

中国金叶周刊

GOLDLEAF WEEKLY

2015 年 4 月 15 星期三 责编:袁志彬 编辑:周君 美编:吉学莉

企业家日报

9

在这块金色圣地上做“好看好抽好卖”的金圣烟——专访江西中烟公司主要负责人姚庆艳

■ 欧阳忠

姚庆艳,江西中烟公司主要负责人,曾任云南红塔集团总裁、云南烟草科学学院院长、红云红河集团董事长等要职,被业界认为烟草行业的工艺配方大师,是行业顶尖的技术专家、管理专家和营销专家。尤其是姚庆艳作为中国烟草大师褚时健的得意门生,他的每一次调动都受到行业内外的广泛关注。而今,这位专家型企业家执掌江西中烟,不仅体现了国家局对江西烟草的亲切关怀,更是凝聚了国家局局长凌成兴的良苦用心。让我们通过专访走近姚庆艳,走近金圣,走近江西中烟的未来……

3月11日,就如何加强“金圣”品牌培育,如何让金圣烟更好卖,如何进一步提高零售客户积极性等问题,笔者采访了曾经执掌红塔集团、刚刚履新江西中烟的主要负责人姚庆艳,倾听这位大师布局金圣品牌的发展。他说:“要让金圣烟好看好抽好卖!”

小,不一定不能做强

笔者:您多次提到,行业发展已经从“扩容式增长”转变为“挤压式竞争”,是短兵相接、此消彼长的争夺。面对如此严峻的形势和激烈竞争的市场,您说要做强金圣品牌,您的信心来自哪里?

姚庆艳:我从烟草大省云南到“两烟小省”(笔者注:在烟草行业,卷烟销量、烟叶产量相对较小)江西来,感觉各有各的特点。小,不一定就不能做好做强,中国革命最初的井冈山星星之火都可以燎原,何况是做强金圣品牌?我们有把金圣品牌做强的机会,不求最大,只求更强。把金圣卷烟销售结构提升、品牌做强,照样能多创税为江西经济发展多做贡献。

当前,整个烟草行业正面临新的发展形势和环境,同时控烟履约也日趋严格。从烟草行业自身来说,经历了过去十多年高速发展的黄金时期,市场需求从不饱和和快速走向饱和。烟草行业的主要特征已经从“扩容式增长”转变为“挤压式竞争”,从“你增我的,我增我的”走向了短兵相接、你死我活、此消彼长。

在如此严酷的现实面前,要把金圣从一个相对弱势的品牌在短期内做强,确实有不小的困难,但不能说就没有机会。随着行业整体高速增长时代的结束,并不意味着单个企业或单个品牌不能获得高速

厦门烟草工业公司全力落实部署“三大计划”

年初,福建中烟厦门烟草工业公司发布2015年度企业“三大计划”工作部署,即企业级方针目标计划、创新项目计划、精益专题计划。公司各部门迅速行动起来,积极开展“三大计划”的宣贯和落实部署工作。

3月份以来,厦烟新一届领导班子提出了“不提新口号,不铺新摊子,不搞一刀切”的工作思路,强调要牢固树立“一张蓝图干到底”的意识,讲实干、求实效、重实情,在巩固和扩大成果的基础上发展创新。各部门迅速贯彻公司领导的思路,不等不靠,把主要精力和工作重心放在各项工作部署的落实上来,以实际行动,脚踏实地,加快推进“三大计划”的实施。

公司党委办公室、团委等职能部门通过制作PPT材料、举行内部培训等方式,结合案例,从简明、通俗的角度,对“三大计划”进行解读,提供给各部门、各层级进行宣贯,统一认识和营造氛围;企业管理部详细阐述“三大计划”的策划思路、计划内容、推进路径和方法、实现目标;各部门结合各自工作,对“三大计划”进行解读,开展讨论并进行分解落实。

通过大讨论,各部门一致认为,深入推进“三大计划”工作,是坚持“厦烟制造”战略和“353”工作思路不动摇的具体体现。各部门纷纷表示,要以“三大计划”作为2015年企业工作的行动指南,坚持创新驱动,突出“深、实、细、精”,做好计划分解,深化战略落地,推动企业管理升级和核心制造力的提升。

(黄如瑞 李鸿鹏)

增长,只是这种高速增长的机遇变得难以获得,或者说不是谁都可以获得,主要还是事在人为。如果我们实事求是的分析,金圣品牌和市场、消费者需求存在的一些差距,把金圣品牌进一步贴近市场、贴近消费,来满足消费者需求,那么,我们就能抓住机会做强金圣品牌。

对于做强金圣品牌的信心,我感觉来自责任和使命。国家烟草局,江西省委、省政府都很支持、很重视江西烟草和金圣品牌,这也是国家烟草局局长、江西省原常务副省长凌成兴对江西人民的情和爱,是对金圣品牌赋予的重托,其中给予的责任和使命,让我备感责无旁贷、不遗余力、努力向前!

