

谈光照强度对烟叶品质的影响

■ 徐斌

烟草是喜光作物,光照是烟草进行光合作用合成糖类和其他内含物的必需因子,不适宜的光照条件将会影响到烟叶内物质的合成与转化,因此它是烟草产量和品质形成的物质基础。烟草生产的产量高低、品质好坏与光照强度有很大的关系,烟草生长要求阳光充足而不强烈。光强对形成烟叶品质的叶片物理性状、内在化学成分和营养元素等各因素均有不同程度影响。

光强对烟草叶片外观性状的影响

光强对烟叶生长发育的影响非常明显。光照不足,干物质积累也相应减慢,叶片大而薄,内在品质差;光照太强,使烟叶的组织结构发生变化,烟叶叶片变厚,主脉粗,形成粗筋暴叶,品质也差。单叶重,叶质重,叶片厚度受光照强度影响较大。研究表明,弱光胁迫增加了株高、节距和叶面积,降低了干物质积累、根冠比和干鲜比。增加了叶片平衡含水率和含梗率,降低了叶片的单叶重、叶片厚度、叶质重和叶片密度。而成熟期的光照对烟叶显得尤为重要。随着成熟期光照强度的降低后烟叶单叶重、厚度、叶质重降低,叶片含梗率增加。所以,生产上优质烤烟生长要求阳光充足而不强烈。

对烟叶内糖和氮含量的影响

糖和淀粉含量是影响烟叶质量,尤其是香气吸味的重要因素之一。烟叶中淀粉较多时,影响烟叶燃烧速度、燃烧的完全性和香吸味,从而影响烟叶内在质量。还原糖影响香吸味,最适含量为15%。光照对烟株的新陈代谢有较大影响,在光饱和点以下,光照强度减弱,烟叶光合作用减弱,烤烟叶片中淀粉、还原糖、水溶性总糖随光强减弱而降低,总氮随光强的减弱而增加。烤烟成熟期的光照强度对烤后的烟叶糖、氮含量影响也较大。随着成熟期光照强度的降低,烤后烟叶的总糖和还原糖含量降低,总氮和烟碱含量升高;但烤后烟中性香气物质则总量随光强减弱而明显增加,当光强减弱到一定程度,香气物质也开始减少。也有试验表



明,弱光胁迫增加了叶片总氮和烟碱含量,降低了总糖和还原糖含量。每个生育期弱光胁迫对烟草的生长和品质都会有很大影响。而且在生育中后期弱光胁迫的影响要比在生育前期的影响要大,弱光胁迫程度越大影响越大。

对烟叶烟碱含量的影响

烟碱含量与抽吸劲度成正比,烟叶中烟碱含量过高,吃味辛辣;过低则吃味平淡。一般认为,优质烟的烟碱含量应在1.5%~3.5%。光照强度对烟株的生长发育和根、茎、叶的形成有重要作用,对烟叶中烟碱的形成也有重要影响。烤烟烟叶中烟碱的含量随光强的变化而变化明显,成熟期的光强对烤后烟叶的烟碱含量影响较大,烤烟不同生育期的弱光胁迫均能增加叶片中烟碱的含量。对白肋烟的研究表明,种植白肋烟的理想光照条件为光照强度较高但不强烈。如果白肋烟生长的生态条件中光照强度太低不能满足光合作用的需要,形成的碳水化合物多数被呼吸消耗,所产烟叶品质较差,烟碱含量高。农业生产中种植密度过大,削弱了下

部叶接受的光强,也会增加烟碱的含量。

对烟叶质体色素的影响

烟草质体色素主要包括叶绿素和类胡萝卜素(胡萝卜素和叶黄素),叶绿素作为光合色素,其含量多少直接影响到烟草的碳氮代谢,对烟叶品质形成具有重要作用。烟叶中的类胡萝卜素含量与烟叶外观质量与其含量直接相关,另一方面它是烟草香气成分的重要前体物质。质体色素是影响烟叶品质的重要因素。随着成熟期光照强度的降低,烟叶中叶黄素含量、β-胡萝卜素含量和类胡萝卜素总量都是明显增加;叶片叶绿素含量,尤其是叶绿素b含量上升;而且叶绿素/胡萝卜素值和叶绿素a/b值的下降;下降幅度品种而存在差异。可见,充足的光照条件是烟叶的碳氮代谢的必须条件,对烟草的内在品质也很重要的影响。

