头豹 LeadLeo

400-072-5588

头豹研究院 | 国民消费系列概览

2019 年
中国烟草制品行业概览

行业走势图



宏观研究团队

赵雪珂　　分析师

邮箱：coral.zhao@frostchina.com

相关热点报告

- 国民消费系列概览——2019 年中国烟标行业概览
- 国民消费系列概览——2019 年中国电子烟行业概览
- 国民消费系列概览——2019 年中国白酒行业概览

报告摘要

对标英国、美国以及欧洲等发达国家，中国烟草制品行业实行国家烟草专卖制度，即在中国从事烟叶类产品、卷烟以及新型烟草制品生产、销售、进出口的所有实体均由中国烟草总公司最终控制。中国烟草制品行业市场规模在过去五年间整体呈现平稳发展、略有下降的趋势，**由 2014 年的 17,212.1 亿元增长至 2018 年的 17,826.0 亿元，期间年复合增长率为 0.9%。根据预测，未来五年中国烟草制品行业将以 1.3%的年复合增长率加速增长，预计将于 2023 年达到 18,977.6 亿元的市场规模。**

热点一：烟草制品行业推动中国经济发展

国家烟草专卖局发布的《2018 年烟草行业十大新闻》披露，截至 2018 年底，中国烟草及烟草制品行业实现税利总额共计 11,556.0 亿元人民币，同比增长 3.7%；上缴国家财政总额共计 10,000.8 亿元人民币，同比增长 3.4%，占中国财政收入比例 5.5%。上述数据表明，中国烟草制品行业税利已经成为政府财政的重要来源之一，为中国在国防、医疗、教育、基础教育做出了重要资金贡献。

热点二：新型烟草制品引发行业革新

由于全球烟草制品控制力度的持续加强，以菲莫国际、英美烟草以及日本烟草等为代表的国家烟草公司巨头开始拓展新型减害类烟草制品。自 2008 年以来，菲莫国际共计投入超过 60 亿美元，聘请超过 400 位世界级别的科学家、工程师以及技术人员投入以“IQOS”为代表的加热不燃烧烟草制品。相比于传统的燃吸类烟草制品，加热不燃烧式产品更加健康、环保，受到消费者青睐。

热点三：中国烟草制品细分行业政策有望进一步健全

中国对于传统燃吸式烟草制品的监管法规相对完善，但是针对以电子烟为代表的新型烟草制品的行业政策仍然处于设立阶段，电子烟制品行业的生产、销售以及监管等法规体系尚未健全。未来政府相关监管单位应不断完善和健全相关法律法规，为行业发展创造良好的环境。

目录

1 方法论 5

1.1 研究方法 5

1.2 名词解释 6

2 中国烟草制品行业市场综述 7

2.1 烟草制品的定义与分类 7

2.1.1 烟草及烟草制品的定义 7

2.1.2 烟草制品的分类 7

2.2 中国烟草制品行业的市场规模 9

2.3 中国烟草制品行业发展历程 10

2.4 烟草制品产业链分析 13

2.4.1 上游分析 14

2.4.2 中游分析 15

2.4.3 下游分析 16

3 中国烟草制品行业驱动及制约因素 16

3.1 驱动因素 16

3.1.1 烟草制品行业对于推动中国整体发展具有十分重要的作用 16

3.1.2 中国烟草制品税率与零售价格较低，进一步刺激消费需求 18

3.1.3 居民消费水平不断提升，烟草制品支付能力持续增强 19

3.2 制约因素 20

3.2.1 “吸烟有害健康”，中国吸烟总人数首次下降 20

3.2.2 中国“禁烟”力度不断升级 21
3.2.3 市场不规范零售行为仍然较为严峻 22
4 中国烟草制品行业政策及监管分析 22
5 中国烟草制品行业市场趋势 27
5.1.1 新型烟草制品引发行业革新 27
5.1.2 中国传统烟草制品细分品类快速发展，新品培育趋于理性 27
5.1.3 中国烟草制品细分行业政策有望进一步健全完善 29
6 中国烟草制品行业竞争格局 30
6.1 竞争格局分析 30
6.1.1 烟草制品行业竞争格局综述 30
6.2 烟草制品行业企业分析 31
6.2.1 中国烟草 31
6.2.1.1 企业简介 31
6.2.1.2 业务介绍 31
6.2.1.3 竞争优势 31
6.2.2 艾维普思 31
6.2.2.1 企业简介 31
6.2.2.2 业务介绍 32
6.2.2.3 竞争优势 32
6.2.3 恒信科技 32
6.2.3.1 企业简介 32
6.2.3.2 业务介绍 33

6.2.3.3 竞争优势 33

图表目录

图 2-1 烟草制品分类 8

图 2-2 中国烟草制品市场规模，2014-2023 年预测 10

图 2-3 中国烟草制品行业发展历程概览 13

图 2-4 烟草制品行业产业链 14

图 3-1 中国居民人均可支配收入与人均消费支出，2014-2018 年 19

图 4-1 中国烟草制品销售相关法律法规概览（部分） 25

图 4-2 中国全国性控烟法律法规概览（部分） 26

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，从食品饮料、烟草行业等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 6 月完成。

1.2 名词解释

- **茄科**：一年生至多年生草本、半灌木、灌木或小乔木，广泛分布于全世界温带及热带地区。
- **嗜好性消费品**：提供特殊营养物质或具有独特的色、香、味、形等食品特点，满足消费者感官、生理以及心理需求的消费品。
- **尼古丁**：又称作烟碱，是烟草的重要成分。尼古丁会使人上瘾或产生依赖性，重复使用尼古丁也增加心脏速度和升高血压并降低食欲。大剂量的尼古丁会引起呕吐以及恶心，严重时人会死亡。
- **焦油**：煤炭干馏时生成的具有刺激性臭味的黑色或黑褐色粘稠状液体。
- **苯并芘**：一种常见的高活性间接致癌物，主要存在于主流烟气、测流烟气中。
- **市场净化率**：相对于烟草市场而言，主要为在一个地方内、一定时期内由烟草公司统一经营的烟草市场占地方烟草市场的份额。

2 中国烟草制品行业市场综述

2.1 烟草制品的定义与分类

2.1.1 烟草及烟草制品的定义

2015 年 10 月，国家质量监督检验检疫总局与国家标准化管理委员会联合发布的《GB/T 18771.1-2015 烟草术语 第 1 部分：烟草类型与烟叶生产》中对于烟草做出了明确的定义：烟草，在植物学分类上属茄科烟草属的植物。

