

基层烟草的新时代“枫桥经验”与专销协同机制创新研究

罗蔚 曹萼 廖婷婷

贵阳市云岩区烟草专卖局（分公司），贵州贵阳，550000；

摘要：2024 年全国烟草工作会议强调全面提升企业管理水平。新时代“枫桥经验”作为中国基层社会治理的一面旗帜，强调依靠群众、就地化解矛盾，其理念在烟草行业中得到应用与发展。本文探讨了借鉴新时代“枫桥经验”，推进协同联管体系建设，以进一步提升客户服务质量、强化市场监管效能、提升管理效率。

关键词：烟草；专销协同；枫桥经验

DOI：10.69979/3029-2700.24.5.014

引言

在新时代背景下，社会治理模式不断创新与发展，其中，新时代“枫桥经验”作为中国基层社会治理经验赢得了广泛赞誉。新时代“枫桥经验”强调依靠群众、就地化解矛盾，注重发挥基层组织的作用，实现社会治理的重心下移和矛盾纠纷的源头治理。这一经验不仅在社会治理领域取得了显著成效，也为各行各业提供了宝贵的启示和借鉴。

面对社会治理的新挑战，各行业都在寻求创新的管理模式以适应时代的发展

随着市场环境的变化和消费者需求的多样化，烟草企业在客户服务、市场监管等方面也面临着诸多挑战。云岩区现有约 5000 户零售户，平均每位客户经理或专卖专员负责约 420 户零售户，零售户分布密度大、空间分布复杂、新老城区特征差异明显，复杂的市场状况对企业管理效率和人才素质要求高。目前，各部门都在各自领域取得一定工作实效，但在卷烟业务链跨部门协同方面成效却不显著，仍未形成一套完整体系或者长效机制，专卖管理和卷烟营销部门之间存在壁垒，导致市场反应不够灵敏。在此背景下，借鉴烟草行业新时代“枫桥经验”在县局级的优秀实践，建设施行卷烟业务链高效能协同联管体系，对于提升烟草企业的服务效率和市场监管效能具有重要意义。

1 新时代“枫桥经验”

“枫桥经验”产生于社会主义建设时期，发展于改革开放和社会主义现代化建设新时期，创新于中国特色社会主义新时代^[1]。这一经验最初源自浙江诸暨枫桥镇，其核心在于“发动和依靠群众，坚持矛盾不上交，就地解决”，这一理念在实践中被证明对于基层社会治理具

有极高的价值^[2]。新时代“枫桥经验”其核心在于坚持党的领导、依靠群众、预防为主、化解矛盾于基层。它强调基层党组织的战斗堡垒作用，注重发挥人民群众的主体地位，通过建立健全社会矛盾纠纷预防化解机制，实现社会治理的重心下移和矛盾纠纷的源头治理。

当前，烟草基层市场监管和服务迫切需要转型升级。烟草行业提出，要矢志不渝地促进高质量发展、推动高效能治理、培育高素质团队；同时，着重强调要稳固预期、保障运行、确保贡献、防范风险，以保障行业稳健前行、长远发展。在此背景下，烟草商业企业应当积极秉承探索创新的精神，依托新时代“枫桥经验”进一步深化基层治理体系和治理能力现代化建设，积极探索并构建一个权责明确、运转高效、充满活力的专销协同工作体系。新时代“枫桥经验”在烟草行业的应用，一方面，通过党建引领强化基层党组织的战斗堡垒作用，将党的政治优势和组织优势转化为治理效能，推动卷烟市场治理体系和治理能力现代化。另一方面，积极践行群众路线深入了解零售户和消费者的需求，提供个性化、精准化的服务，着力解决群众急难愁盼问题，提升群众的获得感和满意度。

2 专销协同机制

2.1 专销协同机制的主要内容

我国实行烟草专卖制度，通过立法对烟草商品的生产、销售等环节实行严格的控制和管理^[3]。卷烟零售终端（如便利店、超市等）向消费者销售卷烟产品。专销协同是一种工作机制，旨在通过专卖管理和营销服务的高效协作，提升客户服务质量与市场监管水平，其根本目的是提高专卖管理的卷烟市场净化率，杜绝假私非卷烟，维护国家利益和消费者利益^[4]。它要求专卖部门和