对烟叶中营养元素的影响

烟叶中各种营养元素的含量对品质和安

全性也有很大的影响。例如镁、钾含量就影响烟叶的燃烧性。烟叶中钾、钙、镁、氯、铜、锌、铁含量随光照强度的降低而增加,但是各元素变化差异程度不一。而烟叶中镁、磷含量变化与光强的影响不显著。烟叶中的营养元素与化学成分间有一定的相关关系,分析表明,钾、钙与淀粉、还原糖、总糖、钾/氯、还原糖/烟碱呈极显著负相关关系。磷与烟碱呈负相关,与其他化学成分呈正相关,但都不显著。氮与淀粉、还原糖、总糖、钾/氯成负相关,达到显著水平。铁与总糖成正相关,与其他化学成分呈负相关。镁、氯、铜、锌、锰与化学成分都呈负相关关系。

对多酚类物质的影响

多酚化合物在烟草的生长发育、调制特性、烟叶色泽、烟气香吃味和烟气生理强度等方面起着重要作用,是衡量烟草品质的一个重要因素。光照对烟株中多酚含量的影响十分明显。光照能诱导烟草体内酚类物质合成代谢水平的上升。同一烟草品种在大田和温室条件下培植,不论是在生长期还是在晾制期,温室里的烟叶中含有的总可溶性酚、绿原酸、芸香苷及多酚氧化酶活性都比大田中培植的烟株低。这是由于温室玻璃的存在使光照强度减弱并损失了紫外区的光线。

综上所述,光照强度尤其是成熟期的关照强度对烟叶的品质尤为重要。在大于或等于80%全光照(光照强度为 $770\text{--}1125\mu\text{mol/m}^2\text{s}$)条件下,烤烟的生长指标变化不大,品质指标符合不同卷烟工业需要,适合优质烟叶的生产。烟草在大田生长期要求日光充足而不十分强烈,过分强烈的光照,会引起烟叶日灼,叶尖、叶边出现褐色枯死斑。这对烟草的生长和优质烟的形成不利。反之,光照不足,烟株茎秆细弱,生长缓慢,抗病力弱,光合强度降低,干物质积累减少,叶片变薄,香气不足,油分较差,品质下降。成熟期间多云,时遮时亮,光照和煦的条件使叶片厚薄适中,调制后光质好,弹性强,叶片含糖量较高,烟碱含量适中,所形成的烟叶品质较好。由此也说明了各个优质烟叶产区烤烟成熟期的光照条件对烟叶特色风格形成的贡献率很大。

浅议全面推动县级局专卖管理能效升级

■ 王春梅

当前,“谋划三大课题、提升五个形象”的总体部署已全面出台,各地局都结合实际出思路,想办法,作为县级局要完成好这一目标,一定要全面推动专卖管理能效升级,重点抓好规范,维护好市场秩序,才能提高经济增长效益和运行质量。结合县局实际,笔者认为应抓好以下四个重点。

一是大力营造专卖法治氛围。牢固树立守土有责的责任意识,把维护烟草专卖制度责任和担当放在心上。要理直气壮地宣传专卖制度和专卖法律法规,充分借助“3·15”、“6·29”、“12·4”等宣传日,上街头、入社区,拓展宣传形式,加大宣传力度,形成社会上理解专卖制度、维护专卖制度的良好环境。要进一步加强法制建设,继续推进“六五”普法教育,完善行政执法责任制,规范执法行为,深入开展案卷评查评比、规范公正文明执法、依法监督管理等工作,不断提升依法行政、文明执法水平。

