

乘风破浪扬远帆 勇立潮头敢为先

百舸争流奋楫先，千帆竞发勇者胜。

改革的时代洪流催生了深圳特区。为了保证国家财政收入，发挥先行先试作用，1986年深圳烟草专卖局（公司）随之应运而生，并于1995年正式上划国家烟草专卖局直接管理。30多年来，深圳市局（公司）坚持“国家利益至上、消费者利益至上”的价值观，秉承改革创新的特区基因和开拓进取的信念，牢牢把握行业发展大势，积极发挥先行示范作用，不断投身改革开放的浩浩浪潮中，融入深圳改革发展洪流。在坚持专卖制度的前提下，深圳市局（公司）进一步发挥市场在资源配置中的决定性作用，增强专卖制度的生机和活力；在推进“大品牌、大市场、大企业”的发展战略中，不断规范行业管理、规范企业运行，聚焦和培养了规模大、价值高、竞争力强的全国性品牌……敢闯敢试、先行先试、积极作为，深圳市局（公司）在推动各项改革创新发展的同时实现自身的高质量发展，为维护国家利益和消费者利益、服务深圳经济特区经济社会发展作出了积极贡献。

肩负使命先行示范

1995年，深圳市局（公司）上划国家局管理，被授予省级专卖管理权，实行“统一领导、垂直管理、专卖专营”的专卖管理体制。当时，深圳市局（公司）下辖7个区专卖局（公司）和一批专业公司。这也是深圳市局（公司）发展史上标志性事件。成立于1986年的深圳市局（公司）原属广东省局（公司）管理，近10年后，直接划归国家局直接管理，对于市场体量不大的深圳来说，究竟有何深意？

时间拉回到1980年代。深圳经济特区初建之时，百废待兴。随着外资进入，特区建设蓬勃发展，国外产品随之蜂拥而入，致使国家财税严重流失。如何破困局、开新局，成为国家局、广东省局和深圳市政府急需解决的问题。1986年，深圳市局（公司）挂牌成立。处于改革开放最前沿的深圳市局（公司），敢闯敢试、善作善为，实事求是、自主创新，起步就是加速，迈步实现跨越，很快打开了新局面。

在经营上，深圳市局（公司）深入市场调研研究，根据特区市场现状，很快探索出一套销售方法——“两个扩大”“两个为主”“两个保证”。“两个扩大”是指扩大购进、扩大销售，千方百计找货源，多销售；“两个为主”指以批发业务为主，以经营国产产品为主；“两个保证”指保证消费者不受侵害，保证经营者有钱可赚。实践证明，这套销售方法十分科学，行之有效。成立当年，深圳市局（公司）经营数据不仅实现零的突破，而且经营业绩逐年递增。进入20世纪90年代，深圳市局（公司）经营数额更是突飞猛进，节节攀升。



新物流中心效果图



先锋突击队合影

在物流上，深圳市局（公司）在2001年就预见性地开始了现代物流的规划建设。2002年11月深圳市局（公司）物流中心正式投入运营后，各基层经营单位分期分批进入物流中心进行集中分拣。随后，通过梳理、流程再造、改革机构、完善制度等措施，深圳市局（公司）在全行业中率先实现了“统一立库仓储、统一电话订货、统一电子结算、统一自动分拣、统一物流配送、统一批零价格”的“六统一”现代物流基本模式，开创了以安全规范型、高效节能型、创新活力型、服务至上型和精益保障型为主要内容的“五型”物流运行机制。

在效率上，深圳市局（公司）客户需求预测的准确率和实时订单的满足率多年来一直处于全国领先水平。在2005年，深圳市局（公司）客户需求预测的准确率和实时订单的满足率达到95%左右的较高水平；2006年，深圳市局（公司）通过建立以层级预测、滚动预测和协同预测的需求预测体系，建立了以“订单预测→订单采购→预订单→实时订单”为关键节点的订单供货工作流程；2009—2012年，按照国家局要求，深圳市局（公司）把对标工作贯穿在各项营销工作当中，人均劳动率、人均销售收入2项指标远高于全行业平均水平。

精心打造自有品牌

品牌是一种无形资产。某种意义上说，品牌就是知名度，有了知名度就具有凝聚力与扩散力，就能汇聚成发展的动力。

2019年4月，为积极响应深圳市委提出的“打造全面进步、全面过硬的城市基层党建‘深圳品牌’”号召，深圳市局（公司）结合党建工作实际，组织各党支部开展了“一支部一品牌”创建活动，力争到2019年底全面完成创建工作。

