

# 最新烟草商业财务工作报告总结 烟草商业企业科技创新途径研究(精选5篇)

在当下社会，接触并使用报告的人越来越多，不同的报告内容同样也是不同的。那么，报告到底怎么写才合适呢？下面是我给大家整理的报告范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 烟草商业财务工作报告总结 烟草商业企业科技创新途径研究篇一

**摘要：**科技是第一生产力，科技创新已经成为一个企业、国家持续发展的动力。而作为一个国家的重要行业，烟草商业企业的持续健康发展同样离不开科技创新。烟草商业企业科技创新途径的研究和推进商业企业科技创新工作，对于烟草企业有着重要意义。

烟草商业企业的科技创新涉及范围广，从烟草农业到烟叶复烤加工过程，从烟草生产经营到烟草商业的物流配送等各种环节，无一不需要科技创新。烟草商业企业开展科技创新需以企业为主体且产学研相结合。烟草商业企业科技创新的途径应以科技创新目标管理为基础，推广科技的开发与应用，并且开展商业企业的科技项目研，坚持以技术创新为支撑，以科技规范管理为保障，从而使烟草商业企业的科技创新工作得到落实。

### 1、增强观念的创新意识

企业科技创新能力的高低，在很大程度上与人思想素质的高低和人的积极性、主动性、思想创造性的发挥有关。对于商业企业来说，职工的思想观念决定了科技创新能否落到实处。因此，企业要做好科技创新工作，首先领导干部要解放思想、转变观念，让科技创新的理念和观念从上至下得到普及，让

基层员工从思想上认识到科技创新对企业发展的重要性。要采取多种多样的宣传形式，鼓励员工参与创新；要在日常工作考核中加强科技创新的比重，引导员工解放思想，提高创新意识。

## 2、提高对人才的重视

科技创新是生存发展的利器，是企业的灵魂所在，而科技创新的主体是人才。因此一个企业需要对人才，尤其是创新型人才进行引进和培养。进而来加强烟草企业重要岗位的高技能人才队伍建设，通过建立一支规模可观、结构合理的创新型人才队伍，烟草企业不仅可以实现科技的创新，更能良性持续发展，在激烈的竞争中处于优势地位。烟草企业可以采取以下措施。培养和吸收高科技人才，建立长远的人才发展战略规划，营造尊重知识、重视人才、以人为本的环境，为人才提供学习、深造、发展的广阔空间；健全职工培训制度，通过教育和培训方式，提高员工的综合素质和创造能力，使员工适应企业发展变化的要求，为员工创造更多接受知识和技能的机会；给基层科技人才机会，通过鼓励基层科技人员参与到科技项目实施的过程中来，从而提高创新能力和热情。在市场经济的形势下，企业管理者应该充分认识人才是多种类型的，企业的发展需要各方面的人才，应重视企业中有专长、有潜力的职工。

必会对于开展现代烟草农业奠定坚实的基础。

4、长远目标与短期目标相结合烟草商业企业科技工作是企业发展的一项战略性工作，企业科技创新要着眼于企业的长远发展，具有长远的计划性和发展的前瞻性。开展科技创新工作既要有长远目标，又要有短期目标。科技创新要以计划管理为基础，以科技创新目标管理为引领，以科技项目研究为载体，以规范管理为手段。科技创新工作要建立在实施科技计划的基础上进行。通过长远目标与短期目标相结合，能为开展科技创新活动提供体制机制的保障，确保科技创新工作

有目标有方向有内容。企业坚持科技创新的长远目标和企业科技工作的短期目标有效地结合，以科技创新目标管理为引领，以科技项目带动各单位开展科技创新工作并规范管理，从而使烟草企业的科技创新有目标地开展。

此外，烟草商业企业还应该健全企业的评价激励机制。目前，一些商业企业科技创新的氛围不浓、管理松懈，造成这些现象的原因之一就是没能形成有效的评价激励机制，导致部分职工缺乏科技创新的积极性。商业企业良好的科技创新，应通过健全评价激励机制，从而激发员工的创新热情，而且良性竞争还能增强科技创新队伍的活力。企业通过制定公平、公正、公开的评价激励机制，在全面了解员工需求的前提下，根据外部和内部环境变化制定出相应的政策，充分挖掘员工科技创新潜能。烟草企业依据科技创新工作的特点，采用不同形式的激励方式，通过鼓励员工科技创新，奖励员工主动创新，激发员工主动参与科技创新的热情。参考文献：[1]. 陈伟明. 烟草商业企业科技创新的定位于路径选择.[j]广东农业科学. 2009，（05）