把金圣升级到更高层次

笔者:从消费者层面来看,金圣品牌在江西有着很高的知名度,但就实际来说,金圣品牌在消费者中的美誉度还不高。那么,怎样才能进一步提高金圣品牌的美誉度,让更多的消费者喜欢金圣品牌?

姚庆艳:江西是人杰地灵、物华天宝的一方沃土,是中国革命的摇篮和发源地,有着极其丰富的红色文化资源。所以,我们必须充分利用这一丰厚的人文、地理资源,融入到金圣品牌的品质提升创新上来,真正为金圣注入新的理念和活力。我们考虑,整个金圣品牌的文化理念要提升到“金色圣地井冈山中国红”这么高的一个层次来理解,用这么厚重的一种内涵来洞彻,以此焕发出金圣品牌巨大的活力和生命力。为此,下一步我们会用“金色圣地烟香 井冈山上中国红——做中国最好的烟”,设计两款顶级卷烟,来打造金圣品牌深厚的文化内涵。我相信,到那个时候,消费者拿着金圣就有身份、有地位、有价值、有影响力。

好看,就要给消费者美感

笔者:您一到江西中烟就提出了产品升级改造,要达到好看好抽好卖的“三好”标准。那么,首先怎样达到好看?

姚庆艳:好看好抽好卖的“三好”标准,是我们做一包好烟起码要具备的。首先讲求好看,好看是给消费者精神层面的感受,包装要吸引消费者的眼球,让消费者第一眼感到很漂亮、很美。

马云说过一句话:一个优秀的企业家不仅是个科学家,还要是个美学家。

我们的产品放在你的手上,首先就要

让你的眼睛为之一亮——很好看,才会吸引你,你的视线才会从众多牌号中聚焦到这包烟上;审美上好看,就会促使你去尝试一下;如果好抽,下次就还会来买,直至成为忠实的消费者。

好抽,品质是一个品牌的灵魂

笔者:如果把好烟比作一个艺术品的话,好看是好烟的外在品相,而好抽是好烟的内质。对此,您提出了“创新提质 满足你”,进一步提升金圣品牌内在品质的思路。具体包含哪些内容?同时将采取哪些举措践行这一思路?

姚庆艳:卷烟最终还是个消费品,品质是一个品牌的灵魂!

不能说一个品牌好,最后消费者却不喜欢,不是消费者需要的,你能说这个品牌好?要把品质作为品牌的核心支撑来考虑。把品质做起来,抓住品质内涵最核心的内容,品质、品牌都来满足消费者的吸食口味,让消费者抽这包烟感觉是种享受;抽这包烟,让人感到自己的身份、价值和影响力都得到了提升,同时满足感、轻松感增强,从精神、物质、生理上都得到满足。所以,对产品的维护、提质、创新,都要以消费者的满足感为标准。为此,今后我们在终端宣传上要强调“创新提质满足你”,道理就在这里。

那么怎样提质,才能进一步提高消费者的满足感?

就像下围棋做活棋眼一样,我们把原料、研发、制造和营销作为四个棋子,融入到金圣这盘大棋上。以全世界最好的优质烟叶原料为基础,以国内顶级配方专家提升吸味口感、以最好的设备工艺提升产品质量、以最新烟草科研成果提升科技含量,以整合优秀的团队提升市场营销水平。

巧妇难为无米之炊。当前,我们在原料采购上下了很大的功夫。正如我们在家里做菜特别注重到菜场选购食材,必须从源头抓起,把最好的原料用在金圣上。在国家烟草局的关心和指导下,我们引进了世界上最好的津巴布韦和国内最好的云南烟叶,同时从江西烟叶选配最好的,来满足金圣卷烟的叶组配方,使金圣在原料这条起跑线上不输于任何一家。

有了好的原料食材,更要有名厨御制,才能烹饪出一道名品佳肴。我们请来了三个国内顶级配方专家,提升金圣品牌内在技术含量,改造新老产品。下一步,消费者会明显感觉得到金圣卷烟的变化。进

