许昌卷烟厂动力车间还着力提升职工队伍素质,定期开展为不同知识层次职工量身准备的特殊培训。他们把车间几个“技术高手”组织起来,将废旧的阀门、管道“解剖”,制作机械设备展示台,帮助新人对照学习。“贴心”服务紧贴职工心,有效调动起了职工学习、工作积极性。

(岳付月)

贵阳卷烟厂班组建设工作全面启动

近日,贵州中烟工业有限责任公司贵阳卷烟厂在全厂范围内启动班组建设工作,此举标志着该厂为探索精益化班组管理,实现班组建设五星级达标迈出了实质步伐。

班组建设旨在进一步推进规范化、标准化进程,充分发挥班组作用,以全面提升工厂基础管理水平。为确保班组建设工作成效,该厂成立班组建设领导小组及工作办公室,明确职责分工,并制定详细的工作方案。该项工作分为:宣传动员和公开自评、责任部门整改、组织实施、工厂评价和再次完善、考核评比和国家局评价五个阶段,包括:班组基础设施建设、班组组织建设和班组长队伍建设等十个方面的内容。班组建设的开展将形成一套较为系统的管理模式,搭建起工厂班组建设管理体系,通过提升班组长素质、基础管理水平、职工技能水平和职工道德素养,以确保工厂班组建设星级评价五星级达标。

目前,该厂各责任部门正按照《工作计划进度表》的要求,对本部门责任项目进行梳理和自评。

(黄宣)

柳州卷烟厂多措并举积极应对夏季能耗高峰

随着炎炎夏日的到来,广西中烟柳州卷烟厂即将迎来能源供给高峰。为保障全厂生产能源的供给稳定,该厂动力车间坚持从实际出发,大处着眼、小处着手,多措并举积极应对夏季能耗高峰。

一是利用技改停产期间,对动力设备进行全面检修、保养。该车间对锅炉、制冷机、空压机等特种设备及其安全附件进行维护保养;全面检修车间的输气管道,对平时未能停机润滑的设备统一实施润滑工作;检查高压电缆分接箱,紧固分接头连接螺丝,检修高、低压变配电设备,对光伏太阳能发电设备进行保养等,从源头减少“内耗”。

二是持续开展改善、创新活动。员工积极参与TnPM改善活动中,仅一季度,该车间提出的改善提案达461条,员工参与率100%,改善产生的有形效益达55.7万元。针对新滤嘴棒车间温、湿度达不到广东中烟和浙江中烟温、湿度工艺要求,车间成立攻关小组,通过技术创新项目《新建滤嘴棒生产区域空调温湿度控制系统改造》引进气水混合加湿技术,提升新滤嘴棒车间温、湿度保障水平。创新项目的实施,既满足生产区域温湿度控制的要求又节约了能源消耗。

三是广泛宣传,增强员工的节能节约意识。号召员工从节约一张纸、一度电、一滴水等身边的小事做起,加深对建设节约型企业重要意义的认识,增强员工的自我节约意识,营造“事事讲节约、处处讲节约、时时讲节约”的良好氛围。

四是提升主动服务意识,实现能源利用最大化。能管中心加大空调输送供应实时监控、分析力度,与制丝、卷包车间生产实际紧密结合、主动沟通,再对制冷空调设备进行合理调配、合理用能;锅炉班组在原煤使用过程中,加大了原煤掺兑调配比例,加强蒸汽回收利用,在满足生产正常运行的前提下,强化标准操作与工艺参数的优化,降低能源消耗,提高燃煤的燃烧效率;配电班组加强设备点检保养频率,及时维护、更换高耗能设备、使用变频节能设备来减少电能输送过程中的损失。

(李文才)



■ 赵芳

市场营销是培育品牌的重要环节,是品牌实现价值的关键。国产雪茄产业发展要破题,发挥市场营销的“驱动”作用非常关键。

“必须探索符合雪茄特点的营销和传播模式”——川渝中烟工业有限责任公司组建之后,川渝雪茄进入了高速发展阶段,特别是高端手工雪茄呈现销售总量、产品结构“双升”的良好态势,与企业加大对雪茄生产、营销的投入和探索力度密不可分。

