



位于梅岭南麓的广东南雄烟区有300多年的种烟历史,拥有生产浓香型特色优质烟叶所需的典型紫色土壤,被誉为“中国黄烟之乡”。南雄自上世纪80年代中期发展烤烟生产,30年来,烟草支柱产业地位不断巩固和发展。

## 上烟集团:以市场需求为导向 努力培育优势品牌

孙浩

当前,卷烟品牌竞争日益激烈。在这场品牌之争中,上海烟草集团有限责任公司注重倾听来自市场的声音,始终以市场需求为导向,遵循品牌发展规律,做到张弛有度、动静有道,努力培育经久不衰的优势品牌。

### 经典品牌始终如一

“中华”是中式卷烟的代表性品牌。在60多年的发展过程中,“中华”卷烟保持风格,适应变化,形成了内涵丰富、不可复制的特征,既包括优雅醇厚的品质风格,还包括高端经典的价值定位,以及庄重大气的外在形象和积淀深厚的文化特色。

面对新的市场形势,历史积淀深厚的“中华”品牌应当如何发展?

品质如一,打造经典——“中华”在发展过程中展现出一种稳健从容的“静之道”。

经典的东西不会轻易改变。“中华”作为中国高端卷烟的标杆,其特征已经在消费者心目中固化,消费者很难接受经典品牌发生明显的改变。上烟集团听懂了这一来自市场的声音,于是他们将维护“中华”的品质作为发展要务。然而,对于一个产品来说,需要面对许多变化的因素,比如原料供应的变化、生产设备的变化、市场需求的变化。“中华”如何应对变化,确保经典不变?

烟叶是一种农产品,每年的产量、品质都会有所波动。为了确保产品品质稳定,上烟集团坚持采用“多地区、多等级、小比例”的叶组

配方模式,尽量减少对某个烟区的依赖性,消除原料波动带来的影响。

从中速机组到高速机组再到超高速机组,烟机设备越来越先进。如何利用不同的设备生产出品质如一的产品?上烟集团兴建“中华”生产专线,深入推进精益管理,贯彻“一丝不苟、支支一流、一包一箱、不优不休”的质量方针,赢得了良好的口碑。

为了准确把握不断变化的市场需求,上烟集团创造性地提出“精准营销”理念,深入挖掘分析市场信息数据,不断提升企业营销水平,增强工商协同营销能力,奠定了扎实的市场基础。

在保持市场优势的同时,上烟集团未雨绸缪。他们发现,随着社会经济的发展,市场消费能力不断提高,“中华”的高端形象正在被市场上的其他一些品牌所影响。长此以往,“中华”还能否满足消费者对高端经典的诉求?上烟集团在保持“中华”品类特征的基础上,坚持产品线不往下延伸,推出了定位更加高端的“中华”(大中华)卷烟。在今年市场形势严峻的情况下,有的高端卷烟为了保证销量出现降价的情况,但上烟集团对“大中华”的培育坚持不求销售数量,但求市场质量。这种坚持正是为了“中华”品牌未来的市场发展空间。

### 创新品类应需而变

市场需要经典,也需要新潮。有静亦有动,动静结合方可相辅相成。上烟集团紧盯市场新风向,关注消费新需求,推出低焦卷烟、

薄荷卷烟、爆珠卷烟等消费者“能感知、有支撑、成体系”的新品类,体现了一种不断追求新求变的“动之道”。

近年来,低焦卷烟成为市场新的增长点。早在1999年,上烟集团就关注到这种市场变化,在市场上卷烟焦油量普遍都是15毫克的时候,率先推出了焦油量8毫克的烤烟型“红双喜”卷烟,由此在十年间成为行业焦油量8毫克烤烟型最大销量规模的单规格产品。2012年,上烟集团又在市场上卷烟焦油量普遍都是11毫克的时候,推出了焦油量5毫克的烤烟型“红双喜”(尚派)和“红双喜”(星派),意在超低焦油产品上为行业做出有益的探索。