销售部门在权责明确的基础上,紧密合作,推动卷烟市场的健康发展。

专销协同主要包括信息传递、加强执法与监管、协同服务客户。信息传递是专销协同机制的基础。专卖管理部门和市场营销部门需要建立信息平台,及时传递市场动态、客户需求、政策法规等信息。通过信息传递,两个部门能够更全面地了解市场情况,为决策提供有力支持。在专卖管理方面,市场营销部门通过信息传递协同加强市场监管工作。市场营销部门在日常工作中发现不规范行为时,应及时向专卖管理部门报告传递信息;专卖管理部门在执法过程中也应加强与市场营销部门的沟通协作,共同维护市场秩序。在市场营销方面,专卖管理部门与市场营销部门应协同为客户提供优质服务。专卖管理部门可以通过加强市场监管和打击违法违规行,为客户创造良好的经营环境;市场营销部门则可以通过提供营销策略、品牌推广等支持,帮助客户提升销售业绩。

2.2 烟草专销协同中存在的问题

随着“放管服”的改革,以及新型涉烟违法行为的出现,对专销结合提出了更高的要求。部分县级烟草专卖局在专销协同方面的制度建设尚不完善,缺乏明确的协同工作流程和考核机制,导致协同工作难以高效推进,在协同工作中存在以下问题:①缺乏正式的、定期的沟通平台。如联席会议、信息共享系统等,导致专卖管理和营销部门之间的信息传递不及时、不全面。即使存在沟通渠道,但可能由于各种原因(如会议安排不合理、参会人员针对性不够等)导致沟通效果不理想,信息传递效率低下。②专销两部门责任不够清晰。实际运作中容易出现工作盲区,引发双方相互推脱与协调不畅,可能会造成关键任务遗漏或执行滞后,削弱专销协同的效能与成果。③专销人员之间协同意识不强^[5]。部分专卖管理人员过于强调市场监管,而忽略了对市场需求的关注;而营销人员则更关注销售业绩,而忽视了市场监管的重要性。这种思想差异导致双方在工作中难以形成合力。

3 新时代“枫桥经验”与专销协同机制的融合创新

3.1 强化党的领导,构建协同治理体系

新时代“枫桥经验”之所以历久弥新,最根本的就在于能够坚持党建引领^[6]。党的领导是新时代“枫桥经

验”的核心,也是专销协同机制有效运行的根本保证。烟草行业应坚持党的领导,将党建工作融入专销协同的各个环节,确保专销协同工作的正确方向。通过建立健全党组织,发挥党员的先锋模范作用,引导专卖管理和营销服务人员增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”,确保专销协同工作始终沿着正确的政治方向前进,推动专卖管理和市场营销部门的协同管理。发挥基层党组织的战斗堡垒作用,加强对基层员工的思想政治教育和党性教育。通过开展主题党日活动、党员志愿服务等形式,增强基层员工的凝聚力和向心力。在强化党的领导的基础上,县级烟草专卖局应构建协同治理的组织体系。包括建立专销协同工作领导小组,由党组织负责人担任组长,专卖管理和营销服务部门负责人为成员,负责统筹协调专销协同工作。同时,明确各部门、各岗位的职责分工,形成上下联动、左右协同的工作格局。通过组织体系的构建,确保专销协同工作有人抓、有人管、有人负责。

3.2 强化服务意识,提升市场管理效能

新时代“枫桥经验”坚持群众路线,注重发动和依靠群众力量。将“以人民为中心”作为核心理念,深入了解并满足零售客户和消费者的实际需求。通过问卷调查、座谈会、在线反馈等多种形式收集客户意见,建立客户需求数据库,定期分析客户需求变化。在专销协同工作中,注重倾听零售户和消费者的意见和建议,及时解决他们在经营和消费过程中遇到的问题和困难,通过提供高效、便捷的服务,提升零售户和消费者的满意度和忠诚度。建立消费者需求收集、意见反馈机制等,广泛收集市场信息,及时发现和解决问题。同时,加强对零售客户和消费者的宣传教育,引导其自觉遵守烟草专卖法律法规。加大社会监督力度,鼓励社会各界积极参与卷烟市场的监督和管理,通过多方参与和共同努力形成合力推动卷烟市场的健康有序发展。

3.3 注重预防为主,完善矛盾化解机制

将新时代“枫桥经验”的预防为主、综合治理理念融入专销协同机制,完善矛盾化解机制。诉讼与非诉讼纠纷解决机制通常适用于纠纷发生之后,而新时代“枫桥经验”一个很重要的方面是预防矛盾、预防纠纷,使之不发生或者少发生,其蕴含了预防性执法司法的宝贵经验^[7]。通过建立风险预警系统、加强市场巡查等手段,及时发现和化解潜在矛盾纠纷。在内部设立专门的矛盾