二是积极构建市场监管格局。一是统筹监管资源,全面实施市场监管“136”工作法,完善监管调度平台,健全联动、应急等机制,建立起覆盖广泛、反应迅速的网格化市场监管联动体系。二是进一步加强许可证管理,科学设置准入条件,制定出台合理布局规划,规范许可证管理。加强行政许可后续监管,改变重发放、轻管理的模式,解决好零售许可证转租、转借、退出等问题。三是加强以专项整治行动为重点的常态化市场监管,加大对非渠道真烟的监管,加大对运输渠道、仓储货场的管控,加大对省内外其他地区卷烟非法流入的打击力度,严厉打击涉烟违法经营行为,最大限度地减少对卷烟市场的冲击,切实维护良好的卷烟经营秩序。

三是要全力以赴打假破网。把破获网络案件作为专卖工作的突出重点。进一步强化案件经营意识,增强线索收集、情报分析能力,提高破网水平。要密切与公检法联合打假协作机制,拓宽协作领域,加强与物流储运管理部门和其他行政执法机关的合作,增强打假合力。市局将在人员、设备、经费等方面给予全力支持,努力在破获部督案件上取得新突破。

四是持续加大专卖内管。严格落实“制度完善、职责明确、监督到位、奖惩分明”的总要求,把治理卷烟非法流通作为专卖内管工作的重点,积极发挥信息化监管优势,加强对卷烟外流信息、卷烟经营信息、零售户经营变化信息的掌握和监管,开展重点抽查和全面检查,确保规范经营。做好非现场监管“信息采集”项目的推进工作,为专卖内管信息系统的优化升级提供有力支撑。同时要完善考核办法,对不规范经营行为实行“零容忍”,坚持“一案双查”,严格责任追究。

总之,只有全面加强专卖管理工作力度,抓好基础、打好基础,才能为实现全行业今年税利超万亿目标做出应有的贡献。

转职能建机制 加强工商协同

■ 李亚军

工商协同营销是烟草行业整体营销体系建设的重要一环,同时也是新阶段卷烟品牌培育以及网络建设的重要任务。如何准确把握工商协同营销的关键环节,全面提升行业工商协同营销工作水平,对行业发展具有重要意义,值得行业企业认真思考、积极探索和实践。笔者认为,工商企业应该重点在转变营销职能、建立长效机制两方面下功夫。

转变营销职能是关键举措

随着市场化取向改革的深入推进,行业的卷烟经营工作已逐渐从传统销售向现代营销转变。行业企业要主动适应这种变化,完善营销制度,明确营销职责,切实提升市场控制能力和市场反应能力。

要实现工作重点的转变。商业企业的营销重点工作要由关注企业自身销售指标更多地向突

出服务转变。要把服务作为中心任务和核心竞争力,打造服务品牌,通过服务零售客户、服务工业企业、服务消费者实现“成人达己”。工业企业的营销重点要由以往更多地关注商业企业等行业内部向更多地关注市场、零售客户、消费者等行业外部转变。

要实现营销策略的转变。要始终坚持市场导向、消费需求导向原则,积极创新营销思维,结合企业、产品和市场实际,准确定位选择目标市场、合作伙伴和消费群体,由同质化营销向差异化营销转变。只有这样,才能开辟市场“蓝海”,从而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

要实现管理职能的转变。商业企业营销人员的职能要由以往的注重订单采集向采集市场信息、精心服务客户、培育维护品牌等转变;工业企业要由以往的注重市场信息采集向保证货源供应、重视品牌培育转变。工商双方要重视利用互联网、手机等信息化工具提高营销效率和效果,在营销计划的制定、营销方案的

执行、营销重点的确定、营销方式的采用等方面都要事先进行认真研究,责任到人,明确分工,确保营销效果的最佳化。

建立长效机制是有效保障

建立长效机制是深化工商协同营销工作的有效保障。制度建设更具有长期性、稳定性及规范性。积极探索建立完善工商协同营销的长效机制是确保此项工作顺利开展并取得实效的关键所在。