[2]. 张立艳. 商业企业现代化之路——观念转变与创新.[j]. 中央财经大学年报. 2005（02）

[3]. 陈秋梅. 竞争国际化时代我国烟草企业发展对策研究.[j]江苏商论. 2005(02)

## **烟草商业财务工作报告总结 烟草商业企业科技创新途径研究篇二**

摘要：营销创新，是21世纪中国企业的必然选择，更是卷烟商业企业的必然选择。当前卷烟商业企业在营销管理中存在着忽视市场差异化、忽视企业形象营销等不足。卷烟商业企业创新营销，应围绕以市场为取向的“按订单组织货源”经营模式，加强营销观念的创新，加强营销方法的创新，加强

营销人才的创新。

关键词

： 卷烟商业企业 创新 营销

随着中国越来越深入的融入经济全球化和世界贸易组织[wto]体系，烟草行业以“按订单组织货源”为核心的改革进入最关键的阶段。国家局副局长张保振在全国烟草行业“创新年”座谈会讲话中强调，当前全行业要重点抓好四个方面的创新：一是要抓好以提高中式卷烟品牌质量为主体的技术创新；二是要抓好以信息化为载体的管理创新；三是要抓好以电话订货、网上配送、电子结算、现代物流为流程的营销创新；四是要抓好以“两个至上”为核心的文化创新。作为卷烟商业企业，如何顺应形势的发展变化，抓好以电话订货、网上配送、电子结算、现代物流为流程的营销创新，是实现全行业健康、协调、可持续发展的重要一环。本文通过对当前营销环境的一般性分析，寻找卷烟商业企业营销管理上的一些不足，探讨卷烟商业企业创新营销的几个主要途径。

## 一、卷烟商业企业创新营销的必然性

20世纪的中国企业营销，应该说走的是一条以模仿为主的道路。改革开放近30年来，西方企业营销理论与方法从引进传播到推广应用，多数企业基本上是“照猫画虎”，而且相当多的企业也确实从中收获了利益。那么，进入21世纪后，我国企业营销是仍然走以模仿为主的道路还是走以创新为主的道路呢？答案是毫无疑问的，尤其是作为经营特殊性较强的卷烟商品，卷烟商业企业的营销，离开了创新，也就离开了发展的主干道。

### （一）创新营销是21世纪中国企业发展的必然选择

1. 买方市场的形成。20世纪末，由于我国经济“软着陆”的

成功，我国市场开始出现全面过剩现象。而随着经济的快速发展，各行业竞争的加剧，不仅生活资料、生产资料过剩，甚至连垄断性产品如航空、电信、卷烟等均出现供过于求的状况。中国市场已由过去的卖方市场进入到买方市场。在买方市场条件下，由于总供给大于总需求，因而企业一味仿效别人的生产和营销则难以成功，只有走创新之路，形成自己的营销特色，才能真正得以生存与发展。21世纪的我国市场是一个长期的买方市场，坚持创新营销，是企业立足于买方市场之宝。

2. 知识经济的挑战。21世纪是知识经济的时代，知识经济将逐步替代工业经济成为国际经济中占主导地位的经济，知识经济作为一种创新型经济，强调创新应成为经济增长的发动机。在知识经济条件下，企业竞争力的大小取决于其创新能力的强弱。企业创新能力包括多个方面，营销创新能力是其核心要素之一，企业只有大力开展营销创新，才能更好地迎接知识经济的挑战。

## （二）创新营销是行业自身发展的必然选择

1. 进入wto的承诺和世界卫生组织[who]的限制。随着时间的推移，烟草行业逐步兑现入世的承诺。2004年，按照wto市场准入协议，中国从美国进口卷烟关税从65%降低至25%，中式卷烟已经面对了一次进口卷烟的价格冲击。而随着中国[who]烟草控制框架公约》的签署，市场对烟草广告的控制以及对吸烟场所的有关规定，进一步限制了卷烟的市场推广。目前，英美公司和菲莫公司等烟草巨头正加紧对中国卷烟市场的调研，准备新一轮对中国卷烟市场的渗透。烟草行业如果不及时采取有效的营销策略以积极应对，卷烟市场的损失将不可避免。

