



新型烟草制品市场发展及法律监管

李磊¹, 周宁波², 屈湘辉²

1 北京理工大学, 法学院, 北京市海淀区中关村南大街5号 100081;

2 中国卷烟销售公司, 市场管理部, 北京市西城区广外大街9号 100055

摘要: 在对近年来电子烟、加热烟草产品、鼻烟、嚼烟等新型烟草制品的国际国内市场发展和法律监管动态进行梳理分析的基础上, 总结出当前新型烟草制品在市场发展和法律监管方面的变化趋势、主要特征, 结合当前行业新型烟草制品发展现状, 从行业、工业企业、商业企业、监管政策等方面提出针对性的策略建议。

关键词: 新型烟草制品; 市场; 监管; 对策

引用本文: 李磊, 周宁波, 屈湘辉. 新型烟草制品市场发展及法律监管 [J]. 中国烟草学报, 2018, 24 (2)

新型烟草制品主要是指区别于采用传统燃吸方式的卷烟的烟草制品, 相对于传统卷烟, 其主要特征是不需燃烧、基本无焦油等有害成分, 同时能满足人体摄入一定尼古丁的需求^[1]。这一特征使得新型烟草制品在减害机理上存在“先天优势”, 减害幅度较为明显, 这已经得到了初步的证实。近年来, 随着消费升级和人们健康意识的提高, 新型烟草制品凭借其更加健康、便利、时尚的优势迅速在国内外市场引起关注, 成为烟草行业新的经济增长点。

根据其制品使用形式, 目前新型烟草制品可以分为三大类: 电子烟 (E-cigarettes)、加热烟草产品 (Heated Tobacco) 和无烟气烟草制品 (Smokeless Tobacco)。根据烟支的形式不同, 与电子烟配合使用的烟支主要分为烟弹 (Cartridges)、电子烟油 (E-liquids)。封闭式电子烟 (Closed Vaping Systems) 一般配合使用烟弹, 外形和使用体验较为接近传统卷烟; 开放式电子烟 (Open Vaping Systems) 一般配合使用电子烟油, 拥有比封闭式电子烟更强的电力和功率, 产生更浓厚的蒸汽。加热烟草产品配合使用由烟草或烟草提取物经过特殊加工制成的烟支, 使用体验最接近传统卷烟。电子烟和加热烟草产品在抽吸过程中均产生烟气, 因此二者又被归类为雾化产品 (Vapour Products)^①。无烟气烟草制品主要包括嚼烟 (Chewing Tobacco) 和鼻烟 (Snuff) 两大类, 其中鼻烟本来是一种鼻用产品, 但如今更普遍的是通过口

腔使用, 分为干鼻烟 (Dry Snuff) 和湿鼻烟 (Moist Snuff, 亦称口含烟)^[2], 目前市场上以湿鼻烟为主。

1 电子烟

1.1 电子烟全球市场发展概况

2017年, 全球电子烟销售额为120.54亿美元, 同比增长18.5%, 其中开放式电子烟销售额86.40亿美元, 占比达到71.7%。

相对于电子烟设备, 电子烟烟支占总销售额的比重更大, 并且还在不断提高。2017年, 电子烟烟支销售额达到69.36亿美元, 占电子烟销售总额的57.5%。

1.2 电子烟主要消费市场状况

目前, 美国和英国是电子烟的主销市场, 2017年, 其全球市场份额分别为39.28%和14.40%, 合计超过全球规模的50%。

1.2.1 美国

近年来, 美国一直是全球最大的电子烟市场, 但近两年电子烟消费增速明显放缓, 其中开放式电子烟受监管政策的影响, 增速进一步放缓, 而且很可能面临快速衰退, 而封闭式电子烟因其便利性更受欢迎, 其相关技术已更加成熟。美国目前还没有合法上市销售的加热烟草产品。

2016年, 美国稳定的成年电子烟消费者同比增长15.7%, 达到1153万人, 接近全部吸烟人口的29%, 在全美吸烟人口持续减少的情况下保持增长态势。

作者简介: 李磊 (1977—), 博士, 讲师, 主要研究方向: 民商法, Email: lilylei02@sohu.com

通讯作者: 屈湘辉 (1976—), 硕士, 主要从事卷烟品牌营销管理, Tel: 010-63605209, Email: qxh0618@139.com

收稿日期: 2018-03-31; **网络出版日期:** 2018-05-03

① 独立市场研究机构欧睿国际采用这一分类。

表 1 2012-2017 年电子烟分类销售额
Tab.1 Classified sales of e-cigarettes during 2012-2017

年份	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
封闭式电子烟 / 亿美元	10.07	15.12	19.71	22.93	29.01	34.14
开放式电子烟 / 亿美元	18.24	34.09	53.15	64.18	72.70	86.40
合计 / 亿美元	28.31	49.21	72.86	87.11	101.71	120.54

注：数据来源于欧睿数据库。如无特别说明，后文中新型烟草制品销量、销售额、消费人数等数据均来源于欧睿数据库。

表 2 2012-2017 年电子烟烟支分类销售额
Tab.2 Classified sales of sticks of e-cigarettes during 2012-2017