一个品牌从无到有，从“一枝独秀”到“百花齐放”，需要充分发挥员工主观

能动性，需要博采众长为我所用，需要守望相助砥砺前行。深圳市局（公司）鼓励自主创建，引导有一定基础的党支部进一步提炼品牌理念，丰富创建内涵，完善创建举措，优化创建模式，总结创建经验；支持结对共建，实现不同区域区局（公司）党支部组织优势互补、资源共享、互相促进、共同提高，打造共同品牌；引导跨界联建，促成党支部与所在地区政府机关部门、企事业单位、社区党的组织联合打造支部党建品牌，扩大影响力，树立良好形象。

通过“一支部一品牌”创建活动，深圳市局（公司）12家直属单位形成了各具特色的支部党建品牌，推动基层党建工作向零售客户延伸、向所在社区推进、与经营管理工作深度融合，基层党支部的思想引领力、组织战斗力、群众向心力、品牌影响力得到明显提升，党支部的战斗堡垒作用、党员的先锋模范作用得到进一步彰显。

东西南北中，党政军民学，党是领导一切的。如何将党建工作融入主业，实现党建引领带动主业提升，深圳市局（公司）通过开展“一方盒”新零售品牌探索实践提供了高质量的解答。

作为深圳市局（公司）打造的新零售品牌，“一方盒”新零售品牌建设，充分发挥深圳创新精神和技术优势，通过“一方盒”智慧门店的打造，落地实现了终端管理系统、自助结算平台、广告推送系统、数据驾驶舱、二维码溯源、自动分拣仓、自动导流线、人脸识别支付、大数据分析等多种新技术，探索了零售全流程的深度信息化管理。利用“体制优势+市场运作”模式，成立“一方盒”全资子公司进行独立社会化运作，在降低劳动成本、提高零售效率、拓展其他业务、开展跨界合作、规范化经营等方面，深化探索零售新生态和新模式，以期实现可盈利、可复制、可推广的创新经营模式，开拓参与零售竞争的可持续发展道路。运用新零售思维重构零售货场，高标准、高水准、高质量打造具有科技感、时尚感、未来感的店面形象和消费场景，通过个性化、多元化、主题化的产品陈列和文化呈现，使之成为行业品牌展示中心、消费体验中心、新品发布中心，展现深圳市局（公司）良好企业形象。

从“一支部一品牌”创建到已经开展的模范机关建设，从深圳特专到“一方盒”新零售探索，深圳市局（公司）立足当下、顺应潮流，以品牌战略的成功，品牌培育的成功，完成了从初生牛犊到勇立潮头的蜕变。

跳出深圳创新监管

毗邻香港，靠近福建、粤东制假和广西走私重点地区，物流发达、物资集散迅速的深圳，违法活动监管难度很大。从近年全国破获的大案看，深圳辖区内大案往往都与外地相关。

加之深圳流动人口较多，消费需求多

样化，复杂的市场业态增加了专卖监管难度；电子商务等新兴业态的崛起，许多网店租赁普通居民楼作为办公及仓储地，监管难度相对传统终端显著加大。人口基数大、商事主体基数大，执法人员相对不足的倒挂执法格局增加了专卖监管难度。

顺应时代谋创新。解决专卖监管问题，需要从创新中寻办法、找出路。深圳市局（公司）始终坚持改革创新，注重完善专卖监管治理体系，注重提高专卖监管治理能力，深度融入城市综合治理，推动行业监管模式转型。

多方协作，构建立体防线。与广东省局（公司）签订专卖管理合作备忘录，主动融入大广东专卖管理格局；积极与东莞、惠州加强专卖管理联动协作，强化接壤地带的综合治理；深化案件经营观念，从打单一案件转变为打网络、斩链条的集群作战。继续加强与公安、海关、市监、邮管等部门的协作配合，与香港海关加强沟通交流，研究探索建立多角度、全方位协作机制。

重拳出击，加强打击力度。近年来，深圳市局（公司）通过开展“清风”“春雷”“云泉”等专项整治行动，强化情报导侦，从源头入手，深挖扩线，营造了一盘棋、一张网的打假打私良好格局，有效维护了市场良好秩序。重点加强对物流运输企业、货运场站及重要交通枢纽的监管力度，通过集中打击着力解决中转分销环节存在的问题，逐步建立健全长效防控机制。