2. 可持续发展的要求。国民经济的可持续发展，关键在各企业实现可持续发展。而卷烟商业企业的可持续发展就必须避免以往以计划为主导的经营模式，实行以市场为价值取向

的“按订单组织货源”的“洁净化”生产和营销，打破地方封锁和行政保护，不断降低卷烟库存，减少滞销卷烟的产生，杜绝卷烟资源的浪费，维护国家和消费者的利益。而要实现这一目的，就要求我们必须加强企业各方面的管理，尤其是在营销上必然要放弃传统工业时代的营销做法，探索新的营销思路，进行营销创新。

## 二、当前卷烟商业企业营销管理存在的不足

诚然，烟草行业不论是工业企业还是商业企业，在创新营销方面已经迈出了比较坚实的步伐。从实行卷烟访送分离，到实行卷烟大配送，再到目前实行的订单供货，这一切的营销创新，为整个行业带来了实实在在利益，也为国家创造了巨大的效益。但是，在微观的经济领域，个人认为，卷烟商业企业在营销创新方面，依然存在不尽人意的地方。

巨大的销售压力，另一方面工业企业也受到整合后品牌产能不足的现实压力，导致了消费者的不满意。如何在打造“大企业、大市场、大品牌”的同时，兼顾区域市场的特性，不论是卷烟工业企业还是商业企业，都应该进行慎重调研和选择，避免市场份额的丢失。

（二）商业企业更多的专注于对市场的营销，忽视对行业整体形象的营销。在当前建立和谐社会的大背景下，烟草等垄断行业处于全社会各阶层的密切关注之下，烟草行业的发展不论是兴旺发达，还是停滞不前，都会引起全社会的口诛笔伐。行业发展得好，人们就认为是垄断体制的保护取得的成果；发展得不好，人们就认为有体制的保护还发展得不好，实在是烟草行业的悲哀。而造成这一状况，除了传统文化的影响之外，与烟草公司长期专注于行业经济效益的增长、专注于市场的开拓，忽视对行业整体形象的营销有很大的关系。对行业整体形象营销的不足，必然导致外界对行业的不理解、不满甚至厌恶，对行业的发展造成不利的影响。

（三）在日常的营销事件中，市场主要由工业企业“行销”，商业企业只起到配合和监控的作用。在日常的营销管理工作中，各卷烟商业企业的客户经理付出了艰辛的努力，也获得了较好的营销成果，但在具体的一些营销事件中（如品牌推广等），起主导作用的往往是工业企业，商业企业一般只起到配合和监控的作用。商业企业在具体营销事件中的缺位，一个明显的表现就是，营销工作的效果我们用不着关心，关心的应是工业企业。而由此造成的影响是商业企业往往在一个具体的品牌营销方面，缺乏独立的战略规划。多年来，商业企业经营的卷烟品牌来来往往，生死幻灭，包括对一些品牌的强行替代整合，但能一直保持稳定销售的品牌并不多，那些在区域市场表现不好的品牌，除了工业企业的责任，商业企业一样难辞其咎。

### 三、卷烟商业企业创新营销的主要途径

（一）营销观念创新。21世纪的知识经济不同于20世纪的工业经济，智力资本将成为第一资本，决定着企业面向未来的竞争优势。智力优势是知识经济时代的最重要优势，微软公司在资产负债表上的资产总额只有通用汽车公司资产总额的4%左右，而它的市场价值却相当于通用汽车市场价值的4倍。之所以如此，是因为微软生产经营的是知识经济时代的重要产品——电脑软件，而通用生产经营的是工业经济时代的典型产品——汽车。在知识经济时代，企业的营销观念也要相应转变，要树立知识营销观念、高度重视知识、信息和智力，凭知识和智力而不是凭经验在日益激烈的市场营销战中取胜；要树立绿色营销观念，向市场提供危害小的产品；要树立亲情营销观念，将顾客（客户）当作自己的“朋友”、“亲人”而不是“上帝”。当前，烟草行业的原始积累早已完成，凭借雄厚的资金实力，生产低危害的卷烟制品，构建以高科技设备为信息支撑的营销网络都不是问题，而我们要做的，就是以此为基础，迅速抛弃以往“要我创新、逼我创新”的被迫式营销思路，向“我要创新”的营销思路转变，通过与顾客做“朋友”，而使顾客成为企业永远的“朋友”，构筑

