

# 刍议烟草行业建立卷烟品牌档案的重要意义

郭 蕾

(陕西省烟草公司宝鸡市公司,陕西 宝鸡 721004)

**摘 要:**本文从卷烟品牌现状、档案建设的必要性、可行性、建设方式方法等多角度阐述了卷烟品牌档案建设的重要意义,对当前烟草行业卷烟品牌档案研究提供了良好的新思路。

**关键词:**烟草行业;卷烟品牌;档案

**[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.27.178**

2019年,为响应“讲好中国故事”的时代号角,由国家档案局中国档案报与中国品牌建设促进会联合发起和指导的“中国品牌档案”项目启动,旨在“还原品牌的发展轨迹,记录品牌的成长印记,累积品牌的发展经验,构筑品牌发展动力,指引品牌正向发展。”烟草行业作为品牌历史悠久、品牌类型繁多、品牌发展活跃的领域,饱藏着无数中华民族发展的印记,见证了众多烟草企业的兴衰进程,透射着中国老百姓消费观的变迁。

## 1 卷烟品牌发展现状

国家烟草专卖局、中国烟草总公司一直将品牌培育与发展作为行业发展主线。不懈坚持行业“大品牌、大市场、大企业”发展目标,以培育品牌为第一要务,以零售终端为主要载体,加强工商协同,完善品牌培育机制,不断夯实市场基础,实现行业重点品牌高质量发展。2002年提出“大市场、大品牌、大企业”的行业发展战略,2006年提出“两个十多个”的行业发展方向,2010年又提出“532”、“461”卷烟品牌发展战略。2019年全国烟草工作会上,针对行业品牌发展,提出了“136/345”发展目标。

## 2 卷烟品牌档案建设的必要性

卷烟品牌的发展不仅是烟草行业的一部发展史,也贯通了烟草行业经济体制变革的历史,其中承载着品牌的多彩故事,记录着企业以及消费者之间丝丝缕缕的情感记忆。

在此背景下,建立卷烟品牌档案是响应讲好中国故事的号召,是梳理烟草行业发展的历史,是回顾烟草行业经济体制的变革,是记录烟草企业兴衰的历程,是承载卷烟品牌故事,是梳理企业以及消费者之间丝丝缕缕情感记忆的需求。

借助数字人文的技术与方法,对特定时期和范围的珍贵卷烟品牌档案进行系统整理、数字化开发和人文挖掘,建立烟草行业卷烟品牌档案数据库。不仅可以充分展现卷烟品牌的发展历程与轨迹、总结卷烟品牌的重要经验与教训,为探寻新时期卷烟品牌创新发展的着力点提供直观化的参考。还可以通过挖掘卷烟品牌背后的故事、人物、事件等,提升卷烟行业的凝聚力、向心力、创造力,提高卷烟从业者的自豪感、归属感和荣誉感,为建设企业文化和打造企业精神提供强有力的支撑。

## 3 卷烟品牌档案建设可行性

卷烟品牌档案数据库的建成犹如“潘多拉的盒子”,可以为后续更多形式的卷烟品牌资源开发与利用提供基础,如基于GIS的卷烟品牌历史地理可视化系统、卷烟品牌专题纪录片展播、卷烟品牌故事全媒体报道、卷烟品牌发展年鉴、卷烟品牌文献数据库等。打造出烟草行业在数据时代的名片和符号。

反映品牌市场竞争力的核心指标是品牌价值和品牌规模,开发卷烟品牌档案的内容,并不是单纯的做成品牌历史介绍,而是要不断挖掘品牌档案中历史赋予的故事,这些沉甸甸饱含着历史气息的故事,必须要体现品牌价值或品牌特质。比如很多珠宝品牌的背后就讲述着感人的爱情故事,他无形中赋予了珠宝新的价值,“钻石恒久远,一颗永流传”让消费者将珠宝和爱情等同。而科技品牌则通过阐述产品对世界和社会产生的变革,使科技迷们趋之若鹜,感同身受。在讲述品牌的故事时,要能够把握消费者心理,使故事准确切中

消费者内心的点,而不仅仅作为品牌特质的简单堆砌,使这些特质在消费者心中确立内心感兴趣的形象、品牌。应以品牌文化特质为品牌档案开发导向,同时契合通过创新改造世界的品牌文化。

## 4 卷烟品牌档案建设方式、方法

建立卷烟品牌档案首先要在档案的呈现形式上创新,档案开发后的内容展现方式要多种多样,有比较强的趣味性和可视性。借助企业品牌档案传播企业文化,可以综合运用文字、图片、音视频等多种形式,缺乏主观能动性的单向接受形式无法给人们留下深刻印象。企业品牌档案的开发成果呈现形式应以客户为主导,避免填鸭式灌输,在形式上可以采用文字、图片、视频等多种形式互相结合。使内容更加丰富立体;在内容上要以真实档案资料为主,提取数据做支撑,挖掘品牌背后的故事,从卷烟品牌研发的背景立意,烟标设计呈现的地方特色、品吸口味的特点、营销政策的解读和销量数据的分析,让消费者到生产再到销售整个过程背后的故事,多媒体的形式展现让烟草消费者了解他们想要知道的有关品牌的内容,让行业从业者了解过去的故事,让企业决策者得到详细、可分析的数据资料,也可以充分利用档案丰富的内容进行品牌推广,人们足不出户就可以身临其境接触这些珍贵的档案。

## 参考文献

- [1]钱明辉,耿祎楠.基于品牌形象视角的企业档案资源利用效果探析[J].档案学通讯,2019.
- [2]黄霄羽,张云.档案支撑企业品牌建设的表现和实施路径[J].档案与建设,2018.
- [3]韩云惠.讲好品牌故事:论企业档案对企业品牌记忆的传扬[J].档案管理,2017.
- [4]胡晨.国外企业档案馆参与企业品牌营销现状及其启示[J].档案与建设,2015.
- [5]孙琦.基于档案文化的企业品牌建设[J].浙江档案,2012.
- [6]刘佳慧,王云庆.品牌档案的价值内涵及其实现路径[J].北京档案,2016.
- [7]郭红解,邹伟农.城市记忆与档案[M].学林出版社,2011.
- [8]韩云惠.讲好品牌故事:论企业档案对企业品牌记忆的传扬[J].档案管理,2017.
- [9]郑姗姗.加强老字号企业档案管理,弘扬地方文化品牌[J].档案学研究,2010.
- [10]徐拥军,张斌,舒蓉,等.美国企业档案馆的发展及其启示[J].档案学研究,2012.
- [11]马晓娜.企业档案的文化价值研究[J].河北大学,2018.
- [12]刘佳昕.企业档案服务品牌塑造研究[J].黑龙江大学,2017.
- [13]金向军.如何在企业品牌管理中做好档案工作[J].浙江档案,2009.