

# 再造“金字塔”

## ——湖南中烟对社会责任诠释

特约撰稿 唐儒珍 邹智云 王珊

(上接 A1 版)

2008年10月11日,国家税务总局发布2007年度中国独立企业属地纳税百强名单,湖南中烟以235.62亿元高居全国第三,行业第一!

2008年,面对接踵而至的冰灾和地震灾害,湖南中烟的14000多名员工用爱心彰显责任,用爱心传递温暖;企业和员工的各项慈善捐款达2800多万元。他们用感恩的心、慈善的爱,抚平一个个“芙蓉学子”和受灾民众的伤痛,增添他们摆脱严寒,走向春天的力量!

**奠基篇:**造一流产品,做一流企业,为行业立样板,为发展奠基。

在一般人眼里,企业尽社会责任,无非是捐点钱,拿着支票在电视上亮相,在报纸上显摆。这是对社会责任理解的浅薄,是市场经济大潮初期另一种形式的低层次的浮躁。

湖南中烟人对社会责任的认识全面而深刻。以周昌贡总经理为班长的领导班子里,对社会尽责,首先必须强基固本,就是把企业做大,把品牌做强。企业有实力、有强大的盈利能力和发展后劲,才有底气履行社会责任,就像建金字塔,基础不牢,地动山摇。

这一判断,来源于他们对全球烟草行业发展态势的深刻分析,来源于他们对烟草行业发展趋势的准确把握。

从国际形势看,随着世界控烟运动的高涨,全球烟草行业正发生深刻变化,国际烟草巨头不断兼并重组,瓜分全球市场。上世纪末,英美烟草公司先后收购美国烟草公司和乐富门国际公司,日本烟草公



湖南中烟为奥运湘军壮行

司收购美国雷诺烟草公司的海外业务。全球烟草经过大并购、大洗牌,形成英美、日本烟草公司三大寡头分庭抗礼的格局。品牌融合凸显强者恒强的不二定律:2007年,奥地利的万宝集团在180个国家和地区开设生产点,单品牌销售达1000万大箱,销售收入超过500亿美元。

从国内看,上世纪八十年代,187家烟厂600多个品牌群雄乱战。乱战的结果是:大的吃不饱,小的强不了!

加入WTO和世界控烟公约组织后,中国烟草行业的有识之士冷静地认识到:以我国烟草行业的微小差距应对国际烟草巨头的强大竞争,必须在适当时期在全国烟草行业打造十多个行业领先企业,十多个行业领先品牌,淘汰落后的生产力量,把卷烟生产计划这一稀缺资源向优势企业和优势品牌集聚!

一场声势浩大的企业重组和品牌整合攻坚战,在全国烟草行业悄然打响!到2007年,中国烟草行业呈现出大对大、强对强的可喜格局。原先的187家烟厂整合成17家实力雄厚的中烟公司,20多个强势品牌取代原先的600多个品牌,重新划分中国烟草市场的新格局。

在这场企业与品牌的大整合大牌中,湖南中烟人勇敢地担当了行业的先行者。

从上个世纪90年代开始,湖南中烟加快了抓大放小,“关停并转”的步伐。从1997年至今,我省先后“关停并转”11家小烟厂,调

整的卷烟生产计划用来做大“芙蓉王”和“白沙”两大品牌。2007年,湖南中烟与长沙、常德两大烟厂重组,湖南中烟工业有限责任公司破茧而出,再一次书写了湖南烟草工业强强整合的新篇章。

企业与品牌重组,仅仅是湖南中烟实施品牌战略、强筋固本的初始选择。紧盯国际同行的先进技术与管理手段,不断提升技术素质与管理水平,在短时期内缩小与国际领先水平的差距,已成为湖南中烟人奋起直追的战略选择,强基固本的宝典。

认清理清思路,思路决定出路。一场创新的热潮在湖南中烟涌动,公司上下人欢马跃,一派盎然生机。

在工艺设备更新上,湖南中烟敢下血本。近年来,公司先后投资20多亿元进行技术改造,他们成套引进德国、意大利等国的先进设备,不断提升工艺水平,提高生产效率,按订单生产,响应市场的能力大大增强。长沙卷烟厂完成“十五”芙蓉王二期工程。常德卷烟厂“芙蓉王”扩能生产线在10月底如期竣工。郴州、零陵卷烟厂装备填补空白,四平卷烟厂按照“白沙”的生产要求改造了制丝线,吴忠卷烟厂进行整体技术改造,装备水平大幅提升。长沙、常德烟厂紧盯世界级烟草巨头,着手打造“国际一流行业样板工厂”。万宝路生产商奥地业公司的代表在考察长沙烟厂后,高兴地称赞“长沙烟厂堪称国际一流”,果断地选择长烟作为万宝路品牌的合作伙伴。