年份	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
烟弹 / 亿美元	3.23	5.85	8.16	11.11	15.29	18.55
烟油 / 亿美元	9.66	18.37	28.42	36.41	42.12	50.81
合计 / 亿美元	12.88	24.22	36.58	47.52	57.41	69.36

表 3 2012-2017 年美国电子烟分类销售额
Tab.3 Classified sales of e-cigarettes in USA during 2012-2017

年份	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
封闭式电子烟 / 亿美元	5.25	9.04	13.03	16.28	21.21	24.11
开放式电子烟 / 亿美元	-	2.40	13.69	18.25	21.09	23.24
合计 / 亿美元	5.25	11.44	26.72	34.53	42.30	47.34

表 4 2012-2016 年美国电子烟消费人数
Tab.4 Number of e-cigarettes in USA during 2012-2016

年份	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年
男 / 万人	122.2	230.15	500.45	536.56	628.99
女 / 万人	99.49	181.17	415.14	459.88	524.14
合计 / 万人	221.69	411.33	915.59	996.44	1153.12

市场监管方面，2016 年 5 月，FDA 宣布通过《联邦食品、药品与化妆品法》（FD&C Act）将电子烟纳入监管，并于当年 8 月生效。一方面，由于将加强对电子烟油的监管，开放式电子烟首当其冲，受到极大的不利影响。另一方面，由于上市产品必须付出极高的成本（时间、资金）进行烟草销售申请，小公司几乎无法承担，因此可以预见传统的大型烟草公司将

占据电子烟市场的主流。

1.2.2 英国

电子烟 2008 年开始进入英国，高企的烟草税负和愈发严格的控烟环境促使其迅速发展。2017 年，英国电子烟销售规模达到 17.35 亿美元，同比增长 28.3%。

表 5 2012-2017 年英国电子烟分类销售额

Tab.5 Classified sales of e-cigarettes in Britain during 2012-2017

年份	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
开放式电子烟 / 亿美元	1.14	2.59	5.15	7.95	10.81	13.97
封闭式电子烟 / 亿美元	1.03	1.52	2.09	2.38	2.71	3.38
合计 / 亿美元	2.17	4.11	7.24	10.33	13.52	17.35

英国电子烟市场受到 2016 年新《欧盟烟草产品指令》(EUTPD2)施行的影响,该法规对电子烟和加热烟草产品的营销、销售和使用等方面都做出了规定。新法规的出台能够提升消费者对于产品安全性的认知和信任,但它严格的规定将严重影响小企业的竞争力。此外,受 EUTPD2 管制的影响,传统营销手段和广告未来将无法开展,口碑传播会成为主要营销手段。虽然受此影响,英国的雾化产品市场依然被业界普遍看好,一方面,雾化产品仅按一般消费品纳税,适用增值税一般税率;另一方面,雾化产品还得到了英国公共健康组织和社团的支持,使得雾化产品比常规烟草制品伤害更小的观点成为主流。

1.3 国内市场状况

电子烟在我国最初是被用作戒烟的一种手段,

作为传统卷烟的替代品,而如今以大烟雾为代表的 Vape 文化在我国迅速兴起。此外,国外愈发严格的管制环境,使得各大企业开始将精力从海外转移到中国,推动我国电子烟市场繁荣发展。

2017 年,我国电子烟销售额达到 40.09 亿元人民币(约合 5.89 亿美元),同比增长 25.3%。其中开放式电子烟增速更快,达到 26.9%;开放式电子烟的销售规模已经超过封闭式电子烟并逐渐拉开差距,在电子烟总规模中占比超过六成。

我国电子烟消费人群也在逐年增加,人均消费金额在不断提高。2017 年,全国电子烟消费人数达到 736.59 万人,同比增加 13.6%。消费人群主要是男性,虽然女性消费者在不断增多,但占比依然微乎其微。

表 6 2012-2017 年中国电子烟销售额

Tab.6 Sales of e-cigarettes in China during 2012-2017

年份	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
封闭式电子烟 / 亿美元	4.63	6.05	7.71	10.09	12.32	15.12
开放式电子烟 / 亿美元	3.90	7.02	9.67	14.92	19.68	24.97
合计 / 亿美元	8.53	13.07	17.38	25.00	32.00	40.09

表 7 2013-2017 年中国电子烟消费人数

Tab.7 Number of e-cigarettes in China during 2013-2017

年份	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
男 / 万人	344.31	445.4	591.14	647.44	735.72
女 / 万人	0.27	0.42	0.71	0.72	0.87
合计 / 万人	344.58	445.82	591.86	648.15	736.59

分渠道来看，八成左右的电子烟是通过网络渠道实现销售；实体终端中，专门店又占据约 14% 的份额，其他销售渠道占比较小。

分公司和品牌来看，本土电子烟公司继续占据电子烟市场的主导地位，基本集中在广东、深圳。目前较为知名的公司约有 70 家，其中上市公司有 6 家，如合元（已上市）、新宜康、卓尔悦、艾维普思（已上市）等。它们不仅拥有新品开发方面的领先技术，而且拥有较强的线上线下销售网络。另有 2 家公司是由中国烟草下属企业出资设立，分别是云南中烟的深圳市华玉科技发展有限公司和湖南中烟的深圳市湘元科技有限公司。

