

中原崛起的“数字坐标”

系列报道之

河南中烟篇

仅用“华丽转身”这个词已经不足以形容河南中烟工业公司一年多来走过的道路了。

在完成了税利首次突破百亿元的精彩一章之后,河南中烟领导层已经开始把战略的目光投向更远的地方。

两个月前,河南中烟确立了今年改革和发展的总体思路:以十七大精神为指导,深入贯彻落实科学发展观,突出品牌培育,推进改革创新,完善体制机制,强化队伍建设,切实提升一体化运作水平,努力打造规范高效、充满活力的市场竞争主体。

这预示着,河南中烟已经进入了品牌崛起的关键性时期,而烟草工业的崛起,也被正在快速崛起中的郑州乃至河南寄予了深切的期待。

晚报记者 祁京

率先晋身税利百亿企业,成为中原崛起重要支柱

河南中烟站上新起点

实现重点品牌向全国市场跨越,发展道路上迎接新挑战

税利百亿

作为全省第一家税利超百亿企业,河南中烟凝聚了河南人的中原崛起梦

“烟草企业由于其产品的特殊性,在公司企业公民建设方面,任务更为艰巨。我们过去进行了不懈的努力。河南中烟自2004年以来,累计向希望工程、受灾群众等捐助资金800万元,近期,我们还将投入1600万元,在全省范围内建设40所希望小学;由河南中烟独家赞助的“帝豪中秋助学”等公益活动,在社会上产生了广泛而深刻的影响。”谈到河南中烟的最大变化,其高层管理者更关注对整个河南经济的社会性影响。

2007年,是我省卷烟工业一体化运作的起步之年。河南中烟紧紧围绕“全力打造四个中心、精心培育重点品牌”的工作主题,积极探索,勤奋工作,重组整合迈出坚实步伐,生产经营取得两大突破,各项工作都取得了明显进步。产销规模突破300万箱,生产内销卷烟309.5万箱,销售308.2万箱,分别比上年增长4.57%和4.14%;实现税利首次突破百亿元,达到108.91亿元,成为全省第一家税利超百亿企业,比上年增长17.72亿元,增长19.43%,其中利润17.61亿元,增加4.44亿元,增长33.67%,超额完成全年目标任务。

河南中烟工业公司税利破百亿大关,这是在很多人的意料之中的。它由原新郑烟草(集团)公司、许昌卷烟总厂、郑州卷烟总厂三家烟草企业重组而成,没理由怀疑它的实力。

把优势企业集合,捏紧拳头冲击市场,却是河南烟草行业在经过了漫长的探索和探索之后确定的道路。在河南中烟重组之前,烟草企业虽然一直跻身中国企业500强,但河南企业排名却并不理想。虽然烟草业一直是河南省的支柱产业,烟叶产量曾长期居全国第一,卷烟产量也连续多年居全国之冠,但是河南卷烟工业企业数量虽多,实力却不强。尽管经历过一系列的重组,形成了新郑烟草(集团)公司、许昌卷烟总厂、郑州卷烟总厂三家上规模的烟草企业,但是,与全国骨干卷烟企业相比还有一定差距,在河南工业企业排名中也名次靠后。

正是因为这样,当河南中烟刚刚重组完成,就有业内专家为之拟定了远大的发展目标:在2至3年内,把河南中烟培育成为年创税利过百亿元的强势大企业,把核心品牌“帝豪”和“红旗渠”培育成全国大牌,努力在中国烟草行业10多个重点企业中占有一席之地,在中国烟草行业10多个重点骨干品牌中占有一席之地。这一体现公司制度核心内涵的道路,具有充分的远见。

“河南中烟税利过百亿元的目标,为的是把河南烟草品牌做强,锁定和培育核心竞争力,为国家作出更大的贡献。核心品牌的突破,为的是把“帝豪”和“红旗渠”的品牌做大,满足消费者需要,顾及的是社会效益。”河南中烟高层表示,这一目标体现了中国卷烟工业“国家利益和消费者利益至上”的有机统一。



有关领导共同启动河南中烟帝豪希望小学工程

“茗仕”风起 黄金叶(茗仕之风)首战告捷,为河南中烟的品牌战略开了好头

一个容易被他人忽视的小细节是,3月14日,黄金叶(茗仕之风)经销商座谈会在河南中烟郑州卷烟厂召开。

根据河南中烟内部资料报道,会议期间,郑州市商户代表来到黄金叶(茗仕之风)现代化的生产车间参观,全面接触和了解黄金叶(茗仕之风)的生产工艺及流程。座谈会上,商业公司的各位领导对黄金叶(茗仕之风)给予了高度评价。之后,商户代表纷纷发言,汇报总结黄金叶(茗仕之风)前期的销售状况,充分肯定黄金叶(茗仕之风)的品质和售后服务工作。同时,针对黄金叶(茗仕之风)目前的产品形象、渠道建设、销售策略等方面提出建议,并表示对黄金叶(茗仕之风)销售前景充满信心。