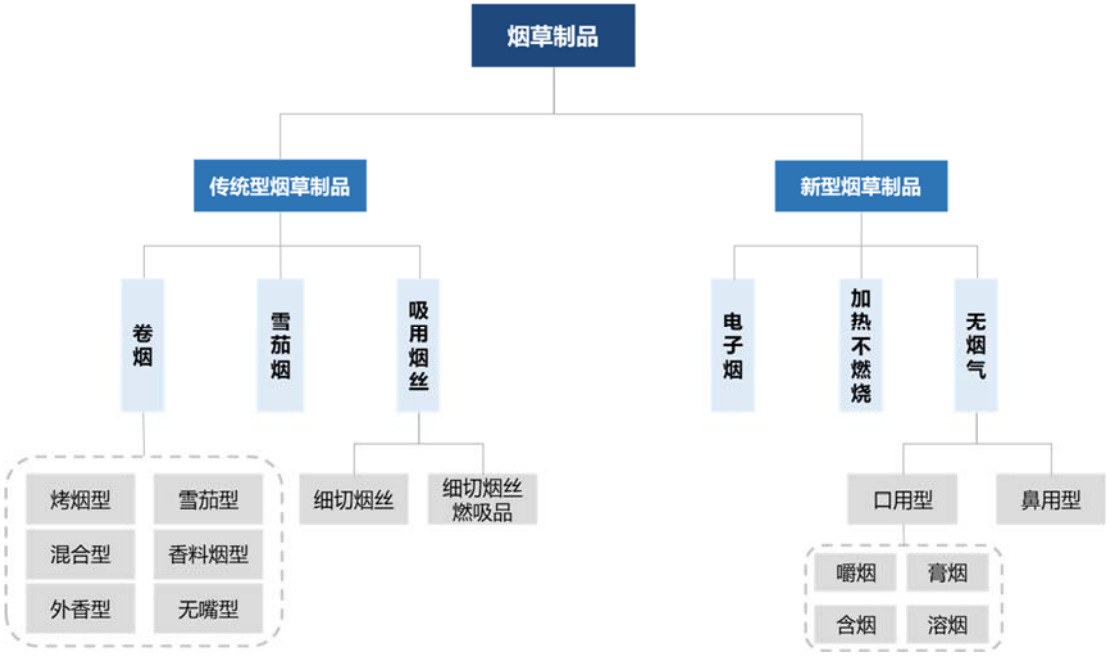
依据植物学分类，烟草分为红花烟草、黄花烟草以及野生烟草；依据烟叶调制方法和生物学形状分类，烟草主要分为以下类别：①烤烟。烟叶采用烘烤设备或设备调制的烟草，调制后和烟叶是卷烟的主要原料；②晒烟。烟叶利用阳光晒只的烟草，为斗烟、水烟、嚼烟以及混合型卷烟的原料；③晾烟。烟叶采用晾制设施或放在阴凉通风的场所调制而成的烟草；④香料烟，又称作土耳其型烟草或东方型烟草。调制后的烟叶具有较强的芳香气味，是多种类型卷烟中调香的重要原料。

烟草制品，通常指以烟草为原料制作而成的嗜好性消费品。

2.1.2 烟草制品的分类

结合《GB/T 18771.2-2015 烟草术语 第 2 部分：烟草制品与烟草加工》标准一文对于烟草制品的分类以及目前市面上陆续推出的新型烟草制品，烟草制品目前分为两种类别（图 2-1）：

图 2-1 烟草制品分类



来源：头豹研究院绘制

（1） 传统型烟草制品：即燃吸类烟草制品，可以进一步细分为：①卷烟。用卷烟纸包括烟丝卷制而成供消费者燃吸的烟草制品。主要包括：烤烟型卷烟。主流烟气中具有明显烤烟香气的卷烟；混合型卷烟，主流烟气中具有明显烤烟和晾晒烟混合香气特征的卷烟；外香型卷烟，主流烟气中具有按照产品设计所要求的独特并且明显的非烟草香气的卷烟；雪茄型卷烟，主流烟气中具有明显的非烟草香气的卷烟；晒烟型卷烟，主流烟气中具有明显晒烟香气的卷烟；香料烟型卷烟，主流烟气中具有明显香料烟香气的卷烟；无嘴型卷烟，即不接装滤嘴的卷烟；②雪茄烟。用烟草做茄芯、烟草或含有烟草成分的材料做茄衣与茄套卷制而成的具有雪茄型烟草香味特征的烟草制品；③吸用烟丝，将烟叶加工成丝、颗粒或碎片状，以烟斗、烟筒或手工自卷烟等方式使用的燃吸类烟草制品，分别为细切烟丝，即经加工供消费者用于自制燃吸品的烟草；细切烟丝燃吸品，由消费者自行将细切烟丝用材料包裹或器具装填而成的燃吸类烟草制品。

(2) **新型烟草制品：**相对于传统型烟草制品而言，新型烟草制品为含有烟草成分的、可以产生与传统烟草燃吸时相同烟雾以及味道的烟草制品。新型烟草制品可进一步细分为：①电子烟，是一种模仿卷烟的电子产品，主要通过电子雾化等手段将含有尼古丁的烟碱液或烟油雾化成为气状物，从而达到替代烟草卷烟的目的；②加热不燃烧烟草制品，主要通过将烟草低温加热一定程度促使烟叶足以散发出味道的卷烟制品；③无烟气烟草制品，即使用时无需燃烧且不产生烟气的烟草制品，可以进一步细分为：口用型无烟气烟草制品，放入口腔使用的无烟气烟草制品，主要包括嚼烟（通过咀嚼方式使用的口用型无烟气烟草制品）、含烟（使用时置于嘴唇和牙龈之间通过唾液溶出部分可溶物的口用型无烟气烟草制品）、膏烟（由烟草提取物与其他许可的添加剂混合而成的膏状口型无烟气烟草制品）、溶烟（使用时可完全溶解的口用型无烟气烟草制品）；鼻用型无烟气烟草制品，通常为通过鼻腔嗅吸使用的无烟气烟草制品。

2.2 中国烟草制品行业的市场规模

对标英国、美国以及欧洲等发达国家，中国烟草制品行业实行国家烟草专卖制度，即在中国从事烟叶类产品、卷烟以及新型烟草制品生产、销售、进出口的所有实体均由中国烟草总公司最终控制。同时，由于“消费升级”环境下中国居民健康意识不断提升、中国政府及相关部门“禁烟”力度不断升级以及行业调控等因素的制约，以销售额规模计，中国烟草制品行业市场规模在过去五年间整体呈现平稳发展、略有下降的趋势，由 2014 年的 17,212.1 亿元增长至 2018 年的 17,826.0 亿元，期间年复合增长率为 0.9%。根据预测，未来五年中国烟草制品行业将以 1.3%的年复合增长率加速增长，预计将于 2023 年达到 18,977.6 亿元的市场规模（**错误!未找到引用源。**）。

图 2-2 中国烟草制品市场规模，2014-2023 年预测



来源：国家统计局，头豹数据中心编制

中国烟草制品行业未来的快速增长主要受益于以下因素的影响：

（1） 中国烟草制品行业是中国纳税比例最高的行业，在国防、医疗、教育、基础教育以及其他领域等方面做出了重要的贡献，极大程度上为推动中国经济社会保持稳定、快速发展奠定了重要的资金基础；

（2） 同美国、英国以及欧盟等发达国家相比，中国烟草制品在税率、价格方面具有明显的优势，因此具有较大的未来发展空间；

（3） 由于烟草制品为嗜好性消费品，加之中国居民消费水平持续提升，庞大的人口基础衍生出的吸烟需求极大程度上推动了中国烟草行业的进一步发展。

2.3 中国烟草制品行业发展历程

- **第一阶段：统一管理时期（1949-1980 年）**

建国初期，中国政府通过接受外商烟厂以及公司合营等政策措施，促使了中国烟草制品行业生产经营活动的快速恢复与进一步发展，同时开始逐步建立了统一管理体制。1951 年，基于《东北解放区烟酒专卖暂行条例》等政策法规，财政部公布了《专卖事业暂行条例试行草案》。同时，围绕烟草业务管理部门过多、地方烟草企业严重分散经营的情况，1953 至

1975 年中国烟草行业实行“统购包销”。其中，重点卷烟企业由轻工业部直接管理，中小型卷烟企业由地方管理；1958 年以后，部分卷烟企业下放至各省、市管理，原由省、市管理的卷烟企业进一步下放至地、市。60 年代初期，中国烟草工业公司成立，对烟草实行高度集中统一的管理，卷烟生产的烟叶收购、复烤、调拨、分配统一经营、产供合一。全国卷烟厂经过整顿，从 104 个调整到 61 个。

20 世纪 70 年代，由于历史原因等因素的制约，中国烟草制品行业处于分散管理、盲目发展的时期，中国烟草工业公司一度被撤销。小型烟厂盲目发展造成当期中国烟草整体产销矛盾突出，烟草制品在质量与经济效益等方面均出现较大程度的下降。但该时期中国烟草制品行业仍然得到了一定程度的发展。1970 年，许昌烟草工业机械厂研制成功综合 1 式卷烟机，成为中国第一代正式定型（YJ11 型）产品；1971 年，中国烟草制品行业影响最大的科技刊物—《烟草科技》创刊，由郑州烟草研究院编辑出版；1979 年，中国第一代安全低毒新混合型卷烟—“金健”、“长乐”、“中南海”在北京卷烟厂投入生产。