1.4 电子烟的法律监管

1.4.1 国外监管立法状况

各国对电子烟的监管政策差异较大，关键在于政府或监管部门对电子烟的性质和价值如何认识：即将电子烟归类为普通消费品、烟草制品还是医用药品，认为电子烟对健康的影响是正面的还是负面的。

目前，烟支成分尤其是是否含有尼古丁，是决定各国政府判断监管程度的关键因素。各国针对电子烟的立法可以分为五类，监管程度由轻及重分别是按普通消费品监管、统一纳入烟草制品监管、按药用产品监管、禁止销售和禁止销售和使用。

表 8 各国电子烟法律监管情况

Tab.8 Regulation measures for e-cigarettes in various countries and regions

监管措施分类	国家和地区
尚未发布电子烟（含尼古丁）相关的政策，将电子烟（不含尼古丁）视为普通消费品	俄罗斯，中国，巴基斯坦，乌克兰，中国香港
将电子烟（含尼古丁）视为烟草产品	英国，德国，意大利，美国，波兰，法国，爱尔兰，西班牙，克罗地亚，荷兰，斯洛文尼亚，以色列，捷克共和国，保加利亚，芬兰，拉脱维亚，哥斯达黎加，韩国，秘鲁，塞尔维亚，摩洛哥，罗马尼亚，匈牙利，斯洛伐克，葡萄牙，奥地利
将电子烟（含尼古丁）列为药用产品	丹麦，加拿大，瑞典，菲律宾，比利时，南非，智利，新西兰
禁止电子烟（含尼古丁）销售	埃及，澳大利亚，墨西哥，洪都拉斯，哥斯达黎加，巴拿马，哥伦比亚，巴西，阿根廷，乌拉圭，挪威，瑞士，土耳其，沙特阿拉伯，阿曼，泰国，乌干达，文莱，阿曼，卡塔尔，阿联酋，委内瑞拉，塞舌尔，瑞士
禁止电子烟（含尼古丁）销售和使用	印度尼西亚，马来西亚，哥伦比亚，新加坡

注：资料根据上海新型烟草制品研究院相关报告、参考文献 [3] 以及欧睿国际数据库信息整理而得。

从监管政策发展的趋势来看，各国对于电子烟的监管力度正在不断加强，具体手段基本集中在以下 4 个方面。

1) 加重税收。如欧盟正在考虑增加新型烟草赋税；韩国议会正在讨论提高电子卷烟（包括加热不燃烧产品）的税率到传统卷烟的标准。

2) 纳入烟草制品监管。美国 FDA 和欧盟新《烟草制品指令》都将雾化产品纳入烟草制品，由相关部门立法、监管。

3) 制定产品标准，规范产品工艺和质量。如美国对所有上市产品进行严格的审核；EUTPD2 则对产品包装、规格、警示语等都提出了明确规定。

4) 限制广告和渠道。如韩国限制销售渠道以避免未成年人接触。

1.4.2 国内市场监管状况

我国尚没有制订针对电子烟的监管法律，对于电子烟存在一些迄今仍未解决的争议。例如，对于电子烟的属性定位尚未明确^[3]，对于电子烟是否安全、是否可以帮助戒烟或减少吸烟、是否应该禁止其广告等问题也尚未达成共识^[4]。这些争议或者模糊地带的存在，造成相关监管法律迟迟未能出台，尚在讨论制订过程中。

虽然监管仍然处于失位状态，产业发展方向存在较大变数，但是国内电子烟企业纷纷自发组织成立行业协会，并试图通过协会推出行业标准，促进整体品质的提高。例如，中国电子商会（直属工信部）电子烟行业委员会于 2017 年 1 月在深圳成立，是国内较有影响的电子烟行业组织之一，重点从会员、行业

大会、行业标准、培训和国际交流等方面开展工作。2017年12月,该委员会发布电子烟雾化类器具产品通用规范和电子烟雾化液规范两项企业标准。中国烟草总公司于2017年4月13日发布了有关电子烟烟具、电子烟液、释放物等有关的4项标准,规范内部有关产品的工艺与质量。

国家标准委于2017年9月28日下达2017年第三批国家标准制修订计划,其中明确了由国家烟草专卖局牵头制定电子烟的强制性国家标准。

2 加热烟草产品

加热烟草产品的烟支仍是由烟草制成,经过特殊处理后,烟支内的烟草可以被特定的加热装置加热至一定温度,在不燃烧的情况下即可产生含有尼古丁的烟气。加热烟草产品按照加热源的不同,可分为三种类型:电加热型、燃料加热型和化学加热型^②。电加热型产品以电力为热源;燃料加热型产品以外加燃料为热源;理化反应加热型产品利用理化反应产生的热