起坚实的亲情式营销网络。

（二）营销市场创新。即建立工商一体的营销组织，协同进行市场营销，开发新兴市场。前面已经说过，在市场营销方面，工业和商业往往并不同步，甚至目标并不一致。而通过建立起工商一体的营销组织后，可以确立双方明晰的营销计划和目标，实施工商协调一致的营销步骤，达到双方各自规划的营销战略。2006年末，各卷烟工业企业因为“打造大品牌”和税收等多方面原因的影响，加强了卷烟品牌的整合，尤其是加强了对低档卷烟品牌的整合，使部分低档卷烟牌号供应量大大减少，而卷烟商业企业也对此预计不足，导致了今年上半年低档卷烟销量下滑严重。这种对农村市场某种有意无意的忽视，一方面反映了我们潜意识的专卖心态，另一方面也说明了我们工商协同营销的必要性。事实上，不光是农村市场，有待我们去开发的市场还很多。以我市为例，随着新特区的建设，各种大型会议会越来越多，来我市开展商务和旅游观光的国内外游客会越来越多，xx的商务市场和旅游市场必将越来越兴旺。如果仅仅靠工业企业去发掘这些市场，一般只能取得一些短期的效果；如果采取工商协同营销的方法，则会取得长期的效益。

（三）营销方法创新。营销方法的创新有很多，对于当前的卷烟商业而言，个人认为最主要的是加强行业整体形象的营销和加强卷烟营销服务体系的建设。

（1）企业形象营销。开展公益营销，既是表现企业社会责任、提升企业形象的最好方式，也是赢得政府认同、打造企业品牌影响力的有效途径。而出色的商业化运作则使得公益赞助变成一种社会受益、企业有利的双赢行为，并使企业有动力不断的进行循环投入。长期以来，虽然我们也做过很多树立企业形象的善举善行，但效果并不明显。面对政府的号召或者忽如其来的自然灾害，烟草企业往往不惜调动大量资金或物资捐献给社会，开始是轰轰烈烈感人场面，但随着赞助过程的结束，我们发现自己的“义举”就像如风吹过——媒体



在报道时轻描淡写，政府在总结中一笔带过，普通民众对此一无所知。很显然，我们的形象营销存在着缺陷。我认为，这主要是在商业化运作和长期性投入方面存在问题。企业公益营销，也必须策略先行，必须将公益营销视同企业其他营销行为一样，预先将整个过程的每个步骤考虑周到，包括何时赞助、赞助多少、何时举行新闻发布会、是否邀请政府官员见证媒体宣传计划以及如何执行等等。只有考虑充分，把握得当，才能我们避免成为“无名英雄”，使结果朝着我们所希望的方向发展。另外，必须将公益营销视为企业的一项长期的商业战略，进行有计划的持续投入，持续的投入才能获得持续的回报，也才能获得媒体持续的报道和关注，不断提高企业的美誉度。

（2）创新营销服务。在当前卷烟商业企业的营销工作中，营销服务也通常为零售客户和消费者所诟病。我们营销的目的，是在整个营销活动过程中不给客户留下任何遗憾，而在现实的营销过程中，却是客户经常有满腹的怨言。比如紧俏货源分配的问题、送货包装的问题、皱损卷烟的问题等等，经常是客户投诉的热点。要解决好这些方面的问题，就有必要创新营销服务。一是建立起零缺陷的营销服务管理机制，从机制上杜绝产生不良服务的源头；二是建立完善的事后追踪的服务营销网络，解决产生服务不当而导致的投诉。事实上，零缺陷的机制并不能保证零缺陷的服务（世界上从来不会有永远正确的服务），只是从制度上剔除不应有的服务现象；而当真正产生不良服务时，就必须要有有一套完善的服务营销网络，及时化解由此产生的不良后果。诚然，我们也有自己相应的服务营销网络，但并未能真正解决客户的一些合理要求。为了加强销售，美国西南航空公司为了安抚不断投拆航空服务的顾客，专门设立了一个“首席道歉官”，相比较他们的真诚，我们实在是有很多需要完善的地方。