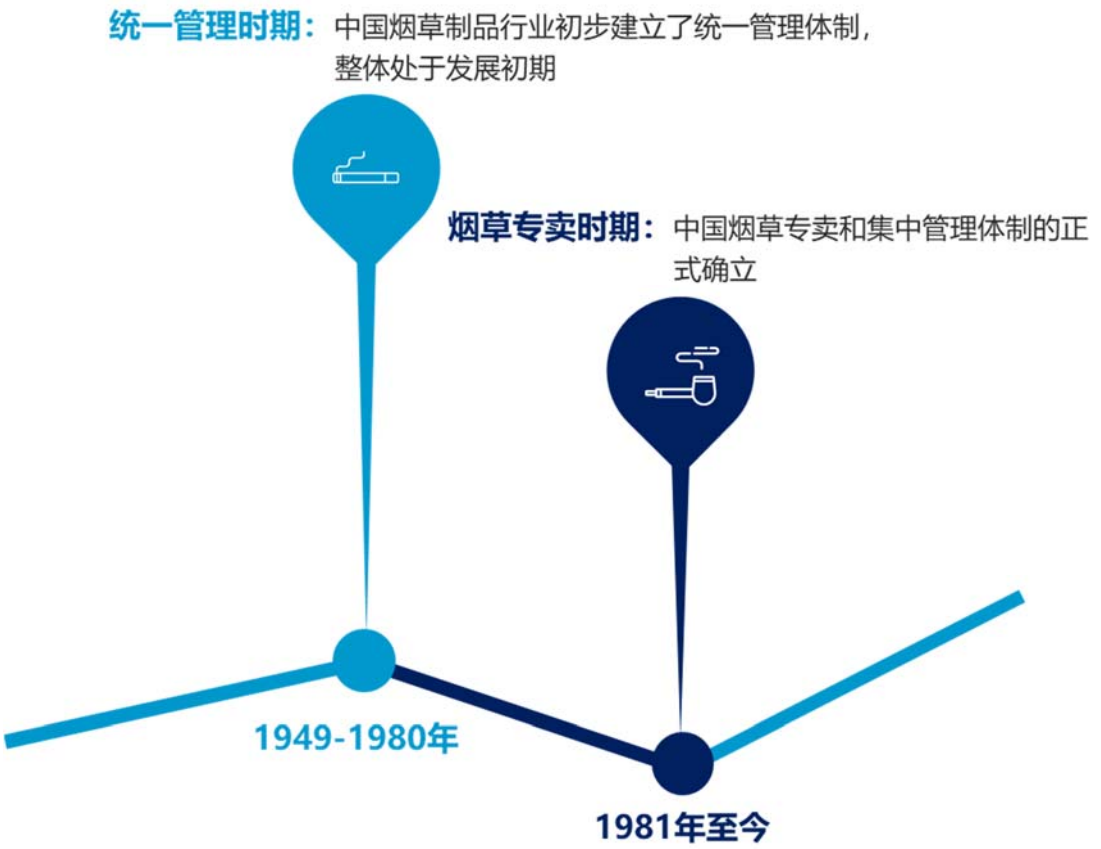
- **第二阶段：烟草专卖时期（1981 年至今）**

1981 年，原轻工业部印发《关于中国烟草总公司正式成立的通知》，决定从 1982 年 1 月起，正式成立中国烟草总公司，对烟草行业实行产供销、人财物的集中统一管理，意味着中国烟草专卖和集中管理体制的正式确立；1984 年 1 月，国务院批复同意将原轻工业部烟草专卖局改为国家烟草专卖局；同年 9 月，国家烟草专卖局发布《烟草专卖条例》施行细则；1984 年 9 月，国家烟草专卖局发布《烟草专卖条例》施行细则，自发布之日起施行。1985 年 1 月，中国烟草进出口公司成立，主要经营烟叶、烟制品的进出口；烟草专用机械及仪器的进口；烟草专用物资的进口；进出口烟制品的寄售；烟草行业的对外经济合作等。同期，中国卷烟销售公司成立，负责国产烟草制品在国内市场的销售、储存、运输；进口卷烟在中国境内的分配、销售；国产旅游烟、侨汇烟的计划安排和销售等职能。

1990 年 1 月，国家烟草专卖局针对卷烟市场形势的变化，明确提出“八五”期间烟草行业要坚持一个方针，即“控制总量、提高质量、调整结构、增加效益”；实现两个转变，即由“速度效益型”向“质量效益型”转变、由“粗放经营型”向“集约经营型”转变；抓好三个基础，即原料基础、物资基础和装备基础；力求四个突破，即管理上有突破、技术上有突破、产品上有突破、国外市场上有突破；1991 年 6 月，中华人民共和国第七届全国人民代表大会常务委员会第二十次会议通过《中华人民共和国烟草专卖法》，自 1992 年 1 月 1 日起施行，标志着中国烟草及其烟草制品行业法律基础的正式建立；1993 年 4 月，国务院实施国家机关机构改革，国家烟草专卖局划归国家经贸委管理；1997 年 7 月，《中华人民共和国烟草专卖法实施条例》正式发布并施行。

2008 年 3 月，国家局、总公司印发《国家烟草专卖局、中国烟草总公司关于中国烟叶公司更名改制的批复》，同意中国烟叶公司更名改制为中国烟叶有限责任公司；2008 年 5 月，国家局、总公司印发《国家烟草专卖局、中国烟草总公司关于中国烟草进出口（集团）公司更名改制为中国烟草国际有限公司的函》，同意中国烟草进出口（集团）公司更名改制为中国烟草国际有限公司（以下简称“中烟国际”），明确了中烟国际在开拓国际市场中的重要作用；2016 年全年，中国卷烟境外市场全年销量达到 957.4 万只，国际市场销售得到快速、良好的发展；截至 2017 年底，中国加热不燃烧卷烟出口实现了重要突破（图 2-3）。