量为热源。由于加热烟草产品的加热温度远低于燃烧温度,因此能有效降低烟草高温燃烧裂解产生的有害成分,使主流烟气的化学组分释放量大大降低。与常规卷烟阴燃的方式不同,它在抽吸间歇时烟丝处于不加热状态,因此侧流烟气和环境烟气也大幅度降低。相比现有的电子烟,加热烟草产品的使用感受更接近传统卷烟,消费的核心原料仍然是烟草,能最大程度保持烟草风味。目前加热烟草产品较少,主要有英美烟草的glo、菲莫国际的iQOS和日本烟草的Ploom等。

2.1 加热烟草全球市场发展概况

相较于电子烟,加热烟草产品起步较晚,整体规模还较小,但增速很快。2017年,加热烟草产品全球销售额为50.03亿美元,增速高达135.6%,其中烟支的销售额达到46.36亿美元,占加热烟草产品销售总额的92.7%。

分国别来看,目前日本、德国、波兰等国家是加热烟草产品的主要市场。2017年,日本市场加热烟草产品销售额占全球市场的份额为91.60%。

表9 2013-2017年全球加热烟草制品销售额
Tab.9 Global sales of heated tobacco during 2013-2017

年份	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
加热烟草制品 / 亿美元	0.05	0.24	6.64	21.24	50.03
同比增幅	—	380.0%	2766.7%	219.9%	135.5%
其中:烟支 / 亿美元	0.01	0.17	6.47	19.52	46.36
同比增幅	—	1600.0%	3805.9%	201.7%	137.5%

表10 2013-2017年主要国家加热烟草产品销售额
Tab.10 Top countries' sales of heated tobacco during 2013-2017

年份	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
日本 / 亿美元	0.00	0.16	6.49	20.40	45.83
德国 / 亿美元	—	—	—	0.30	1.15
波兰 / 亿美元	—	—	—	—	0.60
加拿大 / 亿美元	—	—	—	0.01	0.43
英国 / 亿美元	—	0.01	0.02	0.11	0.34
瑞士 / 亿美元	—	—	0.04	0.11	0.31
韩国 / 亿美元	—	—	—	—	0.30
葡萄牙 / 亿美元	—	—	—	0.08	0.22
以色列 / 亿美元	—	—	—	—	0.19
罗马尼亚 / 亿美元	—	—	—	0.07	0.18

② 采用上海新型烟草制品研究院的分类方式,参见其网站。

2.2 加热烟草主要市场状况

2.2.1 日本

根据日本药事法，含有尼古丁的烟弹、烟油不允许在其国内销售。因此，受政策法规的影响，加热烟草产品在日本雾化产品市场中的绝对地位近年内都不会改变。虽然仅有加热烟草产品，但因其近两年的迅猛发展，日本极有可能迅速超越美国成为全球最大的雾化产品市场。

2016 年，日本加热烟草产品的消费人群达到 192.91 万人，同比增长 151.8%。加热烟草产品的消

费群体大部分是由传统卷烟消费者转移而来，并更偏向于年轻一代。

目前，日本市场上主要有三款加热烟草产品，分别是菲莫公司的 iQOS、日本烟草的 PloomTECH 和英美烟草的 glo。iQOS 是真正推动日本加热烟草产品市场爆发和发展的第一品牌，至 2016 年 4 月已建起了覆盖全国的分销网络。作为跟随者，PloomTECH 和 glo 的销售还只局限在部分市场。随着加热烟草产品消费需求的急剧增长，接下来几年可能会有大量新品上市。

表 11 2013-2017 年日本加热烟草产品分类销售额

Tab.11 Classified sales of heated tobacco products in Japan during 2013-2017

年份	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
加热烟草 / 亿美元	0.00	0.145	6.41	19.11	43.89
烟草加热设备 / 亿美元	0.002	0.010	0.08	1.29	1.94
合计 / 亿美元	0.002	0.155	6.49	20.40	45.83

表 12 2013-2017 年日本加热烟草产品消费人数

Tab.12 Number of heated tobacco products in Japan during 2013-2017

年份	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
男 / 万人	1.7	6.96	68.24	155.95	238.92
女 / 万人	0.02	0.14	8.37	36.96	56.62
合计 / 万人	1.72	7.11	76.61	192.91	295.55

产品示意图			
排名	1	2	3
公司	菲莫国际	日本烟草	英美烟草
品牌名 / 设备名	iQOS	PloomTECH	glo
设备零售价	9980 日元	4320 日元	8000 日元
加热烟草	Marlboro Heat Sticks	Mevius for Ploom TECH	Kent Neostiks
加热烟草零售价	460 日元 / 包 *20 支	460 日元 / 包 *5 胶囊	420 日元 / 包 *20 支
上市时间	2014 年 11 月	2016 年 3 月	2016 年 9 月

图 1 目前日本市场主要加热烟草产品

Fig.1 Major heated tobacco products in Japan

市场监管方面,日本政府没有专门针对加热烟草产品和电子烟的法规。加热烟草产品被视作斗烟丝进行监管,而含有尼古丁的电子烟被视作药品禁止销售,不含尼古丁的电子烟则没有明确的规定。