一步降低有害成分,增加卷烟的香气,给消费者更好的生理上的满足感,也让消费者从金圣品牌的提升中得到很好地享受,这是我们创新提质的重中之重。大家会看到三个国内顶级配方专家,在产品研发上,将发挥出超乎寻常的能力。我们将对金圣(吉)、金圣(硬)、金圣(软)三款老经典,以及金圣三款新经典等产品展开一系列的升级改造。不是推倒重来,而是好上加好、优中选优,给消费者超值享受。

好卖,是服务零售客户的关键

笔者:一个产品能够受到市场欢迎,好看好抽是前提,但关键还要好卖。那么,怎样才能提高零售客户销售金圣的积极性,让金圣好看好抽落脚在好卖上,让零售客户好赚钱?

姚庆艳:好看好抽是根本,好卖是关键!通过商业渠道培育好金圣品牌,这就是工商互动,最终还要落在“怎么样调动零售客户的积极性,保障金圣烟动销快,毛利高,库存少”上,这对零售客户很重要,对我们更关键。实际这是纲举目张的问题。只要烟好卖,库存就会降低,毛利率也会随之增加。虽然现在从不同层面看会发现不少问题,但把关键问题解决掉了,那么随后的诸多问题就会迎刃而解。当我们把烟做到好卖了,这就是对零售客户的最大支持。

我们希望新老产品改造后,零售客户不要为了暂时的眼前利益和加快销售,就随意降价销售,导致毛利率下降,以致牺牲毛利,最终是所有零售客户都少赚了应该赚的钱,同时也影响了品牌价值形象。相反,大家都守住零售价,零售客户的合理盈利水平就会不断提高。如新品金圣(智圣出山)零售价一条能卖到1000多元,就是品牌培育扎实推进取得的良好成效。零售客户有积极性,有动力,也树立了较好的品牌价值形象。

在此,恳请广大零售客户像培育自己的孩子一样呵护金圣品牌!因为以往南昌市场上,个别零售客户有喜欢低价竞销,你低一毛我少一块杀价销售的习惯,应该把守住价格底线、能赚钱作为好的经营理念,贯穿到金圣卷烟的销售当中,形成金圣烟好卖、动销快、有钱赚的顺畅循环。

做强金圣品牌是我们共同的责任,把金圣产品做好,品牌宣传好,渠道做扎实,零售客户服务好,让消费者更有满足感。那么,一个竞争强势的金圣品牌就会展露新姿,而金圣好卖就会成为新常态。

楚雄卷烟厂提升维修人员实操能力促降本增效

为深入推进精益生产理念,将降低成本落实到每一个环节,云南中烟红塔烟草(集团)有限责任公司楚雄卷烟厂近日组织维修人员加强学习,积极动手解决实际问题,有效节约维修资金、提高实操能力。图为复烤车间机械维修工何天佑正在用钻铣床加工配件,他将与同事一起完成打叶风分器光谱除杂均料板的制作安装,以有效解决堵料问题。

贺倩颖 摄影报道



广丰卷烟厂通过“4×3”工作法全面提升精益现场管理水平

近日,江西中烟工业有限责任公司广丰卷烟厂积极运用精益“乘法”创新工作思路,通过“4×3”工作推进模式全面部署2015年度精益现场运作。

一是形成三类检查评比。通过建立工厂级、车间级、班组级等三级检查考核机制,积极应用《卷烟工厂现场管理规范》标准成果,细化三级评比的具体考核内容,并采用前期培训方式,要求各部门吃透标准成果的内涵,建立内部实施方案,依据精益现场管理计划改进表,查找各类现场

改进盲点和难点,集中力量定期改进,全力打造四星级现场。

二是确立三类攻关课题。建立以找问题为核心的全员改善机制,以问题卡为基本元素,倡导车间班组人员查找并解决问题,营造全员改善氛围;创建单元式管理的先进班组,实施“联动班组”管理,配套制定班组建设的考核内容、检查细则、激励措施,在班组与班组之间营造公平、公正的良性竞争环境;优化以清洁工厂为目标的现场管理,围绕质量、能耗、污染等

管理范畴形成大现场管理,并以管理创新成果形式呈现。

三是塑造三类人才培养。全力打造培训导师、精益改善、金点子等三支管理团队。通过内外训方式,提炼并培养在现场管理方面的专家式导师,利用所学将精益思想传输到各班组及机台员工;大力开展技术创新攻关,提炼现场管理亮点,形成优秀单点课和提案改善,并汇编成册;积极倡导机台员工提出现场、设备、质量等方面的合理化建议,提升车间大现场管理