图 2-3 中国烟草制品行业发展历程概览



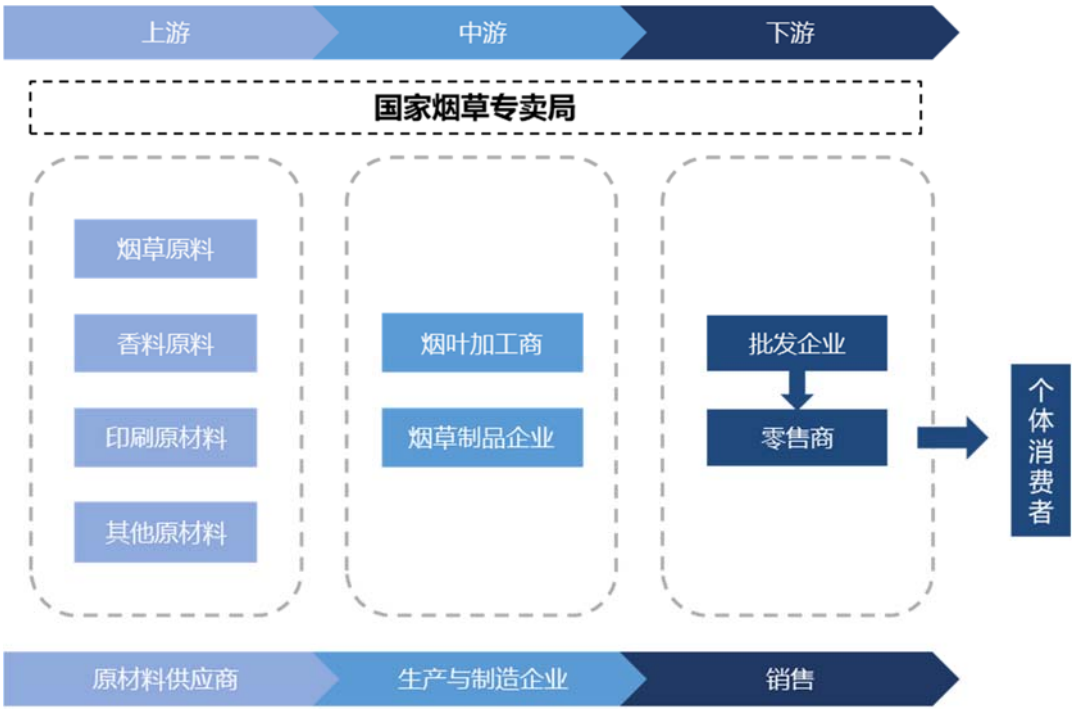
来源：头豹研究院绘制

2.4 烟草制品产业链分析

烟草制品行业的产业链可分为三部分（**错误!未找到引用源。**）：产业链上游市场参与者为烟草种植户以及卷烟与其他烟草制品组成部分和成分的供应商，主要包括香料原料、印刷原材料、包装材料以及其他原材料等。产业链中游环节的主体主要由烟叶加工商以及烟草制品生产企业构成，负责产品的生产、制造与加工。产业链下游涉及烟草制品的批发企业与零售商，批发企业主要通过批发方式从烟草制品的生产企业购买相应产品向零售商进行销售，零售商则负责向最终端的个体消费者出售烟草制品商品。

目前，中国烟草制品行业实行统一领导、垂直管理、专卖专营的管理体制，由国家烟草专卖局、中国烟草总公司对全国烟草制品行业实行“人、财、物、产、供、销、内、外、贸”进行集中的统一管理。

图 2-4 烟草制品行业产业链



来源：头豹研究院绘制

2.4.1 上游分析

由于烟草制品上游原材料涉及范围较为广泛，因此本报告将具体分析烟草制品主要原材料——天然烟叶为代表的上游原材料市场格局。

依据中国农业农村部发布的《中国农业统计资料》显示，目前中国共有 24 个省及自治区进行烟叶的播种与生产，已经形成了六大烟草主要生产区域，分别为：①华北地区：河北、山西、内蒙古；②东北地区：辽宁、吉林、黑龙江；③华东地区：浙江、安徽、福建、江西以及山东；④中南地区：河南、湖北、湖南、广东、广西、海南；⑤西南产区：云南、贵州、四川以及重庆；⑥西北地区：陕西、甘肃与宁夏。 其中，云南是中国最大的烟叶生产省份，2017 年全年生产烟叶产量为 86.2 万吨，占全国烟叶生产总规模比例 36.1%。

同时，国家统计局数据显示，2017 年全年中国烟叶播种面积为 1,130.5 千公顷、烟叶产量为 239.1 万吨。其中，自 2009 年以来，中国烟叶产量总体呈现稳中有升的趋势，意味着中国烟草行业上游原材料资源充足，为中游的中国烟草总公司从事烟草制品的生产、加工

提供了充足的资源保障。

2.4.2 中游分析

烟草制品行业产业链中游部分将具体从生产主体与市场产品两方面进行分析。

(1) 生产主体：依据 2015 年 4 月发布的《烟草专卖法（2015 修订）》规定，烟草制品的生产企业的设立必须具备以下条件：①经过国务院烟草专卖行政主管部门批准；②取得烟草专卖生产企业许可证；③经工商行政管理部门核准登记。同时，中国烟草制品生产企业的烟草制品的种类、产量，由省级烟草专卖行政主管部门根据国务院计划部门下达的计划以及市场销售情况共同下达。

(2) 市场产品：对标传统燃吸型烟草制品，由于新型烟草制品极大程度上减少了因燃烧产生的焦油以及其他有害物质，同时新型烟草制品不会产生二手烟气，缓解了对于公共环境和他人健康的不利影响。基于上述优势，多数全球跨国烟草公司例如菲莫国际、英美烟草等开始重点开拓新型烟草制品领域。以菲莫国际为例，公司自 2008 年以来开始低风险烟草产品的创新与研发，并相继收购了美国最大的无烟气烟草制品生产商 UST 和英国电子烟公司 Nicocigs。目前，菲莫国际新型烟草制品产品种类相对齐全，已经发展成为世界范围内市场份额最大的新型烟草制品企业。

针对烟草制品行业的新兴发展趋势，国家烟草专卖局于 2013 年成立了新型烟草制品工作领导小组，全面引领中国新型烟草制品的发展；2015 年，上海新型烟草制品研究院正式设立，成为行业新型烟草制品研发基地和产学研实体平台。中国新型烟草制品相关技术的逐渐发展，促使该类产品在市场中的快速发展与成熟。依据 2019 年 5 月公开发行的报告披露显示，中国烟草总公司全资附属公司中烟国际（香港）有限公司（以下简称“中烟国际”）于 2018 年 5 月开始新型烟草制品的出口业务，主要产品为加热

不燃烧烟草制品，占当年公司营业总收入的 0.2%。

2.4.3 下游分析

目前，中国烟草制品行业产业链下游主体涉及两种类型，分别为批发企业与零售商：

(1) **批发企业：**《专卖法》明确指出，经营烟草制品批发业务的企业，必须经国务院烟草专卖行政主管部门或者省级烟草专卖行政主管部门批准，取得烟草专卖批发企业许可证。同时需要经工商行政管理部门核准登记。

(2) **零售商：**经营烟草制品零售业务的企业或者个人，需由县级人民政府工商行政管理部门根据上一级烟草专卖行政主管部门的委托，审查批准发给烟草专卖零售许可证。

由于中国烟草专卖体制的存在，烟草制品的流通市场具有封闭性的特点，批发企业与零售商之间存在着相互制约、相互依存的关系。一方面，零售商只能从属地烟草商业企业进货，禁止跨地区、跨区域购买，同时零售商主要依据烟草公司的指导价格进行烟草制品的零售；另一方面，零售商是保证烟草制品正常流通的重要渠道，承担着链接生产企业与消费者之间关系的关键职能。

3 中国烟草制品行业驱动及制约因素

3.1 驱动因素

3.1.1 烟草制品行业对于推动中国整体发展具有十分重要的作用

(1) **财政来源：**国家烟草专卖局发布的《2018 年烟草行业十大新闻》披露，截至 2018 年底，中国烟草及烟草制品行业实现税利总额共计 11,556.0 亿元人民币，同比增长 3.7%；上缴国家财政总额共计 10,000.8 亿元人民币，同比增长 3.4%，占中国财政收入比例 5.5%。上述数据表明，中国烟草制品行业税利已经成为政府财政的重要来源之一，为

中国在国防、医疗、教育、基础教育以及其他领域等方面做出了重要的资金贡献，极大程度上推动了中国经济社会保持稳定、快速的发展。

(2) 对外贸易：依据中烟国际公开报告披露，截至 2018 年 12 月，中烟国际出口业务及营业收入分别为：①烟叶类产品出口业务，营业收入为 1.2 亿港元；②卷烟出口业务，营业收入为 1.5 亿港元；③新型烟草制品出口业务，营业收入为 1.7 千万港元，全年出口业务营业收入共计 2.7 亿港元，为中国对外贸易以及外汇创收等方面做出了重要贡献。

(3) 就业：中国烟草行业共计设有省级烟草专卖局（公司）33 家，地市级烟草专卖局（公司）451 家，县级烟草专卖局 (分公司或营销部) 2,417 家；省级卷烟工业公司 19 家，卷烟生产点 94 个。同时，行业涉及各类多元化企业 538 家、境外投资设立卷烟工厂和配套企业 30 家以及直属科研单位和烟机、醋纤等生产企业，烟草行业职工总数为 55 万人。此外，中国境内共有 520 多万户卷烟零售户、100 多万户种烟农户。中国烟草制品行业在全国范围内提供就业岗位数量多达 2,000 万。