在管理手段提升上,湖南中烟倡导创造需求、引领消费的品牌理念,践行以人为本充满活力的管理

率先实现省外均质化生产和品牌输出的第一名品牌,连续六年单品牌销量全国第一。国家烟草专卖局局长姜成康在多次考察长沙烟厂后,对此给予高度评价:“白沙”迈开了追赶世界级品牌的步伐,白沙品牌堪称中式卷烟的代表。

“白沙”在国内市场攻城掠地,“芙蓉王”则以王者之气,雷霆之势



朝气蓬勃的芙蓉学子

重构国内高端卷烟品牌市场格局。在近三年的品牌整合中,湘烟品牌结构呈现出“芙蓉王”主攻高端市场,“白沙”主攻中端市场,“芙蓉”主攻低端市场的良好分工。过去,长沙、常德两厂的营销队伍互为竞争对手,“刀兵相见”,英雄相惜。如今两支队伍融为一体,携手对外,配合默契。他们转变营销观念,由产品销售向市场营销转变,大力开拓省外重点目标市场,推进工商协同营销,加强市场需求预测,把握投放节奏,注重终端销售。省内市场进一步稳固,省外市场进一步拓展,三大品牌保持需求旺盛、价格坚挺的良好态势。

2008年,“芙蓉王”和“白沙”的省外销量双双超过省内市场,受到国家烟草专卖局领导的高度评价。特别是“芙蓉王”,近三年年均销量递增30%,产量由2006年的33万大箱上升到今年的54万大箱,单品牌销售由2006年的145.2亿元上升到今年的237.6亿元,成功摘取了高端中式卷烟销量第一的桂冠。

这些年来,湖南中烟人苦苦探索、默默耕耘,努力打造中式卷烟代表品牌,致力于成为中式卷烟技术标准的倡导者、制订者和执行者。这一宏伟蓝图,如今正在变成现实!

**使命篇:**为国家创造财富,为社会创造效益,为客户创造价值,为员工创造机会。

刚刚品味百年奥运国人的激情盛宴,三鹿奶粉事件却像一瓢冰水,猛的浇在国人的心头:我们食用的牛奶中,竟然含有超标准的三聚氰胺!

国人愤怒了!他们将有毒牛奶倒进臭水沟。媒体愤怒了!舆论在声讨,在反思:企业追求利润岂能不顾手段?道义和责任何在?党和国家领导人震怒了!在一次座谈会上,温家宝总理说:“企业家身上应该流淌着道德的血液,而不能只流淌着利润的血液。”

两百多年前,德国哲学家康德在《实践理性批判》中写道,头上的星空和心中的道德法则,在我们心灵里日久弥新,充满永恒的惊异!

道德是一切制度运行的社会土壤,在一个国家的文明框架中,道德与法律唇齿相依,缺一不可。

无论是企业品牌,还是省外市场扩张,湖南中烟人始终坚守道德原则,坚持依法经营,把社会责任融入血脉,融入生产经营的每一个环节。在公司总部醒目的电子屏上、在公司的企业文化手册中、在生产线和经营流程中,湖南中烟将公司使命烙印在每一个员工的心头:为国家创造财富,为客户创造价值,为员工创造机会,为社会创造效益。

生产高品质产品,提供高附加值服务,是湖南中烟对顾客的郑重承诺,他们不放过任何一个可能影响产品质量的细节。公司拥有国家级技术中心,每年投入近2亿元开展降焦减害等专题研究。烟支焦油含量由2000年的平均每支近14毫克,降至现在的12毫克,接近国际

先进水平。长烟人将“包包精品、支支一流”的质量观落实到每一个工艺流程,精确复制到省外的每一个生产点,创造了“亿支万件”无质量缺陷的神话,而且记录还在不断刷新。常烟人像爱护自己的眼睛一样爱“芙蓉王”品牌。从制丝车间到卷烟车间有一段400米长的水泥路,为了不让烟丝的水分受影响,常烟

精心生感激!对员工的关怀,对客户的尊重,每一次细致,都在坚守,都在传递,都在传递一种价值,都在为湖南中烟的品牌镀上耀眼的亮色!