显然,这一经销商座谈会的召开,标志着新版黄金叶(茗仕之风)已经首战告捷,取得了开门红。

而另一条值得关注的消息是,今年2月,河南省名牌战略推进委员会、省工业经济联合会、

中部经济研究院和调查机构,联合向社会公布“最值得向世界推荐的十大河南品牌”。河南中烟工业公司三个品牌帝豪、红旗渠、黄金叶集体当选“最值得向世界推荐的十大河南品牌”,和宇通、白象、双汇等品牌一起成为河南的名片。

两相对应之下,河南中烟的品牌战略蓝图初现。河南中烟曾经给自己旗下的产品做出精确的规划:河南中烟将精心培育重点品牌,在全国烟草行业新一轮“大对大、强对强、快对快”的竞争态势下,坚持走品牌结构效益型的发展路子,努力促进全面崛起。为此,2008年,河南中烟确立“一个核心”,着力发展一二类卷烟;突出“两个一定”,一类烟一定要有重大突破,二类烟一定要固守阵地;明确“一个指标”,重点关注一二类烟的市场占有率。力争通过3年左右的努力,把河南中烟打造为美誉度高、竞争力强、盈利能力好的中国卷烟骨干企业。而这一宏伟的目标,除了两大支柱性品牌“红旗渠”和

“帝豪”之外,新版的黄金叶(茗仕之风)则被河南中烟看做突破高端市场的一柄利器。

河南中烟相关负责人介绍说,黄金叶(茗仕之风)是河南中烟一体化运行后,经过精心研制、重点推出的高档卷烟品牌,产品于2008年1月在郑州上市。经过几个月的市场考验,呈现出喜人的旺销局面。“我们今年的目标就是在品牌上,尤其在高端市场一定要形成有较大影响力的重点品牌。”这位负责人表示。

“我们要更加重视品牌培育,在提升水平和提高品位上下工夫。重点品牌是影响公司发展的决定性因素,必须牢牢抓住这个突出重点。这就要求,认真研究全国卷烟品牌的发展态势,积极拓展我们品牌的发展空间,制定《河南中烟品牌发展战略规划》,有效指导我们的重点品牌后来居上、异军突起。”河南中烟高层领导在一次公开的会议上为中烟品牌战略指出明确的目标。

路还漫长 面对新的竞争形势,河南中烟要做的事情还有很多

河南中烟负责人表示,当前,我省卷烟工业正处于改革发展的关键时期,站在新的竞争和发展起点上,河南中烟从上至下均倍感时间越来越紧,挑战越来越严峻。

摆在河南中烟面前的第一个挑战是竞争对手发展速度的加快,在行业加快推进“两个跨越”,全国大品牌、大市场加快形成,对高端市场、优质原料竞争日趋激烈的形势下,如何进一步加快产品研发,有效提高产品的科技含量和适应市场的能力?如何确保优质原料供应,支撑重点品牌尤其是一二类卷烟加快发展?如何进一步改进加强市场营销,

有效提高品牌竞争力和市场开拓能力,努力调整优化市场布局,实现重点品牌向全国市场的跨越?这些都是河南中烟在新的一年里亟须解决的问题。

而在行业发展步伐加快、竞争对手实力升级、发展坐标整体上移的情况下,如何向内使劲,加快产品研发、市场营销、物资采购、生产制造“四个中心”建设,提高一体化运作水平,进一步优化资源配置,提高运行效率,增强发展活力,跟上行业发展步伐,逐步实现位次前移,则是河南中烟在发展道路上必须面对的挑战。

河南中烟高层负责人指出,企业一体化重组后,随着公司内部整合与改革的深入推进,一些新情况、新问题需要去思考、研究和解决。

为此,在2008年,河南中烟将更加重视四个中心建设,在优化流程和完善机制上下工夫。继续把四

个中心建设作为促进工业公司向生产经营实体和市场竞争主体转变的重要途径和有效抓手,按照统一协调、明确职责、减少环节、高效顺畅、提升水平、提高效率的要求,加快内部整合,优化业务流程,完善体制机制。

“当前,中国烟草改革的步伐正在日益加快。河南烟草工业的发展既面临难得机遇,又存在严峻挑战。全年税利百亿元是一个高点,同时也仅仅是一个起点。打造强势品牌,提升河南烟草工业到一个更高的层次,使之以更强劲的动力去参与全国乃至国外市场的竞争。在做大做强、实现崛起的道路上,会面临各种成长的烦恼。对此,我们既需要冷静的思考,更需要果断的行动;既需要稳妥的态度,更需要向前的勇气。”展望河南中烟的发展之路,该公司负责人这样表示。