(4) 脱贫扶持：目前，中国超过 70%的烟叶产区分布在相对贫穷、落后的地区，烟叶生产成为上述地区人群增加收入的重要途径之一。中国烟草制品行业通过利用资源分享、烟叶政策以及资金捐助等方式推进烟田基础设施配套建设、水利设施等，进一步完善“合作社+职业烟农”的生产经营模式，不断加大产业扶贫力度。以 2018 年为例，国家烟草专卖局定点扶贫湖北省十堰市竹山县、竹溪县和宁夏回族自治区吴忠市红寺堡区，全年共向三县（区）投入扶持资金共计 6,381.2 万元，引进烟草帮扶资金 240.8 万元。同时，国家烟草专卖局数据显示，2018 年中国烟农种植烟草总收入为 550 亿元，户均种植烟草收入为 5.4 万元，同比增长 0.5 万元。

3.1.2 中国烟草制品税率与零售价格较低，进一步刺激消费需求

(1) 税率方面。中国的烟草制品相关税收主要包含三种：①烟叶税。依据 2017 年 12 月印发的《中华人民共和国烟叶税法》(以下简称“《烟叶税》”)，中国境内规定收购烟叶的单位需要缴纳烟叶税，税率为纳税人收购烟叶实际支付价款总额的 20%；②消费税。经国务院批准，自 2015 年 5 月起，中国甲类卷烟（价格（含）70 元/条以上）税率调整为 56%，另外收取 0.003 元/支，生产环节征收；乙类卷烟（其余价格）的消费税税率调整为 36%，另外收取 0.003 元/支，生产环节征收；卷烟批发税率为 11%，另外收取 0.005 元/支；雪茄烟的消费税税率调整为 36%；③增值税。依据世界卫生组织数据披露以及通过对行业内有着十四年以上战略及运营计划、品牌选择等经验的行业专家的访谈得知，全球烟草税费占零售价格的平均比例为 58.4%，其中，低收入国家为 50.3%，中收入国家为 53.1%，高收入国家为 65.9%。目前中国烟草制品税收占零售价格比例为 60%至 65%之间，高于全球中、低收入国家。但是对标日本、欧盟等多数发达国家，中国烟草制品仍然具有较为明显的税收占比优势。

(2) 零售价格方面。①国际方面，世界卫生组报告显示，中国卷烟零售价格为 1.5 美元/盒（20 支），在全球 187 个国家和地区中排名第 126 位；②中国方面，国家烟草专卖局对于烟草制品的价格出台了一系列的管控措施：2017 年 3 月，国家烟草专卖总局发布《关于进一步加强“天价烟”治理工作的通知》，明确要求卷烟工业企业不得人为炒作卷烟零售价格，卷烟零售价格一律不得超过 1,000 元/200 支，未经国家局核准价格的卷烟产品不得以任何名义进入流通领域；同年 4 月，国家专卖总局印发《关于进一步加强卷烟市场价格监测工作的通知》，指出加强卷烟市场价格信息的准确性、保证卷烟市场价格监测工作质量以及延展卷烟市场价格监测项目分析功能。

受益于上述两方面的有利因素，中国烟草制品在价格方面的优势转化为下游需求端

对于烟草制品持续、稳定的购买：①国际出口方面。依据中烟香港《全球发售》报告显示，截至 2016 年、2017 年以及 2018 年底，中国卷烟国际出口额分为别 7.2 亿美元、6.9 亿美元以及 7.9 亿美元，出口收入保持较为稳定的增长趋势；②中国零售方面。以中国卷烟销售量为例，依据国家统计局数据显示，自 2014 年以来，虽然由于中国控烟综合措施的密集出台、控烟力度的持续增加，中国卷烟销售量首次出现下降，但总体仍然维持在 2.3 万亿支左右。同时，结合行业“去库存”的调控政策，该数据自 2016 年以来呈现稳定、持续的回升。

3.1.3 居民消费水平不断提升，烟草制品支付能力持续增强

对标必需性消费品，烟草制品属于嗜好性消费品，即可以提供特殊营养物质或具有独特的色、香、味、形等食品特点，满足消费者感官、生理以及心理需求的消费品，因此对于该类产品的支付能力成为影响消费者购买选择的主要因素。2014 年至 2018 年底，中国居民人均可支配收入与居民人均消费支出整体呈现稳定快速增长的趋势（图 3-1）。其中，中国居民人均可支配收入由 2014 年的 20,167.1 元增长至 28,228.0 元，人均可支配支出由 14,491.4 元增长至 19,853.0 元。

图 3-1 中国居民人均可支配收入与人均消费支出，2014-2018 年



来源：国家统计局，头豹数据中心编制

依据世界卫生组织烟草控制与经济政策合作中心与世界银行集团联合发布的《中国卷烟

支付能力研究 2001-2016》报告显示，2001 年至 2016 年间，受益于中国经济高速发展、中国居民人均 GDP 持续快速增长等因素影响，中国消费者卷烟支付能力持续增强，由原先支付能力最低的四分之一国家组快速上升至第二高四分位国家组，增速位居全球首位。由于受到上述因素以及中国庞大的吸烟人口数量推动，衍生出的巨大吸烟需求导致中国仍然是目前世界烟草制品消费大国。

3.2 制约因素

3.2.1 “吸烟有害健康”，中国吸烟总人数首次下降

吸烟对于人体健康具有较为严重的危害，已经有较为充分的证据表明吸烟可以导致多部位恶性肿瘤以及慢性疾病，进而影响生殖与发育异常。目前，烟草烟雾中含有将近 70 种已知的致癌物质或协同致癌物质，例如尼古丁、焦油、苯并芘等，有大量证据表明吸烟可以导致恶性肿瘤以及多种癌症。吸烟者的吸烟率越大、吸烟年限越长、开始吸烟年龄越小，上述疾病发病率越高。二手烟雾中同样含有大量的有害物质与致癌物，因此会增加二手烟吸入者相关疾病的发病风险。二手烟暴露没有相应的安全水准，即使短时间内暴露于二手烟之中也会对人体健康造成危。同时，二手烟对于孕妇以及儿童健康造成的危害更加严重。目前，已有证据显示孕妇吸入二手烟可以导致造成、新生儿神经管畸形以及唇腭裂。儿童长期暴露于二手烟可导致多种儿童癌症、呼吸道感染等多种疾病。

二十一世纪以来，中国居民健康生活意识不断增强，对于烟草制品所带来危害的了解逐渐加深。“吸烟有害健康” 不仅停留在口号阶段，已经开始逐步深入中国居民的实际生活中。依据中国疾控中心数据披露，2018 年中国烟民数量首次下降，同时中国 15 岁及以上人群的吸烟率由 2015 年的 27.7%下降至 26.6%，降幅 1.1%。中国吸烟人数与吸烟率出现“双下降”，表明中国烟民消费习惯开始发生改变，意味着中国烟草制品行业需求端出现了重要

的转变，行业将面临较为严峻的挑战。

3.2.2 中国“禁烟”力度不断升级

2006 年，中国政府签署了《烟草控制框架公约》(以下简称“《公约》”)。出于积极有效履行《公约》的目的，2007 年国务院批准成立了由国家发展改革委、卫生部等 8 个部（委、局）组成的中国履约部际协调机制，负责协调全国的履约工作。自 2007 年以来，中国政府控烟履约措施持续深化、“禁烟”力度不断升级，对于烟草制品行业的需求端进行了严格的控制，极大程度上遏制了行业的进一步稳定发展。