**慈善篇:**为什么我的眼里常饱含热泪,因为我对这土地爱得深沉!湖南中烟人深信:公益塑造形象,慈善彰显品牌!

2008年11月21日,三台大货车奔行在湖南前往四川理县的崇山峻岭中。一处处震垮的房屋废墟从车窗前闪过,勾起人们对汶川大地震的惨痛记忆。

车上满载着崭新的棉衣棉被,押车的湖南中烟工贸部副部长熊丽萍心潮难平:这已是她第二次到地震灾区赈灾,每次见到灾区的惨景,她都凄然泪流。这次,她要代表公司,将40多万元饱含湖南中烟人关爱温度的御寒棉被,送到灾民手中……

面对天灾,面对殒命的同胞,湖南中烟人担当大责,奋起赈灾。5月12日晚,汶川大地震爆发当天,周昌贡总经理赶紧中断在北京的会议,连夜赶回公司会商。1000万元带着关爱的捐款通过湖南省总工会转往四川灾区。

9月的西安交通大学里,迎新的笑脸写满秋日的暖意,抒写着对未来的憧憬!

来自汶川地震灾区的蔡威同学拿着大学通知书,神情自信而坚定。作为湖南中烟“芙蓉学子”——情系5.12四川汶川地震灾区”特别助学项目的受益人之一,他将每年获得“芙蓉学子”5000元的奖学金,直到大学毕业。

这是芙蓉学子十年公益实践的又一新案例,它标志着中国的公益品牌已实现从“关注一刻”到“关注一生”的理念升华,丰富了责任中国语境下的公益内涵。

汶川地震让灾区蒙难的同时,也在检验企业公民的社会责任心。灾难发生后,湖南中烟公司领导和工作人员第一时间奔赴汶川,迅速启动“芙蓉学子——情系5.12四川汶川地震灾区”特别助学项目。2008年7月又启动了援建“芙蓉学子抗震希望学校”新项目,仅建校款就需200万元。资助灾区应届大学新生360名,金额180万元。从2009年开始对“芙蓉学子抗震希望学校”的困难学生给予资助,每人每年将获得1000元的助学金。

润物细无声的背后,“芙蓉学子的公益品牌又一次焕发熠熠的光彩。

从1998年发起,最初投入仅



芙蓉学子代表深情致谢



湖南中烟向四川理县地震灾区捐赠棉衣棉被

40万元的公益“试水”,到2008年的1288万元,“芙蓉学子”在不附带任何功利色彩的初衷下,已走过十一年历程。如今,“芙蓉学子”已资助和奖励8180名优秀大学生,累计捐助达5154万元。奖励、资助范围已覆盖全国20多个省、市、区。十年耕耘雨润八千学子,“芙蓉学子”已成为生于湖南,面向全国著名公益品牌。

相关资料表明,我国国内工商注册登记的企业超过1000万家,有过捐赠记录的不超过10万家,99%的企业从未参与慈善捐赠。拥有社会财富在70%以上的大陆富豪,对慈善事业的捐赠小于15%。在过去的十年里,平均每个国人一年仅捐一元钱……

源于“敢为人先、勇于担当”的湖湘精神,源于对祖国、对土地的炽热情怀,源于潜心做事、低调做人的职业操守,湖南中烟人用一次次无声的慈善行动,诠释了一个企业公民的社会责任。

复旦大学教授薛求知认为,所谓企业公民,就是企业从纯粹追求经济盈利的主体,转变成对社会和自然肩负有义务和责任,追求经济、社会和环境“三重盈余”的组织,不断丰富慈善活动的内涵。在十余年的实践中,“芙蓉学子”在探索:如何从关注大学生的入学一刻进而关注他们的一生?如何进一步提升“芙蓉学子”的品质?如何引导大学生树立正确的心智结构和精神信念?

在这样的深层思考下,“芙蓉学子”与时俱进,不断推出新的慈善项目,2005年推出“芙蓉学子精英成就实验室”;2006年,“芙蓉学子自强计划”;“芙蓉学子精英激励行动”等纷纷出台;2007年,“芙蓉学子情系烟农”、“芙蓉学子榜样力量”优秀大学生评选活动等应运而生。

相对于发达国家来说,我国的公益事业还刚刚起步,但“芙蓉学子”以其稳定性、成长性、丰富性的活动内容,深刻的文化品质和精神内涵,探索了一条具有中国特色的高校助学的公益之路。

可以期望的是:未来中国将有一批精英,正从“芙蓉学子”这条美丽的湖湘地平线上出发。

“传递爱心,成就你我”!“鹤舞白沙,我心飞翔”!湖南中烟人用创造的手、用慈爱的心成就的社会责任金字塔,必将在神州大地绽放光芒!