（四）营销人才创新。尽管营销创新的内容相当广泛，但最关键的是人才创新，没有人才创新，其它创新就是一句空话。21世纪的营销人才不再仅仅是经营型的营销专家，而应是知

识型的营销通才。营销创新能否在21世纪成为卷烟商业企业营销的主旋律，关键就取决于是否拥有一批知识型的营销人才。

1. 加强营销人才的教育培训。目前，在卷烟商业企业以客户经理为主体的营销人员，尤其是农网的营销人员中，很多人的文化素质还相对较低，在部分烟草公司，不会使用电脑或电脑应用不熟练的客户经理还很多。所以，我们必须通过多种方式多种层次的教育和培训，培养出一大批具有强烈的社会责任感和企业责任感、拥有较高文化素养的、富有强烈的创新精神和进取心的、知识应用能力较强的营销通才，为企业的创新营销打下坚实的智力基础，以应对来自日益激烈的营销市场的挑战。

2. 建立营销人才的选拔和考核机制。开展对各级各类营销人员的技能鉴定，加强对营销人员的技能考核，促使营销人员不断学习，不断进步，促使营销人员不断实现从“人员”到“人才”的转变。只有建立起了营销人才的选拔和考核机制，才能使营销人员不断更新自身的文化知识，不断完善自身的业务技能，才能保证整个营销队伍的生机和活力。

总而言之，对当前卷烟商业企业营销管理存在的问题进行分析，探讨商业企业进行创新营销的途径是具有现实意义的一项重要工作。如果没有营销的创新，在“按订单组织货源”的经营模式下如何取得新的突破就会成为空谈。只有勤于摸索，大胆尝试，利用好行业实行订单供货的历史改革契机，创新营销，才能实现行业持续、健康、和谐和稳定的发展。

## **烟草商业财务工作报告总结 烟草商业企业科技创新途径研究篇三**

质量管理体系是企业质量管理工作的基础和保障，任何企业客观上都存在一个质量管理体系。由于企业在质量管理成熟度水平方面的差异，使不同企业的质量管理体系在规范性和

有效方面有所不同。随着质量管理体系标准和先进管理模式的产生以及认证制度的出现，质量管理体系建设也更加规范化和标准化。

## 一、烟草商业企业中推行质量管理体系的重要意义

### （一）推行质量管理体系是企业发展壮大的必由之路

从质量管理体系产生的背景来看，其产生的一个主要原因是企业自身发展的要求。随着企业的发展壮大，企业必须采取更为现代化的管理模式，将所有生产经营活动科学化、标准化。近些年，为了适应市场竞争的新环境，商业企业在网络建设、经营模式及管理等方面都有较大的提高，但从总体上看，仍存在机制滞后，效率低下，责权不清，监督失控等问题，这些问题必须通过推行质量管理体系加以解决。

### （二）推行质量管理体系是企业与市场接轨的必然选择

国际竞争力，扫清障碍，最终在激烈的市场竞争中赢得更广阔的生存和发展空间。

### （三）推行质量管理体系工作有助于提升服务质量

烟草商业企业进入社会流通领域的产品其实是服务，质量管理体系的核心理念是以顾客为关注的焦点，致力于满足顾客需求，力争超越顾客期望，使顾客得到满意。商业企业建设的销售网络是否有强大的生命力，关键取决于服务建立质量管理体系，有利于实现服务的标准化、程序化，从而理顺业务流程，提高服务质量，提高工作效率，打造服务品牌，使客户对我们提供的服务感到满意。

（四）推行质量管理体系工作有助于提升企业内部管理水平提高企业员工素质，激发员工的积极性和创造性，这是贯彻落实质量管理体系的着眼点。企业内部不规范的现象产生的

根源是各项基础管理制度落实不到位、岗位职责不清、监督控制不严。通过推行贯彻落实质量管理体系，能够切实提高企业管理水平和运行效率，搭建高效顺畅、协调运转的基础管理平台，使员工激发出巨大的积极性和创造性，自身的潜在智力与能力才会得到更大限度的发挥。这样，企业才能充满活力，呈现出生机勃勃的局面。

## 二、烟草商业企业推行质量管理体系存在的问题

### （一）没有从根本上把握客户的需求

动接受服务时也不领情。企业付出了很大的努力，但没有取得预期的效果，如何真正摸清客户的需求，进而提供符合其需求的个性化标准服务。

### （二）质量管理体系与实际工作联系不紧密

近年来，营销模式、专卖模式、管理模式正在不断发生变化，已经制定的质量管理体系文件能否跟得上工作的变化，随着工作的变化不断更新，避免出现体系文件、实际工作“两张皮”的现象，确保体系文件的适宜性。