中国政府部门“禁烟”措施主要体现在以下方面：①政策法规方面，中国政府及相关部门密集出台各类法律法规，主要包括《公共场所控制吸烟条例》、《广告法》、《关于领导干部带头在公共场所禁烟有关事项的通知》、《关于进一步加强学校控烟工作的意见》以及《关于严格控制电影、电视剧中吸烟镜头的通知》等；②规划纲要方面，主要包括《中国烟草控制规划（2012-2015)》、《健康中国 2030 规划》等。

同时，中国各大主要城市积极推进控烟工作，“控烟”已经被列入“卫生城市”、“健康城市”以及“文明城市”等荣誉称号的评估标准。目前，全国范围内共计 18 个城市制订了地方性公共场所控制吸烟法规规章，部分城市控烟力度不断升级，监控范围由原先的传统烟草制品扩大至新兴烟草制品。2018 年 10 月，香港特区宣布以保障市民健康为目的，将建议立法禁止入口、制造、销售、分发及宣传电子烟及其他新型吸烟产品；2019 年 1 月，杭州出台《杭州市公共场所控制吸烟条例》，明确规定室内公共场所、室内工作场所、公共交通工具内禁止吸烟，并且首次将电子烟纳入禁烟范围；2019 年 2 月，深圳市人大常委会公开《深圳经济特区控制吸烟条例（修订征求意见稿)》，修订控烟条例拓展“吸烟”概念，特指使用电子烟或者持有点燃的其他烟草制品。

3.2.3 市场不规范零售行为仍然较为严峻

除却中国烟草制品行业需求端受制因素的增多，市场销售终端不规范行为同样对行业产生了较为严峻的负面影响，烟草市场净化率下行压力明显。当前中国烟草制品市场零售不规范行为主要有：①“假烟”、“走私烟”以及“外渠道卷烟”泛滥，主要集中在低档次产品，具有数量大、品牌杂的特点；②利用物流站点非法运输卷烟。伴随着物流配送行业不断加强对于客户隐私的保密力度，相关部门监管工作面临严峻的调整；③存在着“一证多户”、“一户多证”、以及“证号不统一”的现象。其中，“一证多户”为数个零售商共同使用一个烟草专卖零售许可证，一户购买、多户分销；“一户多证”体现在部分零售端利用多证套取超额烟草制品数量，再批发出售给其他客户赚钱差价；“证号不统一”指部分零售商入网号码与烟草专卖零售许可证号不统一；④非法转让许可证。由于零售点合理布局规划的调整，部分零售商可能面临因不符合合理布局规划而无法取得许可证的问题。因此，为取得继续经营卷烟的资格，有些零售网点继续以原持证人的名义经营卷烟。

依据国家烟草专卖局发布的《2018 年烟草行业十大新闻》，“打私打假”成为中国烟草制品行业 2018 年的重要任务之一。数据显示，中国共查处案值五万元以上的假烟案件共计 9,100 起，查获假烟 40.1 万件、走私烟 15.2 万件。上述市场不规范行为挤占了中国合法烟草制品市场，严重扰乱了卷烟市场的秩序。

4 中国烟草制品行业政策及监管分析

中国控烟履约的法律法规主要包括全国性以及地方性法规，构成了具有中国特色的基本完善的控烟履约法规体系。由于法律法规涉及范围广、出台数量多，本报告重点分析部分关键的全国性行业法律法规条例。

依据法律法规的目的不同，中国烟草制品行业相关政策可以分为以下方面：

（1） 烟草生产：2015 年 7 月，国家烟草专卖局发布 GB/T 18771《烟草术语》，共计包括以下五个部分：《第 1 部分：烟草类型与烟叶生产》(以下简称“《第 1 部分》”)、《第 2 部分：烟草制品与烟草加工》(以下简称“《第 2 部分》”)、《第 3 部分：烟用材料》(以下简称“《第 3 部分》”)、《第 4 部分：品质评价和检测》(以下简称“《第 4 部分》”）以及《第 5 部分：烟草机械与烟草专用检测仪器》(以下简称“《第 5 部分》”)，增加了近年来新出现的涉及烟草制品和烟草加工、品质评价以及检测等方面的常用术语。

（2） 烟草制品销售：①烟草专卖制度。1991 年 6 月，第七届全国人民代表大会常务委员会第二十次会议通过《中国人民共和国烟草专卖法》(以下简称“《烟草专卖法》”)；根据 2009 年 8 月第十一届全国人民代表大会常务委员会第十次会议《关于修改部分法律的决定》,《烟草专卖法》第一次修正；根据 2013 年 12 月，第十二届全国人民代表大会常务委员会第六次会议《关于修改〈中华人民共和国海洋环境保护法〉等七部法律的决定》,《烟草专卖法》第二次修正；根据 2015 年 4 月第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议《关于修改〈中华人民共和国计量法〉等五部法律的决定》,《烟草专卖法》第三次修正。《烟草专卖法》指出中国对烟草专卖品的生产、销售、进出口依法实行专卖管理，并实行烟草专卖管理制度，即有计划地组织烟草专卖品的生产和经营。同时对于烟草制品的生产、销售和运输、专用机械的生产和销售以及进出口贸易和对外经济技术合作进行了规范；②烟草专卖许可证管理办法。2016 年 7 月，为进一步规范烟草专卖许可证的管理，工业和信息化部印发《烟草专卖许可证管理办法》，明确规定中国境内公民、法人或者其他组织从事烟草专卖品的生产、批发、零售、进出口等业务的，应当依法向烟草专卖局申请领取烟草专卖许可证，同时针对烟草专卖许可证的申请与受理、审批与发放、使用以及监督管理做出了规定；2017 年 10 月，国家烟草专卖局发布《烟草专卖许可证管理办法实施细则（试行）》，规定

了烟草专卖许可证的实施机关、申请、办理、使用以及相关政务规范；2017 年 11 月，国家烟草专卖局发布《关于进一步规范烟草专卖许可证行政许可文书使用和管理的通知》；③免税出口和境外生产。2018 年 7 月，国家烟草专卖局印发《关于加强免税出口和境外生产卷烟监管的规定》(以下简称《规定》)，《规定》指出为规范一般贸易免税出口卷烟和境外生产卷烟经营业务，防止违法违规卷烟回流，生产企业要严格执行国家烟草专卖局对一般贸易免税出口和境外生产卷烟的包装规定。同时，生产企业与经销客户签订一般贸易免税出口或境外生产卷烟销售合同，必须明确目标市场及相应的违约责任；未按计划执行，私自变更合同目标市场的，由中国烟草国际有限公司暂停其所涉及品牌的出口业务等；④销售价格。2017 年 3 月，国家烟草专卖局发布《关于进一步加强“天价烟”治理工作的通知》，重申并强调卷烟工业企业不得人为炒作卷烟零售价格，卷烟零售价格一律不得超过 1,000 元/200 支，未经国家局核准价格的卷烟产品不得以任何名义进入流通领域；对发现卷烟工业企业人为炒作卷烟零售价格的，国家局将立即停止相关卷烟牌号规格生产并勒令其退出市场等 (图 4-1)。