在创新过程中,上烟集团将国外卷烟市场的变化趋势作为重要参考。他们发现,日本市场卷烟销量逐年下降,但薄荷卷烟逆势上扬。

薄荷卷烟在国内市场是否有发展潜力?带着这个问题,2012年,上烟集团开展了市场调查。调查结果显示,30%的消费者吸过薄荷卷烟,20%的消费者排斥薄荷卷烟,而50%的消费者表示没吸过但不排斥,薄荷卷烟对于许多喜欢尝新的消费者具有很大吸引力,这给了上烟集团信心。他们通过市场调研还了解到,绝大部分国内消费者只认知薄荷烟强度偏弱的薄荷烟,还不习惯于强烈的薄荷味。基于这些市场调研,上烟集团决定推出中等薄荷强度的薄荷卷烟,以此来扩大消费者对于薄荷卷烟的认知。

2013年6月,“红双喜”(荷派)在超低焦油的品类基础上又进军薄荷品类,在上海市场正式上市,当年销售500多箱。今年“红双

喜”(荷派)稳步发展,在上海市场全年销量有望突破1000箱。

近两年,上烟集团在市场调研中发现,爆珠卷烟正成为新的市场宠儿。上烟集团营销中心有关负责人向记者讲了一个数烟头的故事:他出差途经香港机场时,特意去了吸烟点。他大体数了一下:三分之一的烟头颜色是黄色的,这是烤烟型卷烟;三分之一是白色,是混合型卷烟;还有三分之一的烟头是白色上面有个圆圈,这就是爆珠卷烟。这个细心的观察,印证了上烟集团针对香港等东南亚市场的调查结果,爆珠卷烟需求较往年有大幅增长。

早在2011年下半年,上烟集团就针对爆珠卷烟开展了市场调研。市场营销人员和技术研发人员一起分析爆珠卷烟的潜在消费者年龄、层次和消费场景,深入酒吧等场所开展调研,了解消费者对爆珠卷烟的消费意愿,喜欢哪种爆珠口味等。

经过两年半的研发,今年5月,薄荷味爆珠烤烟型卷烟“红双喜”(铂派)上市。这种卷烟不仅能够为中国消费者提供烤烟口味,还能提供在捏爆爆珠后的清凉薄荷口味两种不同吸食感受。1颗爆珠,2种口味,3mg焦油量,“红双喜”(铂派)在超低焦油和薄荷这两个品类基础上,又作为爆珠品类被消费者所关注。目前,26元包的“红双喜”(铂派)在上海2000多家卷烟零售店铺货,一个月能够销售七八十箱,市场反响超出预期。

顺势而为、应时而动——上烟集团品类发展的动静之道总是以市场为导向,以满足消费者需求为目标,这就是上烟集团在品牌发展之路上能够立于不败之地的秘诀。

## 广丰卷烟厂进一步加快人才培养步伐

今年以来,江西中烟工业有限责任公司广丰卷烟厂抓住“员工素质提升”这一工作重心,加大对三支人才队伍的培养步伐。

一是全力构建1+N的培训模式。该厂明确统一的人才培养指导意见,各车间及品管科等根据实际情况,各自制定适合本部门的员工提升素质的培养方案,经过厂部审核通过后,上升为厂级的培养方案,厂里确保培养经费,人力资源科归口管理,各部门负责实施,从而形成1+N的模式。上半年共分批次举办各类培训48期,共计1220人次接受了培训教育,效果比较明显。

二是注重选拔优秀技能人才工作。本着公开、公平、公正的原则,通过理论、实操考试、民主测评、能力评价等环节,历经3个月,有7名员工脱颖而出,被聘为优秀技能人才,获得更高待遇,进一步拓宽了员工成长的通道,并计划在7月上旬开展优秀技能人才巡讲活动,营造更加良好的学技术氛围。