### （三）指标设置不全面

作为烟草商业企业，存在片面强调销售、利润指标的倾向，而对其他软性目标的认识比较模糊，质量目标不成体系，上级目标没有下级目标支撑。质量目标测量方法不明确，对目标缺乏定量的考评，质量目标不能发挥引领作用。同时，由于烟草商业企业的特殊性质，体系文件执行不严格，经验主义比较严重，体系文件执行率不够高，质量管理体系不能真正发挥规范的作用。

### （一）转变认识，全力保障

做到工作有程序、程序有控制、控制有文件、文件有标准达到应用质量管理体系这一先进的管理方法和科学的标准来规范服务行为和工作过程，提高服务水平和质量的效果。其次要通过各种形式，加强宣传培训，对体系建设工作进行充分动员，将贯标的重要性和必要性、行业和省局的要求以及本单位贯标工作进展，及时进行全面的宣传，使广大员工不断深入掌握体系的知识，在企业内部营造了浓厚的体系建设氛围。

（二）突出目标引领，建立符合企业发展方向的质量管理目标质量目标是体系建设的动力和方向，其指标设定的先进性直接决定着转变程度和体系建设的高度。因此，烟草商业企业在目标管理体系的建立过程中：一要突出目标的制定，目标管理能不能产生理想的效果，取得预期的成效，首先就取决于目标的制定，科学合理的目标是目标管理的前提和基础，脱离了实际的工作目标，轻则影响工作进程和成效，重则使目标管理失去实际意义，影响企业发展大局。为此，目标设定一定要注意难易适中、分解合理、方向一致；二要突出目标的分解，按照公司质量目标、部门质量目标、个人质量目标的层级层层分解，最终落到每一位员工的身上，实现“千斤重担人人挑，人人头上有目标”；三要突出目标的考核评估，任何一个目标的达成项目的完成，都必须有一个严格的考核评估、考核、评估、验收工作必须选择执行力比较强的人员进行，必须严格按照目标管理方案或项目管理目标，逐项进行考核并按章奖惩，真正达到表彰先进、鞭策落后的目的，从而使目标管理发挥预期的作用。

### （三）建立以客户满意为核心的质量管理体系文件

质量管理体系的核心是以顾客为关注点，在质量管理体系策划和构建过程中，要坚持以市场为导向，以顾客为关注焦点，以理解、把握卷烟零售户、工业企业、消费者的需求为起点，以满足市场消费需求为目标，建立相关的业务流程，服务准则和管理制度，让市场需求转化为商业企业开展营销管理和

客户服务的具体行为，不断提高为客户服务的质量，获得客户的满意和社会的认可。任何事物都在寻求不断完善和发展，没有改进就没有提高，特别是面对市场竞争的加剧，烟草商业企业只有不断改进服务质量，提高质量管理体系及过程的有效性，才能增强满足要求的能力，才能适应不断变化的市场需求。

#### （四）以持续改进为方向，确保体系文件的适宜性

全面评估，并确定改进方向，对体系运行的充分性、适宜性和有效性进行了全面评价，并结合内外部环境的变化，明确了改进措施，体系运行的方向和目标得到了有效保障。

## 烟草商业财务工作报告总结 烟草商业企业科技创新途径研究篇四

### 一、抓好“责任田”，迎接挑战

我的岗位是综合管理员，领导给我们的定位是不仅仅是一线员工还承担着“管理”的职责，的确这与我过去的岗位性质有较大不同。我主要负责贯标流程体系、配送大院兼职安全员以及部分的qc创新项目。这对我来说既是一次挑战也是一次机会，我给自己定下了努力方向，立足本职再作延伸。现在，我对工作内容还不甚熟悉，还有许多改进空间，比如对各部门的贯标体系了解不够详实，在简化流程上存在方向性缺失；对安全法律、法规接触不多，脑海里没有系统化记忆等。

### 二、理清“流程图”，拓展思路

这段时间在储配部、送货部的实习，让我开始了解到作为从传统物流企业向现代物流企业转变过程中的方式、方法转变，以及企业的物流信息化水平。由于烟草行业产品的特殊性，从卷烟入库到卷烟出库，从卷烟分拣到卷烟配送都需要一些