2.2.2 部分欧美国家

从全球加热烟草产品市场格局看,日本市场规模遥遥领先,2017年销售额达到45.83亿美元,而排在第二位的德国仅有1.15亿美元,排名第三位及以后

的国家均不足1亿美元。其中值得关注的是英国市场,该国市场上不仅电子烟消费较为成熟,而且近几年来加热烟草产品消费增长较为迅速,是电子烟和加热烟草产品共同快速发展的代表市场。

2017年,英国加热烟草产品销售规模达到0.34亿美元,同比增幅达到209.1%。近几年,英国加热烟草产品规模基数低,但增速高。

表 13 2014-2017 年英国加热烟草产品销售额
Tab.13 Sales of heated tobacco in Britain during 2014-2017

年份	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
加热烟草产品 / 亿美元	0.01	0.02	0.11	0.34
同比增幅	—	100.0%	450.0%	209.1%

2016年,英国电子烟和加热烟草产品成年消费者合计有289.5万人,同比增长20.1%。女性消费者所占比例同样明显高于传统烟草,达到35.8%。

此外,在美国市场上,虽然因为受到《联邦食品、药品与化妆品法》的严格监管,尚没有合法的加热烟草产品上市,但是其审批进程受到全球烟草企业的高度关注。近年来菲莫国际公司一直在为其加热不燃烧烟草产品iQOS进入美国市场而努力,向美国食品药品监督管理局(FDA)提交了预上市申请(Pre-Market Tobacco Application, PMTA)和减害产品申请(Modified Risk Tobacco Product applications, MRTP)。2018年1月24-25日,美国食品与药品管理局下属的烟草科学咨询委员会(Tobacco Products Scientific Advisory Committee, TPSAC)在对菲莫国际公司所提供的iQOS产品进行初期的审查之后,并没有同意其提出的关于iQOS可以降低风险和危害的表述,但是确认了关于一项声明的证据,即完全转换到iQOS可以显著减少对有害化学物质的接触。虽然烟草科学咨询委员会没有同意菲莫国际公司的MRTP申请,但是这一结论只是作为一项建议提交给美国食品与药品管理局,对后者没有约束力,后者最终会如何决定,仍有待观察。

3 无烟气烟草制品

无烟气烟草制品的发展历史悠久。目前,占据全球市场主流的无烟气烟草制品主要有嚼烟(Chewing

Tobacco)和口含烟(Moist Snuff)两大类。其中,嚼烟以亚洲式嚼烟(Asian-Style Chewing Tobacco)和美式嚼烟(US-Style Chewing Tobacco)为主要代表,鼻烟以美式湿鼻烟(US-Style Moist Snuff)和瑞典式鼻烟(Swedish-Style Snus)为代表。它们主要是在配方、含水量及外观形式上存在一定的区别,并分别流行于不同的国家和地区。

在控烟愈发严格的环境中,无烟气烟草制品为消费者在无烟环境中使用烟草制品提供了极大的便利。但由于无烟气烟草制品与常规烟草制品相比,并没有减少对健康的危害,尤其是其与口腔癌患病率之间可能存在一定关联,随着管制政策的加强和公众健康意识的提高,它在全球的发展前景并不明朗,部分国家和地区已经开始衰退。

3.1 无烟气烟草全球市场发展概况

无烟气烟草制品的全球规模已经连续多年下降。根据欧睿数据,2017年全球无烟气烟草制品总销售规模为12.90万吨,同比减少1.8%,仅是2011年总销量的五分之一左右。这主要是由嚼烟销量的断崖式下跌造成的。

由于印度在2012年出台了对部分嚼烟的禁令,亚洲嚼烟销量在2013年出现断崖式下跌,这导致嚼烟市场整体规模大幅回缩;而口含烟则保持小幅稳定上升,并在2015年超过嚼烟。2017年,口含烟总销量为7.35万吨,同比增长2.4%,占无烟气烟草制品总量的57.0%;嚼烟总销量为5.55万吨,同比减少6.9%。

表 14 2012-2017 年全球无烟气烟草制品销量
Tab.14 Global sales of smokeless tobacco during 2012-2017

年份	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
全球销量 / 万吨	48.49	15.98	13.62	13.40	13.13	12.90
同比增幅	-22.7%	-67.0%	-14.8%	-1.6%	-2.0%	-1.8%

表 15 2012-2017 年无烟气烟草制品分类销量
Tab.15 Classified sales of smokeless tobacco during 2012-2017

年份	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
嚼烟销量 / 万吨	42.10	9.34	6.84	6.39	5.96	5.55
鼻烟销量 / 万吨	6.39	6.64	6.78	7.01	7.18	7.35

根据欧睿国际预测，无烟气烟草制品市场可能会继续收缩，但速度有所放缓。至 2020 年，无烟气烟草制品全球销量大约为 12.38 万吨，年均减少 1.4%。

分区域来看，无烟气烟草制品的市场十分集中。亚太、北美地区占全球销量的八成以上；基本集中在

美国（6.30 万吨）和印度（4.63 万吨）两国，其他国家销量均不足万吨。北美地区市场在口含烟的推动下保持稳定小幅上升，2017 年销量为 6.33 万吨，同比增长 1.3%；而亚太地区则受印度市场的影响持续回缩，2017 年销量为 4.67 万吨，同比减少 6.6%。