三是狠抓技能鉴定工作。制定了详细的技能鉴定考核激励方案,加大技能培训力度,激发员工学技术、技能的热情。今年有193名员工参加了2014年度行业特有工种职业技能鉴定理论考试,近日部署开展了实操鉴定工作,同时组织了20多名员工参加营销师考试。

该厂通过多举措,较好地发挥了1+N的培训优势,扩大了优秀技能人才带头示范效应,使“人人都可以成为英雄”的创业氛围更加浓厚,进一步激发了人才创造潜能。

(徐荣旺)

## 南阳卷烟厂制丝SPC及六西格玛系统上线运行

近期,河南中烟南阳卷烟厂制丝SPC及六西格玛测评系统通过验收,正式上线运行,从而使南阳卷烟厂SPC技术应用和质量管理信息化跨上了一个新台阶。

南阳卷烟厂制丝SPC及六西格玛测评系统本着“精益求精、服务一线、积累经验、优化创新”的建设原则,在对行业SPC系统建设充分调研、吸收借鉴经验教训的基础上,结合企业生产和管理实际,建立了在线监视、异常预警、经验积累、多维报表、六西格玛测评等功能模块,创新了瞬时精度动态监控模式,并实现了与MES系统在不同开发环境下的系统集成。

SPC及六西格玛测评系统上线后,随着与之配合的管理流程的完善,将逐步转变操作思维模式和操作习惯,指导各级人员更加科学地分析处理过程问题,强化过程质量保障和改进能力,进一步夯实精益质量管理基础。

(刘穗君)



## 2014年金圣学子助学金发放仪式在南昌举行

近日,2014年金圣学子助学金发放仪式在南昌金圣工业园举行。江西中烟工业有限责任公司有关领导,江西省慈善总会副会长,江南都市报副总编,以及全省受资助的52名贫困优秀学子参加了发放仪式。50名今年参加高考的

贫困学子每人获得6000元助学金,还有两名金圣特别学子每人获5000元助学金,共计发放助学金31万元。

多年来江西中烟持续深入开展金圣助学活动,是因为公司认同2400多年前孟子“穷则独善其身,达则兼济天下”

的登高偶得;崇尚同学们“勤奋求学”的刻苦精神和“百善孝为先”的高尚品格;感激社会各界将江西中烟的爱心薪火相传,共同发起成立金圣学子全国爱心联盟的重大贡献。

冯欢欢 曾博文 摄影报道

## 湖南中烟四平卷烟厂凝心聚力助发展

邵杰

2014年湖南中烟四平卷烟厂预计实现上缴税金12亿元,实力雄厚的湖南中烟四平卷烟厂不仅是四平经济发展的支柱企业,更是全国的精神文明单位。

### 健全思想政治工作是企业发展的保障

四平卷烟厂在企业中建立和健全自上而下的思想政治工作网络,随时了解和掌握职工的思想动态,在精神上上为职工释疑解惑,在实际工作中为职工排忧解难。为更好地加强企业思想政治建设,做到同弘扬企业文化相结合,来有效提升企业发展的软实力。通过企业文化的普及,全体员工以为国家创造财富,为客户创造价值,为社会创造效益为使命,将企业文化渗透到企业生产经营中。

以各种活动为载体,加强员工思想道德建设。企业大力宣传职业道德规范,营造了学习和遵守职业道德规范的良好氛围。通过企业文化建设潜移默化地影响和激励员工的思想,陶冶员工的情操。做到刚性管理与柔性管理相结合。一方面通过完整的强制性的规章制度规范员工的行为,一方面加强教育和引导,利用榜样的力量,模范的力量,表率的力量使员工树立起了敬业爱岗,诚信为本的工作作风。