特殊流程处理，“一号工程”、仓储数字化等都是卷烟物流企业能够正常运转的“流程图”之一。

来的高劳动力成本，提高了对在途卷烟信息的及时跟踪和掌控能力，有利于减少中间环节、降低过程强度。

（二）一号工程的使用对卷烟各环节能够进行实时控制，一号工程的实施解决了一些亟待解决的问题。首先，将全国的卷烟信息统一管理，就是一项异常庞大和繁琐的工作，除了需要进行卷烟的信息跟踪，还需要在多个环节进行信息的确认，这极大地降低了工作效率；其次，传统的条码易污损、需精确对位的特点对环境条件要求高，无法满足普及化的需求；再次，在出货方式上也存在着不统一，件烟出货、托盘出货方式各不相同。这就使有些厂家的数据无法被有效地采集，无法真正实现烟草物流的全程透明和有效管理。

（三）数字化程度助力物流企业建设。目前配送中心在用的以一号工程、数字化仓储管理系统、分拣作业系统、配送管理系统中的gis□gps等为作业支撑，都是建设数字化物流企业的核心尝试。

### 三、找准“方向标”，提出难点

1、物流配送中心涉及到是物流中心信息管理系统较多，相关系统之间并未进行有效整合，系统操作复杂、系统稳定性不足，一旦某个环节出现问题，无法正常作业，影响物流运行。

门之间的成本；从流通全过程控制，建立新型物流中心；控制退货造成的配送费用增长成本。

3、提升物流团队建设，主要包括团队建设和人员培训，这是一个长时间的过程。加强团建项目，现在推行的班组建设就是提升的具体方法，不仅让我们员工认识到企业也是员工的企业，需要大家共同经营，同时加强物流知识培训提升员

工综合素质，细化绩效考核也是规范员工行为的有效途径。

4、优化物流设备与物流管理技术，仓储部的设备由于运行时间较长，存在不同程度的老化和落后问题，如分拣线仍然依靠半自动化设备、包装技术仅支持30条卷烟、电脑设备容易出现宕机等，新物流配送中心的建设很大程度上能解决这些问题。

接触物流时间不长，这段时间实习经历也对自身在今后工作、学习上有循序渐进的促进作用，以上是一些不成熟的看法。

## **烟草商业财务工作报告总结 烟草商业企业科技创新途径研究篇五**

为坚决落实国家烟草专卖局关于加强安全生产工作的各项要求，根据省烟草专卖局安全工作计划工作安排，于2012年6月12日—14日在益阳安化茶马古道召开湘中片区烟草系统安全工作会议。为确保本次会议顺利召开和各项活动的顺利开展，制定本方案。

### **一、组织领导**

为加强对此次活动的组织领导，确保活动不出纰漏，取得实效，安化县局成立“湘中片区烟草系统安全工作会议活动策划”工作领导小组。

组长：周高爽

副组长：伍宏贾志刚周进才

策划：伍宏

（一）、资料组负责人：胡新建，成员：曹跃明 主要工作：安全工作会议资料的收集整理、汇报材料的撰写，以及宣传



报导工作。

（二）、安全后勤保障组负责人：胡新建。

主要工作：

1、车辆调度：（胡新建负责车辆的调度）；

3、参观人员的引导、接待（由梁红瑛、刘湘玲负责；并负责参观车辆、餐饮号牌的粘贴）；安全保障、景区解说：（由谌涛、李金平负责）。

（三）、晚会筹备负责人：梁红瑛，成员：曹跃明、李金平

主要工作：

2、场地联系、布置、音响调试（曹跃明）。

## 二、人员安排

活动参加人员主要为参加湘中片区分管安全工作的领导和省、市、县局的领导及工作人员，共计60人左右。

## 三、活动安排、流程

（一）时间安排

2012年6月12日至6月14日。

（二）活动内容：

第一天：6月12日

1、出行安排：6月12日14点（省局领导车队走长常高速于德

山收费站下（途中，市局领导在幸福渠收费站跟随），安化县局派员在江南茶马古道入口迎接至茶马古道。

6、篝火晚会：晚上7：30分在茶马山庄进行，主持：安化旅游文化局罗艳群，现场摄像：黄海军，照像：李金平，水果、小食品：茶马山庄提供，节目预定为：文化局准备节目4个，安化县局节目3个，另互动节目2-4个（另附晚会节目安排方案）。

第二天：6月13日

3、中餐：12:00蓝谷酒店

第三天:6月14日

5、下午13：00左右，结束此次联谊活动，欢送领导返程。

四、费用预算见附表

五、议程安排见附表

六、晚会节目安排见附表