水平。

四是健全三类发表机制。通过季度全员改善发布展示车间现场管理亮点,并将先进做法延伸推广至其它车间,提升全厂现场管理水平;通过月度精益推进例会发布,分享现场管理成果,并提出在推进过程中遇到的难点,共同探讨提出解决方案;通过周班组交流强化机台员工之间的精益推进理念,同时根据车间月度计划安排部署班组具体实施措施。

(肖永兵)



长春卷烟厂制丝车间“对决赛”提升“战斗力”

3月19日下午2点,吉林烟草工业有限责任公司长春卷烟厂制丝车间切丝机操作技能决赛现场聚集着不少人。他们都是各个生产班组应邀观摩比赛的职工代表。

“噢,这次决赛的两个选手可是一对好兄弟,这场比赛有看头。”刚刚赶来的压棒机维修工陈勇发现新大陆般兴奋不已。

“你们猜,李洪学和李云峰,谁更厉害些?”一旁围观的烟机设备修理技师靖华的发问,一下子提起了大家的兴趣。

“我看好李云峰,他是烟机设备修理组白班的组长,维修水平没得挑,哪台设备有毛病离着老远就能听出来。在生产中,如果遇到难处理的问题,找他一准儿能解决。”设备安全员刘玉鑫自信地说道。

“那也不一定。去年,咱们厂选派代表参加中烟实业举办的SQ37型切丝机技能大赛,李洪学入选并参加了赛后维修人员培训。说不定他在那里取到了不少真经。”纸箱脱箱机机械维修工严有臣笑着反驳道。

下午2点10分,决赛正式开始。第一场比赛是切丝机安装调试。

在这一环节中,李云峰和李洪学都表现出了良好的竞技状态:挂警示牌、拧螺丝、清洁、润滑、开盖、换件、开机、调试……机器在他们的手中学很驯顺,烟片在飞快旋转的刀辊下化成缕缕烟丝。经过激烈角逐,李洪学以1.4秒的微弱优势领先。

“洪学开了个好头,云峰也不弱,好戏在后头啊。”水洗梗操作工王化刚的幽默顿时逗乐了在场职工。

紧接着展开的比赛是对制丝过程中PLC控制程序、操作屏监控程序的编制。

顶着先失一局的压力,李云峰深吸一口气,手指在键盘上跃动,迅速设置好电机启动器网关节点地址和网络通讯波特率,联接调试电脑和PLC,率先完成了电机启动器的组态任务。

进入编程环节,从创建项目到组态任务属性,从编辑程序排列表到分配例程,李云峰自然流畅地输入一串串代码。最终,李云峰没有悬念地赢了这一局。

最后一项比赛内容是查找压棒机螺旋推进机构故障点。

一声哨响后,李云峰首先上场。很快,开关接线松动等故障相继被他发现。随后,他俯身细听,发现端部出现裂痕,及时将故障排除。在规定时间内,李云峰排查出4项故障。

李洪学上场后,先是围着压棒机转了一圈又一圈,时间过半后,也指出了4项故障。他抬手擦了擦额头的细汗,屏息静气,神情专注,好长时间没有再说话。

就在大家以为比赛要成平局的时候,李洪学忽然盯紧了头节处的连接螺栓,由于螺栓承受的扭矩递减,这里的螺栓仍然保持接触但可能在开机瞬间断开。

赢了比赛,李洪学走出赛场。众人围拢他,热络地询问其赛场发挥、赛后感想,李洪学憨憨地笑着,和竞赛场上绷紧面孔的他判若两人:“去年以来,我们厂要求车间生产问题做到‘内部解决’。我们制丝车间就将设备轮保‘化整为零’,把任务分解到每天、每人。分段式设备保养模式的实施不仅让设备维护管理更精细,还在节能降耗方面要求员工做得更精细。我们每天都在机台前做着‘找茬儿’的工作,经验随着时间慢慢积累,才有了今天的成绩。”

“认真做只能做合格,用心做才能做优秀。”在长春卷烟厂制丝车间维修班组,制丝设备在班组成员眼里就是他们的“粮”,勤保养、勤清洁、勤油润,使得制丝主机设备故障停机率今年2月降为0.01%,制丝设备临修、急修率大为减少,提升了实实在在的“战斗力”。

(王莉萍)