调解中心，负责处理零售客户与烟草企业之间的纠纷。调解中心应配备专业的调解人员，确保矛盾得到及时、公正地处理。建立健全投诉处理机制，鼓励零售客户和消费者通过投诉举报渠道反映问题，对零售客户和消费者的投诉进行快速响应和有效处理，提升客户满意度。同时，加强对投诉举报信息的分析和利用，为专销协同工作提供参考。

3.4 创新协同机制，提升协同效率

结合烟草行业的实际情况，进一步创新专销协同机制。一方面，要加强部门间的沟通协调，明确职责分工，形成工作合力，专卖管理部门和销售部门之间建立定期沟通机制，及时交流工作情况和需求，解决协同过程中的问题；另一方面，建立信息传递机制，实现市场监管和服务信息的及时更新，提高信息传递的效率和准确性，“以客户为中心”建设高效能协同联管体系，充分发挥AIGC的作用，探索行业联系群众、服务社会的新途径。烟草信息互联互通是做好烟草专销专卖工作的基础^[8]，通过搭建信息共享平台，专卖管理部门可以及时获取市场信息，销售部门也可以了解客户规范经营情况，为协同工作提供有力支持。同时利用互联网技术手段，建立烟草企业线上服务平台。通过平台实现零售客户的在线咨询、订单提交、货款支付等功能，提高服务效率和客户满意度。

3.5 强化法治引领，提升治理法治化水平

新时代“枫桥经验”要求用法治的方式进行基层治理，处理矛盾纠纷，其实践表明“法治是基层社会治理的最优方式，有着权责明确、程序规范、可预期性强等鲜明特点，当法治成为社会的基本价值追求和行为方式时，可以有效化解很多矛盾和问题”^[9]。法治是现代社会治理的基本方式，也是烟草企业专销协同工作的重要保障。强化法治引领，不仅能够规范专销协同工作的流程和行为，还能提升治理的公正性、透明度和权威性，确保专销协同工作依法依规进行。坚持法治思维，运用法治方式解决专销协同中的矛盾纠纷。烟草企业应根据国家法律法规和行业规范，制定和完善内部规章制度，明确专销协同工作的职责、权限和流程，确保各项工作有法可依、有章可循。加强对专卖管理和市场营销人员的法治培训，提高其法律素养和依法办事能力。同时，加大对违法违规行为的打击力度，维护市场秩序和消费

者合法权益。

4 结论与展望

历经六十年风雨历程的“枫桥经验”，非但没有在岁月的洪流中销声匿迹，反而随着社会的转型、发展与变迁不断被赋予新的时代内容，使得理论内涵变得愈发丰富和饱满，依旧在基层社会治理场域散发着耀眼的理论光芒。新时代“枫桥经验”与专销协同的深度融合是烟草行业适应新时代发展要求、提升市场监管管理水平和有效途径。新时代“枫桥经验”作为基层社会治理的宝贵财富，不仅为烟草行业带来显著的管理效能提升，更为未来发展开辟了创新之路。

参考文献

- [1] 金伯中. 论新时代“枫桥经验”的基本内涵[J]. 世界社会科学, 2024, (03): 202-223+247-248.
 - [2] 银智予. 新时代“枫桥经验”背景下烟草专卖基层所(站)创新性建设的初步思考与探索[C]//广西烟草学会 2022 年度优秀论文集. 广西河池市环江县烟草专卖局(营销部); 2023: 11.
 - [3] 吴清海, 王鹏. 基于精益思想的烟草专销协同模式研究[J]. 山东社会科学, 2016, (S1): 152-154.
 - [4] 王莹, 郭亭, 常彤. 专销协同模式设计[J]. 中外企业家, 2017, (01): 70-72.
 - [5] 段凤山. 浅析专销协同工作的深入发展[J]. 法制与社会, 2017, (24): 183-184.
 - [6] 卢芳霞. 中国式基层社会治理的时代内涵与世界意义——以新时代“枫桥经验”为例[J]. 马克思主义研究, 2023, (10): 122-131.
 - [7] 景汉朝. 新时代“枫桥经验”的基本问题与法治化构建[J]. 政法论坛, 2024, 42(02): 86-97.
 - [8] 丛宁宁. 基于精益思想的烟草专销协同模式研究[J]. 企业改革与管理, 2019, (02): 219-220.
 - [9] 胡铭, 徐翼. 新时代“枫桥经验”与立足法治预防化解矛盾纠纷[J]. 河北法学, 2024, 42(07): 2-17.
- 作者简介：罗蔚（1987.7-），女，彝族，籍贯：贵州毕节，贵阳市云岩区烟草专卖局（分公司）副局长，研究方向：经济法学。
- 项目名称：AIGC 背景下卷烟业务链高效能协同联管体系推广应用（项目编号：2024-10）。