

# 河北烟草发展历史的简要 回顾




省局（公司）办公室 刘学田

2011年3月

# 主要内容

- 一、河北烟草的历史沿革及其历史时期的划分
- 二、河北烟草三个发展时期的简要回顾
- 三、河北烟草发展的基本历史经验

# 一、河北烟草的历史沿革及其历史时期的划分

- （一）历史沿革
  - 1982年11月河北省烟草公司组建。
  - 1984年河北省烟草专卖局成立。
  - 1985年1月，河北省烟草公司上划中国烟草总公司，石家庄、张家口、保定三家卷烟厂一起上划。
  - 1986年6月，成立省局（公司）分党组。同年，11个分公司上划省公司。
  - 1991年县级烟草公司上划。
- 

- 从组织机构的变化中得出结论：
- 1986年起，河北烟草真正成为一个独立的行业。
- 统一领导、垂直管理、专卖专营的管理体制基本形成。
- 河北烟草已有24年的历史。



## （二）河北烟草发展时期的划分

- 24年发展史，划分为三个大的时期
- 第一个发展时期：1986年—1997年6月
- 第二个发展时期：1997年7月—2003年6月
- 第三个发展时期是从2003年6月至今



# 三个发展时期划分的依据

- 1986年是河北烟草的起始点
- 1997年6月，省局（公司）党组班子第一次调整，标志着河北烟草第二个发展时期的开始。
- 2003年6月，工商分开，进入河北烟草商业独立发展的时期。

## 二、河北烟草三个发展时期的 简要回顾

- (一) 第一个时期 (1986年至1997年6月)
- 这一时期又可分为两个阶段:
- 第一阶段——1986年到1990年
- 第二阶段——1991年到 1997年6月

- 第一个发展阶段的主要特征：
  - 扩规模，上产量，求发展，走的是一条数量效益型的路子。
- 第一个发展阶段的主要成效：
  - 这是河北烟草快速发展的一个阶段，1990年与1985年相比，卷烟产量由67万箱猛增到118.2万箱；实现利税由2.16亿元上升到7.9亿元，增长了近三倍，



- 第一个发展阶段快速发展的原因分析
- 全国经济是短缺经济，我们处在卖方市场。
- 河北烟草抓住了短缺经济的机遇，扩规模、上产量，走出了一条数量效益型的发展路子，从而实现了我们第一个发展时期的第一个阶段的快速发展。



- 第一个发展时期的第二个发展阶段（1991年—1997年6月）
- 是河北烟草的发展由快转慢、由盛转衰的阶段。
- 主要特征：管理失控，生产经营不规范，工商企业大面积亏损，有的几乎到了破产的边缘。
- 当时的状况概括起来：“散”、“乱”、“差”

- 散：就是全省行业一盘散沙，各自为政，我行我素，全省行业人心涣散，职工士气低落，省局党组缺乏权威，全省行业没有凝聚力；
- 乱：主要是生产经营乱、市场秩序乱、专卖管理乱，卷烟经营处于无序状态，市场被大烟贩子控制，国家的资产大量流失；
- 差：全省行业的经济效益差，工业基础薄弱，产品档次低，有税无利，既没有高档产品，更没有名牌产品，经济效益大幅下滑，全省行业7年中有5年是负增长。

- 1997年，河北烟草已经陷入了严重的危机和困境，几乎到了崩溃的边缘。
- 工业基础薄弱，产品档次低，有税无利，既没有高档产品，更没有名牌产品，单箱利税只有900元左右，不足全国平均水平的一半；
- 商业销售省产烟亏损，137个县公司中就有82个出现潜亏挂帐，有的亏挂高达几千万元。
- 全省工商企业潜亏挂帐总额达13.23亿元，其中商业企业潜亏挂帐达5.66亿元，经济效益大幅下滑，职工收入在全行业排倒数第二。



- 为什么会出现这种发展的停滞、甚至可以说是倒退呢？
- 当时制约河北烟草发展的两大主要矛盾——工业落后，商业混乱
- 形成的主要原因：
  - 一是观念滞后
  - 二是管理严重缺位



- 观念滞后：在全国烟草行业由数量效益型向结构效益型转变的时期，没有及时进行思路调整，错失了发展机遇。
- 管理缺位：一方面是内部经营管理失控；另一方面是市场管理混乱。



## （二）第二个发展时期（1997年7月—2003年6月）

- 是河北烟草由乱到治、由规范走向跨越式发展的时期
- 这一时期也可以分为两个阶段
- **第一个阶段：1997年—2000年**
- **第二个阶段：2001年—2003年6月**



# 第一个阶段（1997年—2000年）

- 主要特征： 抓规范、打基础，实现了恢复性发展。

- 历史转折关头——拨乱反正的新思路

核心内容：

- 1、强化宏观调控，对内实行统一管理、严格计划、分级负责、重点突破。

- 2、以发展工业为重点，增强市场观念，加快结构调整步伐，集中力量发展骨干品牌。

- 3、以整顿市场为切入点，强化专卖管理，规范经营行为，净化市场。

- 4、改革流通体制，按人口分计划，按计划搞销售，满足本地消费者需求，着力培养省产烟市场。

- 5、理顺工商关系和省、市、县三级职责，调整利益关系，保证县公司利润水平。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/885343121302011213>