图 4-1 中国烟草制品销售相关法律法规概览（部分）

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《关于加强免税出口和境外生产卷烟监管的规定》	2018-07	国家烟草专卖局	对一般贸易免税出口和境外生产卷烟的包装规定。同时，生产企业与经销客户签订一般贸易免税出口或境外生产卷烟销售合同，必须明确目标市场及相应的违约责任；未按计划执行，私自变更合同目标市场的，由中国烟草国际有限公司暂停其所涉及品牌的出口业务等
《关于进一步规范烟草专卖许可证行政许可文书使用和管理的通知》	2017-11	国家烟草专卖局	烟草专卖许可证行政许可文书，是烟草专卖许可证申请、办理与管理过程中形成和使用的各类规范性文书。烟草专卖生产企业许可证、烟草专卖批发企业许可证、烟草专卖零售许可证的行政许可文书样式由国家局统一规定
《烟草专卖许可证管理办法实施细则（试行）》	2017-10	国家烟草专卖局	规定了烟草专卖许可证的实施机关、申请、办理、使用以及相关政务规范
《关于进一步加强“天价烟”治理工作的通知》	2017-03	国家烟草专卖局	重申并强调卷烟工业企业不得人为炒作卷烟零售价格，卷烟零售价格一律不得超过1,000元/200支，未经国家局核准价格的卷烟产品不得以任何名义进入流通领域；对发现卷烟工业企业人为炒作卷烟零售价格的，国家局将立即停止相关卷烟牌号规格生产并勒令其退出市场等
《烟草专卖许可证管理办法》	2016-07	工业和信息化部	明确规定中国境内公民、法人或者其他组织从事烟草专卖品的生产、批发、零售、进出口等业务的，应当依法向烟草专卖局申请领取烟草专卖许可证，同时针对烟草专卖许可证的申请与受理、审批与发放、使用以及监督管理作出了规定
《烟草专卖法（2015修订）》	2015-04	第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议	中国对烟草专卖品的生产、销售、进出口依法实行专卖管理，并实行烟草专卖管理制度，即有计划地组织烟草烟草专卖品的生产和经营。同时对于烟草制品的生产、销售和运输、专用机械的生产和销售以及进出口贸易和对外经济技术合作进行了规范

来源：头豹研究院绘制

（3） 吸烟管控：①广告宣传。2015 年 4 月，第十二届全国人大常委会表决通过新修订《中华人民共和国广告法》（以下简称“《广告法》”），新法明确广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者，禁止在大众传播媒介或公共场所等发布烟草广告以及禁止利用其他商品或服务的广告、公益广告，宣传烟草制品名称、商标等内容；2016 年 9 月，国家工商行政管理总局发布《互联网广告管理暂行办法》，禁止利用互联网发布处方药和烟草的广告；②公共场所管理。2017 年 12 月 5 日经原卫计委通过《修改〈新食品原料安全性审查管理办法〉等 7 件部门规章的决定》，其中包括《公共场所卫生管理条例实施细则》（以下简称“《实施细则》”）。《实施细则》规定室内公共场所禁止吸烟。明确指出公共场

所经营者应当设置醒目的禁止吸烟警语和标志，同时应当开展吸烟危害健康的宣传，并配备专(兼)职人员对吸烟者进行劝阻；③国民健康。2016年10月，国务院发布《“健康中国2030”规划纲要》，明确指出全面推进控烟履约，加大控烟力度；深入开展控烟宣传教育；积极推进无烟环境建设，强化公共场所控烟监督执法；推进公共场所禁烟工作，逐步实现室内公共场所全面禁烟；领导干部要带头在公共场所禁烟，把党政机关建成无烟机关；强化戒烟服务。同时指出到 2030 年，中国 15 岁以上人群吸烟率降低到 20%（**图 4-2**）。

图 4-2 中国全国性控烟法律法规概览（部分）

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《公共场所卫生管理条例实施细则》	2017-12	原国家卫计委	规定室内公共场所禁止吸烟。明确指出公共场所经营者应当设置醒目的禁止吸烟警语和标志，同时应当开展吸烟危害健康的宣传，并配备专(兼)职人员对吸烟者进行劝阻
《“健康中国2030”规划纲要》	2016-10	国务院	明确指出全面推进控烟履约，加大控烟力度；深入开展控烟宣传教育；积极推进无烟环境建设，强化公共场所控烟监督执法；推进公共场所禁烟工作，逐步实现室内公共场所全面禁烟；领导干部要带头在公共场所禁烟，把党政机关建成无烟机关；强化戒烟服务。同时指出到2030年，中国15岁以上人群吸烟率降低到20%
《互联网广告管理暂行办法》	2016-09	国家工商行政管理总局	禁止利用互联网发布处方药和烟草的广告
《中华人民共和国广告法》	2015-04	第十二届全国人大常委会	明确广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者，禁止在大众传播媒介或公共场所等发布烟草广告以及禁止利用其他商品或服务的广告、公益广告，宣传烟草制品名称、商标等内容

来源：头豹研究院绘制

5 中国烟草制品行业市场趋势

5.1.1 新型烟草制品引发行业革新

由于全球烟草制品控制力度的持续加强，以菲莫国际、英美烟草以及日本烟草等为代表的国家烟草公司巨头开始拓展新型减害类烟草制品。自 2008 年以来，菲莫国际共计投入超过 60 亿美元，聘请超过 400 位世界级别的科学家、工程师以及技术人员投入以“IQOS”为代表的加热不燃烧烟草制品。相比于传统的燃吸类烟草制品，加热不燃烧式产品主要借助复杂的电子元件通过对烟叶进行低温加热（最高为 300℃）促使气味的释放，因此在口感上具有高度的相似性。同时由于烟草并没有被点燃，在使用过程中极大程度上减少了传统烟草制品燃烧时释放的有害化学物质含量。

此类产品的出现促使中国各省中烟公司陆续开展加热不燃烧产品的布局，引发了中国烟草制品行业产品与技术的进一步发展。2014 年，贵州中烟成立新型卷烟工程中心，自主研发的新型卷烟红外加热技术被认定为行业内新型卷烟热源技术的重大原理创新。目前，贵州中烟在新型烟草制品核心技术领域共申请专利 50 余项，申请 PCT 国际专利 3 件，并参编行业标准 2 项；2015 年 1 月，湖北中烟化学加热低温卷烟已通过专利申请；2017 年 3 月，湖南中烟电加热低温卷烟专利申请通过批准，同期山东中烟可调式烟草物料加热器也获得了专利；2018 年 5 月，湖北中烟获得“辊压法加热不燃烧再造烟叶的制备方法及其应用”的发明专利；2018 年 11 月，湖北中烟 MOK 发布会开启，标志着国内首家新型烟草制品旗舰店——MOK 官方旗舰店成立。

5.1.2 中国传统烟草制品细分品类快速发展，新品培育趋于理性

目前，中国烟草制品行业品类多元化趋势较为明显。部分大型品牌的品类构建以聚焦“香

型”为主，进一步加强消费者对于品牌的认可度与忠诚度。以云南中烟提出的“本香文化”为例，云南中烟在香型品类的构建方面主要以清香型与清甜香型为主。清香型卷烟刺激性小、香气自然醇和，凸显烟草本香，代表品牌包括红塔山（经典 100）、玉溪（大成）与玉溪（软境界）等；清甜香型以“清新自然、甜润优雅、韵味悠远”的风格为主，包括云烟（清甜香）、云烟（大重九）以及云烟（红印象）。

同时，以“细、中、短、爆”为代表的细分产品的创新与发展陆续推进：①细支烟，烟支直径比常规卷烟小，体型纤细修长，最早主要作为女士香烟。目前，细支烟主要以南京炫赫门、黄鹤楼以及长白山等为代表；②短支烟，长度由原来的 84mm 缩短为 74mm。目前市场上在售的短支烟品牌主要通过以下两种销售概念实现与细支烟的差异：一方面，将“短”与“高品质”相结合，例如主打“少抽两口，抽好烟”宣传口号的黄山记忆；另一方面，将“短”与特定的消费场景相结合；③中支烟，通常为烟支粗细与长短介于常规烟与细支烟之间的烟草制品，以中华金中支等为代表；④爆珠烟，在卷烟滤嘴中添加包裹着各种液态香精、香料的半透膜或密封胶囊，使用时通过按捏胶囊使内置香气成分发挥，以达到增加卷烟香气、丰富口感等作用。由于短时间内市场各个品牌在“细、中、短、爆”的细分市场中不断倾斜资源、加大投入，致使中国烟草制品行业市场竞争同质化现象日益明显。针对这一现象，多数大型品牌发展方式由传统的“外延粗放”、“规模扩张”向“精细集约”、“结构优化”的方向转变，基于品牌地位、市场定位与产品概念更加清晰地划分，聚焦“细、中、短、爆”产品细分品类“创新化”与“高端化”的研发。依据 2018 年全国烟草行业企业管理现场会数据显示，截至 2018 年前三季度，“细、中、短、爆”等创新类产品共计销售 382.76 万箱，同比增长 58.37%，新品扎堆上市和盲目跟进的现象有所减少，行业内新品培育趋于理性化。