建立企业内部运作机制。商业企业在营销中心设立专门的品牌管理部,在市场需求预测中发挥职能作用,提出合理化建议,为公司产品购销决策提供参考依据。工业企业要按照“技术融入营销、营销体现技术”的原则,密切营销与技术研发部门的关系,在新品开发、品牌维护等方面建立协同机制,以解决营销与技术、市场与研发联系不够紧密的问题。

建立工商协作机制。工商企业的营销中心

之间要实行例会制度,定期召开协同会议,探讨解决问题,交流工作经验,具体负责策略层面的协同;营销中心各职能部门之间负责具体操作标准与规则的协同,商业企业在品牌管理部设置品牌经理,与工业企业首席代表直接协同。品牌经理肩负辖区品牌分析、品牌维护等职责,首席代表肩负提供品牌信息、货源供应等职责,双方共同制定营销策略,建立完善品牌发展规划、新品培育、品牌维护、营销队伍培训等方面的协同机制,双方根据品牌定位、产品特点、消费水平和市场状况,协同品牌管理,搞好产品创新,有针对性地开展营销活动,增强品牌在不同区域市场的适应性,促进重点品牌在重点市场取得突破。

建立工商互评机制。在充分调研的基础上,探索建立协同营销评价体系,评价内容以过程与结果、定性与定量相结合为主,评价采取企业自评、工商互评、零售客户和消费者评价等多种方式。真正通过科学评价,寻找工作差距,明确努力方向,提高协同水平。

如何促进卷烟营销上水平

■ 罗育繁

“卷烟上水平”是行业当前和今后一个时期的战略任务,全面推进卷烟上水平是促进烟草产业结构调整的关键所在,是提高行业经济运行质量和效益的必然选择。作为烟草商业企业,卷烟营销上水平是实现“卷烟上水平”的关键,而营销上水平主要表现在卷烟经营、品牌培育、规范经营、零售终端、客户服务等方面上水平。

当前营销上水平所面临的困难

不少零售户综合素质不高。行业大部分卷烟零售客户为乡镇食杂类客户,分散在各县区,由于受经营观念、经营意识、经济条件所限制,这部分客户在接受新生事物方面尤为欠缺,对现代营销知识的理解和对营销策略的把握较为匮乏,尽管我们组织开展了一些客户培训活动,但收到的效果并不理想。

与零售终端信息沟通不畅。烟草公司和零售户的沟通手段还比较单一,主要通过客户经理走访进行,缺少科学现代的沟通模式,与零售户还没有构筑一个系统、简捷、顺畅的信息渠道和沟通平台,无法实现信息沟通上的双向性、及时性和有效性,这在很大程度上影响了客户信息的传递。

客户经理综合素质有待于进一步提升。客户经理服务手段和方式仍有待改进,员工素质

和团队还不能完全适应行业发展,这些都不利于零售终端卷烟经营、品牌培育、形象展示等功能的正常发挥。

所有这些,都在某种程度上影响了卷烟零售终端建设与发展,为市场营销上水平带来了较为不利的因素。

实现卷烟营销上水平的有效方法

一是卷烟经营是推动市场营销上水平的关键因素。卷烟经营工作必须紧紧围绕行业“卷烟上水平”的发展战略,深刻领会国家局“卷烟上水平”战略的内涵,进一步清理卷烟营销思路,积极转变营销方式。通过对标管理与先进单位找差距,找瓶颈,找突破,奋勇争先,大胆创新,以“优化模式、完善机制、强化服务、增强能力”的为新要求,推进卷烟营销模式的优化升级,促进卷烟经营能力的再提升;以品牌发展为核心,以队伍建设为基础,以科学营销为手段,以绩效考核为抓手,以服务监管为保障,以营销创新为动力,以文化引领为特色,实现“市场营销上水平”的目标。