表 16 2017 年无烟气烟草制品分区域市场份额
Tab.16 Regional market share of smokeless tobacco in 2017

区域	销量 / 万吨	市场份额
亚太地区	4.67	36.2%
北美地区	6.33	49.1%
中东及非洲	0.89	6.9%
西欧	0.85	6.6%
拉美地区	0.15	1.2%
东欧	0.01	0.1%

此外，无烟气烟草制品的区域化差异十分明显。不同类型的产品往往集中在某一个区域市场，不同区域市场的主销类型也往往占据绝对主导地位。例如，亚洲式嚼烟市场全部集中在亚太地区，亚太地区的无烟气烟

草制品市场也几乎 100% 被亚洲式嚼烟占领；与之类似，美式嚼烟仅分布在北美和西欧。美式口含烟 85% 以上集中在北美市场，同时占北美无烟气烟草制品总市场的 86.7%；瑞典式口含烟 87% 以上集中在西欧市场，同时

占西欧无烟气烟草制品总市场的 98.8%。

分公司和品牌来看,奥驰亚集团所占市场份额最高,并且还在持续上升。2016 年,奥驰亚集团无烟气烟草制品销售额占全球总额的 22.3%,同比增加 1.1 个百分点;旗下品牌 Copenhagen 是全球份额最高的品牌,占 13.8%,同比增加 1.3 个百分点。雷诺烟草排名第二,市场份额也在不断提高,2016 年占比 15.6%,同比增加 0.6 个点;旗下品牌 Grizzly 也排在全球第二位,市场份额为 12.8%,同比增加 0.4 个点。

从销售渠道来看,全球仅有 1.5% 的无烟气烟草制品通过网络实现销售,且只分布在北美、西欧和东欧。其中,东欧是唯一网络渠道占据主导地位的区域市场,网络渠道占比高达 88.3%。

3.2 无烟气烟草主要市场状况

3.2.1 美国

相比其他区域市场,美国市场上的无烟气烟草制品品类比较全面、市场份额更加分散。近年来,美国的无烟气烟草制品市场规模比较稳定,保持小幅增长。

预计无烟气烟草制品的这种趋势会在近年内延续,即整体保持稳定小幅增长,而嚼烟则可能继续萎缩。此外,随着越来越多的地方政府出台控烟令,并逐步将禁烟场所覆盖到餐饮场所,部分雾化产品将会受到新法规的负面影响,无烟气烟草制品可能会在美国市场获得更多的空间。

3.2.2 印度

印度无烟气烟草制品市场只有亚洲式嚼烟,并且是以 Gutkha^③为主。2012 年,印度中央政府颁布了对 Gutkha 产品的禁令,并不断在更多邦省强化执行力度,这导致印度无烟气烟草制品市场持续萎缩。

随着禁令覆盖范围的扩大和消费者健康意识的加强,预计印度的无烟气烟草制品市场还会继续萎缩。

3.2.3 瑞典

瑞典是欧盟所有国家中唯一没有禁止无烟气烟草制品的国家,是全球第三大无烟气烟草制品市场,但销量与美国、印度相差甚远。瑞典无烟气烟草制品市场只有口含烟,并且都是瑞典式口含烟。

表 17 2012-2017 年美国无烟气烟草制品销量

Tab.17 Sales of smokeless tobacco in USA during 2012-2017

年份	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
嚼烟销量 / 万吨	0.97	0.92	0.87	0.81	0.77	0.71
口含烟 / 万吨	4.84	5.05	5.16	5.35	5.46	5.59
合计 / 万吨	5.81	5.97	6.03	6.15	6.23	6.30

表 18 2012-2017 年印度嚼烟产品销量

Tab.18 Sales of chewing tobacco in India during 2012-2017

年份	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
销量 / 万吨	40.85	8.17	5.72	5.31	4.95	4.63
同比增幅	-26.0%	-80.0%	-30.0%	-7.1%	-6.8%	-6.5%

表 19 2012-2017 年瑞典口含烟产品销量

Tab.19 Sales of moist snuff in Sweden during 2012-2017

年份	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
销量 / 吨	6243.5	6253.5	6261.0	6490.1	6716.8	6898.2
同比增幅	2.0%	0.2%	0.1%	3.7%	3.5%	2.7%

③ 一种传统的嚼烟类型,由槟榔果、烟草、薄荷等混合配制而成,仅在印度等少数几个国家有售。

根据最新公布的统计数据,2015年瑞典16周岁以上居民中有超过12%的消费者每天都会使用瑞典式口含烟;与之相对的是传统卷烟吸烟率降至11%。很明显,瑞典的传统烟草消费者正在向瑞典式口含烟转移。因此,尽管可能受到新法规和税制的影响,但预计近几年口含烟市场都会保持增长。