### 职工的智慧是企业发展的根本

四平卷烟厂的发展和壮大归根于把广大职工群众的智慧和力量凝聚到了一起,在于全心全意依靠职工,做到了政治上保证,制度上落实,权益上维护。企业对如何做到“拼命地为企业挣钱,拼命地为企业省钱,理性地为崇高的事业而花钱”的合理化建议征集活动中,广大职工倾情参与,集思广益,建言献策,全厂577名职工,共提合理化建议968条,人均建议率1.7条。卷包车间包装维修工李口是一个平时沉默寡言的人,极少主动和人说话,这次却提了三条建议,他在所提建议中这样写道:建议尽量使用原厂配件,否则由于厂家不同,有时造成设备停机率高;烟机配件中有一部分是标准件,如轴承、螺栓等,按烟机配件购买费用过高,建议在市面标准件商店购买;目前有时小规模检修,动力车间供给压缩空气,造成能耗过高,建议购买一台小气泵。透过这一条条小建议,看到的是一颗颗充满活力和对企业满怀深情的心。

### 履行企业社会责任是企业发展的责任

“和”是中国传统文化的精髓。四平卷烟

厂秉承着“和”的文化精神,坚持与己“和”,与人“和”,与社会“和”,与自然“和”,切实履行企业的社会责任。企业更将与社会“和”体现在每一项具体工作中。企业每年出资20万元开展开芙蓉学子助学活动,向红十字会捐款,向四平市公安局民警优抚基金会捐款用以抚慰英烈家属、救助特困民警,弘扬社会正气,积极开展“双日捐”和帮扶活动,与困难职工进行对接,帮助其克服困难,渡过难关,解决生活实际问题。四平卷烟厂“和你”志愿服务队也经常活跃于四平大地传递爱心和传播文明。“和你”志愿服务队成立三年来,他们爱心送到了敬老院、儿童福利院等需要关爱的人群中,服务队每两个月有做一次公益活动,把爱心送给弱势群体。

## 张家口卷烟厂全力打造国内一流现代卷烟生产企业

河北张家口卷烟厂有限责任公司在市委、市政府和河北中烟工业公司的领导下,积极应对困难和挑战,挖掘发展潜力,提升管理水平,努力开拓市场,全面推进全国优秀卷烟厂建设,努力打造全国一流现代卷烟生产企业,保持了稳定健康发展的良好态势。

张烟公司作为张家口市工业支柱,为增加地方财政收入、促进产业结构调整做出了贡献。一直以来,市委、市政府高度重视张烟公司的发展,市领导多次到企业调研和现场办公,协调解决企业发展中遇到的问题。2014年5月7日,市委书记邢国辉到张烟公司就企业生产运营等情况进行调研,对企业的发展提出了殷切希望。7月22日,市委书记邢国辉、市长侯亮等市领导到河北中烟工业公司,就推动张烟公司健康快速发展,做大做强“钻石”品牌与河北中烟工业公司领导班子进行沟通和交流。

在各级领导的关注和支持下,张烟公司瞄准建设全国一流现代卷烟生产企业的目标,坚持以市场为导向,以品牌建设为中心,在技术改造上再升级,在品牌塑造上再努力,在营销管理上再创新,推动企业平稳健康发展。2014年以来,企业深化品牌创新、技术创新、管理创新和文化创新,构建“质量导向型”生产管理新模式,紧跟市场需求,坚定信心,迎难而上,进一步明确了开源增效稳增长、节流挖潜保增长、加强合作促增长、协同营销助增长的工作思路,开创了“卷烟生产上水平”新局面。1至6月份,累计生产卷烟41.12万箱,销售卷烟44.98万箱,一二三类烟销售比重为49.82%,实现销售收入40.56亿元、利税27.67亿元,其中利润2.46亿元。

“钻石”品牌历经十四年的发展,产销规模和竞争力不断提升,被列入烟草行业全国30个重点骨干品牌之中,其系列产品销往全国33个省级市场、350多个市级公司,成为华北、东北、西北地区最大卷烟品牌。特别是张烟公司加大与张家口烟草专卖局协同工作力度,引导和创造消费需求,成功推出了“钻石·大好河山”、“钻石·大福元”新品卷烟,受到了广大消费者的青睐。

(张雪峰)