改革监管方式，主动与社区网格化治理深度融合。2016年以来，深圳市局（公司）以全市社区网格为依托，推动建立起专卖工作网格并实现“双网对接”，为专卖网格化管理奠定了坚实的基础。

深圳市局（公司）还就推动专卖零售许可“放管服”改革进行了大胆探索，并取得了阶段性成效。一是印发专卖零售许可改革试点工作实施方案。二是制定专卖零售许可改革负面清单，以清单方式公布法律法规禁止或者是限制办理专卖零售许可的情形，并规定不属于清单列明的情形，专卖行政主管部门均应给予许可。三是优化了办证流程，按照“该取消就取消，该删减就删减”的原则，优化办理零售许可的申请材料、审批时限，删减不必要的审批流程。四是实施了专卖零售许可证后续监管、依法退出等举措，加强许可证的后续监管。

科学控烟全国破题

“你有吸烟的自由，但不能自由地吸烟”。烟草消费是合法消费行为，而限制和控制烟草消费往往是政府保护健康、保护环境的政策选择。但过度限制消费者行为、不给消费者提供消费的场所和机会，则会导致更多不规范、不文明消费行为的发生。如何解决烟草消费与烟草控制的矛盾，考验着政府管理的水平和智慧。

2014年，深圳出台了“史上最严控烟

条例”，尽管对吸烟者的处罚形成了高压态势，但消费市场和消费行为依然存在，室外乱扔烟头、乱弹烟灰现象经常发生，可见以罚代管并不是最有效的管理手段。2019年6月26日，深圳市对《深圳经济特区控制吸烟条例》作出修正，自2019年10月1日起施行。此次深圳市控烟立法再度升级，深圳公共汽车、长途客车、出租汽车、地铁、船舶、民用航空器等公共交通工具室外站台和等候队伍所在区域全面禁烟，公园及旅游景点等场所非吸烟点的其他室外区域等都禁止吸烟。

深圳经济相对发达，城市管理理念比较超前，具备了文明吸烟环境建设探索的基础和土壤。基于这一判断，深圳市局（公司）在尊重消费者、为消费者创造烟草消费环境方面，做了许多有益的探索，从客观环境和主观意识上引导消费者规范消费、文明消费。

2018年初，深圳市局（公司）在罗湖区建立试点，结合城市环境、卫生需要，首次推出吸烟区。2018年7月，“文明吸烟环境建设”研讨会在深圳召开，为如何开展文明吸烟环境建设明确了方向。一是把标准吸烟区和特色吸烟区建设纳入城市文明建设的统一规划。在了解各区的经济发展程度、城市规划现状以及吸烟人群构成比例、集中度、分布区域后进行统筹，提供合理合规的整体配套方案。二是从实际出发，按照轻重缓急分层次分步骤进行。注意标准吸烟柱的安装选点与吸烟人口密度的配比关系。三是加强特色吸烟区的使用功能与周边具体环境的融合关系。结合环境美学与人体工学等知识，努力打造真正满足城市配套设施功能又人性化的文明吸烟环境。

通过持续推进文明吸烟环境建设工作，深圳市局（公司）推进政府职能部门、物业单位等力量主动参与，目前深圳市建成并正在使用的文明吸烟标准室外吸烟点超过6500个，特色室外吸烟区20处。

随着电子烟含有有毒有害物质逐渐被人们所认识，深圳市局（公司）严格贯彻落实国家局和国家市场监督管理总局联合下发的《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》精神，结合地方实际出台严格规定，联合市场监管部门组织开展全区域、多批次电子烟市场专项检查，查处了一批电子烟生产企业和销售店铺，在电子烟监管方面取得了积极成效。

2019年10月14日，深圳市开出的全国首张电子烟罚单，引发全国关注。深圳开出的这张罚单，更似一张法律发出的警示单——电子烟市场不是监管盲区，电子烟不能游离于法外之地。深圳打响的“第一枪”成为推动我国依法规范电子烟的发令枪、冲锋号。

深圳市局（公司）的实践给我们启示：烟草消费与烟草控制的矛盾并非不可调和，通过积极有为的吸烟环境建设，完全可以在尊重消费者权益、创建文明环境、实现经济发展等多方面实现和谐共赢。

（凌杰）