4 我国烟草行业新型烟草制品布局及相关建议

近年来,在中国烟草等各方力量的共同作用下,我国新型烟草制品产业取得了一定发展。为促进我国新型烟草制品产业和市场的健康发展,首先应明确新型烟草制品的定位属性,在此基础上进行监管立法,进而在法律框架下采取切合产业和市场实际的发展措施。

4.1 中国烟草新型烟草制品布局

近年来,随着新型烟草制品的迅速兴起,中国烟草对新型烟草制品产业进行了战略部署,积极参与市场竞争。集中全行业力量加速新型烟草制品战略布局,构建了以上海新型烟草制品研究院为主导,以行业新型烟草制品装备工程研究中心和深圳研创平台为两翼,以企业新型烟草制品研究所为支撑的“一主两翼一支撑”的组织架构,全面统筹新型烟草制品研发、生产、销售的有关工作。积极推进新型烟草制品产品集成定型工作,明确了2018年6月前开发3种类型6个集成定型产品的工作目标,其中电子烟产品包括加热超声雾化电子烟、分体式电子烟,加热产品包括外围电加热、内芯电加热和炭加热卷烟,还有兼具电子烟和传统卷烟抽吸功能的两用型电子烟。

中国烟草所属工业企业主动加大新型烟草制品开发的投入,积极做好技术与产品储备,参与国际市场竞争,取得了一定的成果。据统计,已有17家工业企业对新型烟草制品有所投入,且多数已成功制出成型产品作为储备。上烟集团的金鹿品牌口含烟、菲燃品牌电子烟,云南中烟的邂逅、MW和华聿三个品牌的电子烟及七彩韵品牌电子烟油,湖南中烟的RHYTHM品牌电子烟,四川中烟的宽窄品牌加热产品2016-2017年已经在境外上市,开始试水国际市场。

此外,为了更加灵活地开展市场工作、整合行业外资源和人才,有多家工业企业已成立子公司,专注于电子烟或新型烟草制品研发、生产、销售等。如湖南中烟的湘元科技有限公司、云南中烟的华玉科技发展有限公司、山东中烟的颐中集团、湖北中烟的统一联邦国际有限公司等。

4.2 相关建议

4.2.1 明确新型烟草制品属性定位,健全相关监管法律法规

在新型烟草制品的细分类别中,鼻烟、嚼烟、口含烟因其主要原料直接来源于烟草烟叶,按照我国烟草专卖法律的规定属于烟草制品无疑,应当按照相关法律法规进行监管。加热不燃烧烟草制品采用烟叶为原料经过特殊工艺制成,没有改变烟草的本质属性,按照我国烟草专卖法律法规的要求,烟草专卖行政主管部门依法将该类产品纳入监管范围。

对于电子烟的属性定位,则存在争议,将电子烟归类为食品、药品、烟草制品还是其他产品,目前并没有定论^[5]。多数研究者认为,应将电子烟定位为烟草制品,其理由主要包括:抽吸电子烟消耗的烟碱绝大多数源于烟草,电子烟与传统卷烟抽吸状态和抽吸动机相似^[4],而且将电子烟视为烟草制品在监管上具有“权责明晰、易于接受、框架成熟、利于控烟”等方面的合理性^[2]。前述研究者提出的理由具有很强的说服力。

有学者提出,如将电子烟按照新型烟草制品进行监管,将面临巨大挑战:一是现行烟草专卖体制与大量的民营电子烟生产企业整合的问题,二是烟草专卖行政主管部门是否有足够的资源履行监管职责的问题,三是中国烟草控烟履约的环境问题^[6]。当前,我国正在大力推动经济和社会领域的改革进程,体制机制的问题可以通过运用改革的办法、创新的思维来加以解决。事实上,2018年3月17日第十三届全国人民代表大会第一次会议批准的国务院机构改革方案中,已经将工业和信息化部牵头的《烟草控制框架公约》履约领导小组的职能划入新组建的国家卫生健康委员会。

综合权衡之下,将电子烟定位为烟草制品较为可行。我国相关部门应就电子烟监管问题进行全面深入研究,明确电子烟产品定义,发布电子烟产品标准,制订相关的监管法律法规,尽快结束电子烟监管缺位的现状。

4.2.2 加快雾化产品研发上市步伐,抢抓市场先机

从前文数据可以看出,近年来全球雾化产品市场规模增长迅猛,销售额从2012年的28.31亿美元增长到2017年170.56亿美元,累计增加了5倍。从几大跨国烟草公司研发拓展投入的力度和持续性以及市场发展的态势、消费者的反应来看,这种快速增长的趋势还将持续较长一段时期。据欧睿预测,2020年雾化产品销售额将达到323.73亿美元,在2017年的基础上增长近90%。据高盛预测,到2020年,电

子烟产业规模将占到全球烟草总量的 10%，利润的 15%^[7]。另据预测，到 2018 年底，菲莫公司的 iQOS 加热不燃烧产品产量将达到 1000 亿支，产能比 2017 年增加一倍^[8]。