5.1.3 中国烟草制品细分行业政策有望进一步健全完善

中国对于传统燃吸式烟草制品的监管法规相对完善，但是针对以电子烟为代表的新型烟草制品的行业政策仍然处于设立阶段，电子烟制品行业的生产、销售以及监管等法规体系尚未健全。目前，中国对于电子烟的限制性规定主要以公共场所以及特殊场所的使用限制，涉及电子烟的法规与规定主要包括：①地方性公共场所控制吸烟条例，例如《杭州市公告场所控制吸烟条例》、《北京市控制吸烟条例》、《上海市公共场所控制吸烟条例》以及《深圳经济特区控制吸烟条例》等；②特殊场所对于电子烟器具的规定，包括《危险物品安全航空运输技术细则》、《中国民用航空危险品运输管理规定》等；③销售规定。2018 年 8 月，国家市场监督管理总局联合国家烟草专卖局共同发布《关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》，明确电子烟作为卷烟等传统烟草制品的补充，规定各类市场主体不得向未成年人出售电子烟。

针对上述现象，2018 年 5 月国家烟草专卖局印发《2018 年全面深化改革工作要点》（以下简称“《要点》”）指出“继续深化新型烟草制品创新改革”，其中明确指出推进新型烟草制品监管的政策法规研究，计划通过分类管理、市场监管、鉴别检验、案件移送等方面以及协调配合立法部门制定有效的监管政策和可行措施。总体而言，《要点》的发布表明了中国政府鼓励电子烟行业规范、良性以及积极发展的立场，中国电子烟行业监管空白的现象将在短时内得以改善，从根本上推动行业的健康、快速发展。

6 中国烟草制品行业竞争格局

6.1 竞争格局分析

6.1.1 烟草制品行业竞争格局综述

由于中国烟草制品行业实行国家专卖制度，本报告重点分析以品牌为代表的行业竞争格局。通过对行业内有着十四年以上战略及运营计划、品牌选择等经验的行业专家的访谈得知，当前中国烟草制品行业集中度较高，大型品牌在市场中占据绝对优势地位。主要体现在以下两个方面：

（1） **销量方面。**卷烟品牌销量前 15 位共计占据市场整体份额 60%以上，依次为红双喜、云烟、利群、红塔山、南京、黄鹤楼、芙蓉王、黄金叶、泰山、中华、白沙、玉溪、黄山、七匹狼以及贵烟。其中，红双喜、云烟分别以 193 万箱与 191.4 万箱位居前列。

（2） **收入方面。**卷烟品牌销售收入前 15 位分别为中华、利群、云烟、黄鹤楼、芙蓉王、南京、红双喜、玉溪、黄金叶、白沙、黄山、红塔山、贵烟、七匹狼与苏烟，共计占据市场整体份额 75%以上。其中，中华以 916.7 亿元的销售额占据行业龙头地位，其销售收入约占市场总收入 50%。

依据上述品牌排名可以看出，虽然销量与收入品牌排名具有明显差异，但是入围品牌变化不大，主要集中在以中华、利群、红双喜、芙蓉王等为代表的具备实力以及知名度的大型品牌，由此可知中国烟草制品行业竞争格局相对稳定。

6.2 烟草制品行业企业分析

6.2.1 中国烟草

6.2.1.1 企业简介

中国烟草总公司（以下简称“中国烟草”）成立于 1982 年 1 月，主要职责是根据国家法律和国务院的有关法规、法令、方针政策，按照国家计划，对所属企业的生产、供应、销售、进出口业务和对外经济技术合作实行集中统一经营管理。

6.2.1.2 业务介绍

国家烟草专卖局、中国烟草总公司对全国烟草行业“人、财、物、产、供、销、内、外、贸”进行集中统一管理。

6.2.1.3 竞争优势

- **烟草专卖制度和管理体制：**中国烟草行业实行“统一领导、垂直管理、专卖专营” 的管理体制。其中，专卖专营包括三大法定许可制度，分别为烟草专卖品生产和进出口的法定许可证制度、烟草专卖品销售和经营主体的法定许可证制度以及烟草专卖品运输的法定准运证制度。

6.2.2 艾维普思

6.2.2.1 企业简介

深圳市艾维普思科技有限公司（以下简称“艾维普思”）成立于 2010 年，是一家集研发、生产、销售、服务为一体的专业电子烟生产商及品牌营运商。2011 年，艾维普思首次

研发并推出专利产品双发一次性雾化器，正式进入电子烟市场。公司坚持“主导型”的电子烟发展模式，坚持电子烟品牌发展思路，追求独立个性的电子烟产品。

6.2.2.2 业务介绍

公司旗下产品品牌包括“SMOK”与“KOOPOR”，主要以中、高端市场为主，具体产品为：①INFINIX2 套装；②TF 雾化器；③MORPH 219 KIT；④Trinity Alpha；⑤SLM；⑥MICO KIT；⑦Nord AIO 19&22 套装；⑧Stick V9 Max 套装。

6.2.2.3 竞争优势

- **完善的营销网络：**艾维普思产品销售主要以美国、英国、法国等发达国家为目标市场，在国际已经具有一定的良好声誉。公司高度重视网络营销，目前已经与全球知名电子烟销售网站建立了战略合作关系，同时通过国外知名社交网络 Facebook、Twitter 等建立品牌宣传，通过知名评论家进行产品推广。并且公司在各大知名行业论坛投放广告等措施，初步建立起相对完善的网络营销模式。
- **垂直社区：**目前，艾维普思自主研发的电子烟智能管理及社交平台“Smart BEC”已经吸纳有效用户多达 6 万人。“Smart BEC”可以通过蓝牙匹配电子烟设备，并且在线控制设备和管理吸烟数据，同时还能与全球所有 SMOK 用户通过话题讨论成为朋友，分享和交流。

6.2.3 恒信科技

6.2.3.1 企业简介

恒信科技集团（以下简称“恒信科技”）发明了以天然植物为原料、基于 PG/VG 的混合

电子烟油，是全球知名的电子烟及电子烟油生产商之一，也是全球率先实现电子烟系列产品研发、生产、销售、服务于一体的高新技术集团。

6.2.3.2 业务介绍

公司产品主要分为烟油系列、烟具系列以及 OEM 产品三大系列。其中，烟油系列包括五色烟草系列、五色水果系列、五色薄荷系列、五色饮料与酒类系列以及五色食品和其他类别系列；电子烟具系列包括 D6 电子烟、510 电子烟套装、ECHO-D、EVOD+Miniprotank 套装、Quake 电子烟套装以及 Hayes TwistⅢ套装。

6.2.3.3 竞争优势

- **海外生产与销售渠道：**恒信科技目前已经在美国、英国、波兰、韩国等国家和地区建立起子公司或关联企业，成为国内为数不多的在海外建立生产基地的电子烟企业。同时，恒信科技拥有全产业链生产体系及全方位质量监控系统，拥有遍布国内外的研发、生产及销售网络，产品销售范围覆盖世界 80 多个国家和地区。
- **强大的质量管理体系：**恒信科技先后通过了 ISO9001:2008 质量管理体系、欧盟 CE/RoHS、德国 TUV 等多项国际认证，成为国内首家通过电子烟油无毒实验报告的企业。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451