川渝中烟营销中心不仅在中心内部专门设立雪茄烟部,从2006年起,还针对雪茄产品积极开展个性化营销探索,传播雪茄文化,引导雪茄消费。

雪茄培训:传播雪茄文化

中国雪茄烟市场处于启蒙阶段,雪茄文化和消费环境还不成熟,川渝中烟通过雪茄知识培训,让各渠道人员了解雪茄产品的特点、抽吸方法和雪茄文化,为雪茄销售储备更多的专业知识,促进雪茄市场进一步发展。

针对不同对象,雪茄知识培训的内容侧重点也有所不同。如针对公司内部营销人员,培训重点则是雪茄产品、雪茄营销及雪茄基础知识,以增强对客户服务的水平;针对零售客户,培训重点则是雪茄产品、储存养护和销售技巧,增强其对雪茄产品经营的信心;针对消费者,培训重点则是雪茄品牌、品鉴方式和文化内涵,增强其对雪茄消费的兴趣。

产品定制:量身定做雪茄

定制轿车、定制衣服、定制红酒……对于诸如此类的高端定制,我们已经习以为常。雪茄也一样,在国外,很多领导人、社会名流、达官显贵也都选择雪茄定制服务。

“长城”雪茄定制服务,也是川渝雪茄为高端客户和集团客户推出的一项富有特色的个性化服务。

在定制方式上,分为针对个体客户的包装个性化定制、针对集团客户和经销商级客户的产品定制两类。针对个体客户的包装个性化定制的形式是在包装盒上印制客户需要的个性化信息(如文字、图

案),烟支上增加一款副标印制客户需要的个性化信息(如文字、图案),为客户提供非销售类的礼品盒包装。而针对集团客户和经销商级客户的产品定制,“长城”雪茄可以提供从产品设计到包装设计的全过程定制服务,为其量身定做所需的雪茄产品,充分满足客户的个性化需求。

体验营销:感受雪茄魅力

“长城”雪茄品鉴会是近年来川渝雪茄探索形成的一套较为成熟的雪茄体验营销模式,主要针对商业企业和高端消费群体开展,系统传播川渝雪茄的品牌和文化。

在重点市场开展丰富多彩、形式多样的主题活动,比如以雪茄主题沙龙、雪茄文化巡展、新品品鉴会等形式邀请社会各界精英人士共聚,在雪茄消费集中的场所以直观、生动、有趣的方式普及雪茄知识,传播雪茄文化,提升雪茄品牌自身的知名度和美誉度。

另外,植入式品鉴是近年来培育高端消费群体运用较多、且较为经济的体验营销方式,以“搭车”的方式,参与银行、会所、楼盘、汽车、高尔夫、通讯、酒业等行业开展的高端客户联谊会,潜移默化提升“长城”雪茄品牌的影响力,同时雪茄作为高端消费品,也可提升对方开展客户联谊活动的档次。

终端建设:营造雪茄氛围

有效、醒目的产品陈列是吸引消费者关注和促进产品销售的重点因素,雪茄产品也不例外。“长城”雪茄在终端陈列上,就十分注重分区陈列、烟支搭配、工具搭配和后期维护。

“长城”雪茄营销部门建立雪茄爱好者档案资料,定期或不定期邮寄宣传资料、杂志、雪茄用具及评吸烟,逐步培育消费群体,建立企业与消费者沟通的桥梁。

凡此种种,都是川渝中烟对雪茄营销模式的探索和尝试,而这些努力也逐渐释放出了效果。近年来,雪茄产销总量、收入税利、结构水平和市场份额稳居国产雪茄龙头。通过市场运作,川渝雪茄不仅在数量上大幅提升,而且在一定区域里实现了规模效应,为雪茄进一步发展打下坚实的基础。