据了解，近年来菲莫公司在新型烟草制品上的研发投入超过 30 亿美元，英美烟草仅在 Glo 这一款电子烟上就投入了约 25 亿英镑的研发费用，这些跨国烟草巨头正在快速抢占战略高地，菲莫公司甚至明确宣布将发展重心从传统卷烟转向新型烟草制品。从国内看，新型烟草制品市场同样呈现井喷式增长。以电子烟为例，我国电子烟市场规模从 2012 年的 8.53 亿元增长到 2017 年的 40.1 亿元，年均增速高达 36.3%。当前，国内电子烟产品展会数量越来越多，规模越来越大，参与者越来越广，消费者通过主流购物网站就可以便捷购买各类电子烟产品，国内已经出现了一大批电子烟的忠实消费者。

与菲莫、英美和日烟等跨国烟草集团相比，中国烟草在新型烟草制品特别是电子烟和加热不燃烧产品方面的研发水平和市场拓展能力还有较大差距，必须加大投入力度、加快推进节奏、加强统筹协调，才能迎头赶上进而抢占先机，才能在全球烟草行业的新一轮竞争中立于不败之地。中国烟草所属工业营销部门应认真研究新型烟草制品对传统卷烟的重大影响，密切跟踪跨国烟草企业相关产品的研发进展、培育方法和销售态势，加快积累相应的营销方法，切实增强应对挑战的本领；商业营销部门应认真研究新型烟草制品对区域市场的重大影响，密切关注相关产品的销售动态，提前研究其销售渠道、营销方式等问题，做好必要的策略准备。

Market development and regulation of novel tobacco products

LI Lei¹, ZHOU Ningbo², QU Xianghui²

1 School of Law, Beijing Institute of Technology, Beijing 100081, China;

2 China Cigarette Sales Corporation, Beijing 100055, China

Abstract: In recent years, novel tobacco products such as e-cigarette, heat not burn tobacco products, snuff, chewing tobacco have been developing very rapidly on international market, and relevant legal regulation has also been changing and improving. Based on analysis of current development of these novel tobacco products, this paper summarized the changing trend and main characteristics of novel tobacco products in the perspective of market development and legal regulation. Policy suggestions were made from various perspectives of tobacco industry as well as industrial enterprises, commercial enterprises and legal regulation.

Keywords: novel tobacco products; market; regulation; countermeasures

Citation: LI Lei, ZHOU Ningbo, QU Xianghui, et al. Market development and regulation of novel tobacco products [J]. Acta Tabacaria Sinica, 2018,24(2)

参考文献

- [1] 新型烟草制品介绍 [EB/OL].[2018-03-03]. <http://www.sntpri.com/>.
Introduce of new tobacco products[EB/OL].[2018-03-03]. <http://www.sntpri.com/>
- [2] 张兴伟, 邢丽敏, 齐义良, 等. 新型烟草制品未来发展探讨 [J]. 中国烟草科学, 2015, 36 (4): 110-116.
ZHANG Xingwei, XING Limin, QI Yiliang, et al. Discussion on the development of novel tobacco products[J]. Chinese Tobacco Science, 2015, 36 (4): 110-116.
- [3] 丁冬. 国外电子烟管制概况及其对我国的启示 [J]. 中国烟草学报, 2017, 23 (4): 128-134
DING Dong. Overview of e-cigarette regulation situation and some suggestions[J]. Acta Tabacaria Sinica, 2017,23(4):128-134.
- [4] 李保江. 全球电子烟市场发展、主要争议及政府管制 [J]. 中国烟草学报, 2014, 20 (4): 101-107.
LI Baojiang. A global perspective on electronic cigarette's future development and related controversial and regulatory issues[J]. Acta Tabacaria Sinica, 2014, 20(4):101-107.
- [5] 樊美娟, 赵乐, 崔华鹏, 等. 国内外电子烟的管制现状及立法进展 [J]. 中国烟草学报, 2016, 22 (6): 126-132.
FAN Meijuan, ZHAO Le, CUI Huapeng, et al. Current situation of electronic cigarette regulation and development of legislation in various countries[J]. Acta Tabacaria Sinica, 2016, 22(6):126-132.
- [6] 埃里克费尔德曼, 柴月. 刍议中国电子烟监管 [J]. 中国烟草学报, 2015, 21 (6): 76-85.
Eric A Feldman, CHAI Yue. A preliminary discussion on E-cigarette regulation in China [J]. Acta Tabacaria Sinica, 2015,21(6): 76-85.
- [7] 陈超英. 变革与挑战: 新型烟草制品发展展望 [J]. 中国烟草学报, 2017, 23 (3): 14-18.
CHEN Chaoying. Change and challenge: outlook for development of new tobacco products[J]. Acta Tabacaria Sinica, 2017,23(3): 14-18.
- [8] 加热不燃烧卷烟将成未来发展方向 [EB/OL].[2017-08-11] [2018-03-03]. <http://www.tobaccoinfo.com.cn/zhxx/gwxx/2017/08/257680.shtml>.
Heated tobacco will be the direction of future development[EB/OL]. (2017-08-11) [2018-03-03]. <http://www.tobaccoinfo.com.cn/zhxx/gwxx/2017/08/257680.shtml>.