建立消费者数据库和信息采集分析制度。加强对消费观念、消费行为、消费结构和变化趋势研究,逐步建立消费者需求信息数据库;充分利用市场信息采集系统,健全市场监管制度,扩大采集户数和品牌,注重信息的完整性和真实性,定期监测零售价格、社会库存、上柜率、动销率等指标,形成以卷

烟社会库存和零售价格为重点的终端信息采集分析长效机制。

做好零售客户分类工作,积极配合工业企业做好市场开拓。健全市场信息跟踪、采集、分析和反馈体系,提升扎实开展基础工作的能力;积极开展市场调研分析,以不断提高层级预测能力、综合预测能力、协同预测能力为着力点,提升把握市场真实需求的能力。

二是网络建设是推动市场营销上水平核心动力。通过提升卷烟销售网络“软实力”,发挥网络潜力,更好实现品牌培育、市场营销上水平等目标。优化营销模式,完善组织机构和岗位职能。稳步推进网上订货工作。按照客户自愿、稳步推进、逐步推开的原则,进一步做好零售客户分类工作,调整和完善货源分配管理办法,通过营销部门与信息部门高度集成,开展货源自动分配。进一步规范客户关系、订单采集流程,完善网上订货信息平台,扎实推进网上订货;通过借助零售客户经营管理系统和“贷记卡”业务,进一步提升网上营销能力,提升服务质量,推动科学营销向纵深发展。

零售终端功能店经营能力包括以下几个方面:

一是培育品牌的能力。零售终端功能店是展示商品、培育品牌的最佳舞台,是推动卷烟上水平的有力推手。我们一定要充分借助零售终端功能店来宣传品牌,培育品牌,要着力加强对零售终端功能店客户的培训,使他们全面掌握全国知名品牌的特性,为培育品牌奠定

基础。二是现代营销的能力。当今时代是电子信息化发展的时代。零售终端功能店一定要充分发挥在信息引领方面的作用。三是信息收集的能力。市场经济就是信息经济,零售终端功能店发挥其收集信息的功能,为烟草商业企业提供更多、更准的市场信息。通过烟草体验店建设,充分发挥其示范带动作用。积极推进零售终端建设,加快以优质终端、功能终端、现代终端的“功能店”建设来引领卷烟零售终端建设,着力功能发挥,全面提升零售终端的经营能力和形象,推动市场营销上水平。

三是客户服务是推动市场营销上水平重要基础。深刻认识“135”工作法的重要作用,学好用好“135”工作法。联系工作实际、全面优化梳理业务流程和业务规则,明确界定前、中、后台的岗位、职能,理顺内部协作体系,全面提升营销一线人员的客户服务的能力和水平。更加注重客户服务体系的完善和网络“软实力”的提升。加强客户服务体系建设,强化客户服务体系培训,按照有针对性和实用性的原则,大力开展队伍培育、岗位练兵和技能竞赛活动。通过培训使营销一线人员基本掌握客户分析的方法,明确客户分类、服务标准、服务流程的内容和工作要求。服务体系培训,突出营销一线人员营销理念的转变,注重通过细致规范的基础工作来实现营销业绩;围绕客户盈利这个最大需求,坚持把提供优质服务贯穿于营销工作全过程,提高客户满意度。突出营销一线人员对客户盈利分析能力的提升,通过有效的客户分析,明确每月工作重点,提高服务的针对性和有效性;突出客户服务工作过程化痕迹管理,加强服务监督与评价,注重服务质量控制和服务水平提升。

注重品牌培育机制的完善和科学营销能力的提升。完善品牌维护管理机制,扎实推进品牌培育上水平。加强品牌引入、推广、评估、退出等环节的维护管理工作,完善、丰富品牌档案,从品牌属性、市场表现、可视化信息、工业企业定位等方面入手,建立在销品牌档案,加强对品牌发展变化的动态监测,为品牌培育管理提供参考依据;深化营销中心、营销部品牌分析机制,从品牌市场价格、社会库存、知名度、再购率等方面入手,深入分析品牌的成长性,促进品牌良性发展。