

浅析我国卷烟市场之特点*

刘 恕

中国烟草总公司

中国卷烟市场是中国商品市场的组成部分，它的运作、发展和变化，必然要受到中国商品市场的制约和影响。辩证法告诉我们，任何事情都存在着普遍性和特殊性，即共性和个性，共性寓于个性之中，个性决定事物的存在，共性决定事物的发展。辩证法还告诉我们，世界上任何事物都不是孤立存在的，而是互相联系的，在联系中运动、发展和变化。中国卷烟市场不是孤立存在的，它既存在于普遍之中，又具有自己的特殊性。本文拟就中国卷烟市场的普遍性和特殊性进行探讨。

1 中国商品市场的 3 个基本特征及与中国卷烟市场的关系

1.1 商品消费容量大，空间广，购买主体多

容量大，1989 年全国社会商品零售总额 8101 亿元；空间广，商业活动遍布 960 万平方公里；购买主体多，全国有 11 亿消费者。全国每天每人如消费半斤粮食，一天需 5.5 亿斤；一户拥有一台电视机，全国需要 3 亿多台；一年人均消费 3 米布，一年需要 33 亿米。从几个简单数字可以看出这个基本特征。中国卷烟市场也是如此，容量大，年实物消费量 3100 万箱（每天 8.3 万多箱），年卷烟货币消费额 450 多亿（每天 1.23 亿元）；购买主体多，2.7 亿卷烟消费者，几乎每个家庭都有吸烟人；空间广，分布在祖国的东西南北，几乎有人群的地方，就有吸烟者。可以说，我国拥有世界上最大的卷烟市场，由此决定了我国也需要有一个庞大的销售网络。

据统计，我国拥有 300 个烟草分公司、调拨站，3 万多个批发网点，360 万个卷烟零售网点，烟草系统内卷烟销售环节从业人员 10 万余人，系统外达几百万人之多。每年的 3100 万箱卷烟，正是通过这个庞大的销售网络，几百万人的商业劳动，送到广大消费者手中的。没有这个网络有秩序的运动，没有这几百万人辛勤的劳动，就不可能支持工业生产，满足消费需要，保证财政收入。因此，我们也必须在这个基础上，努力建设一个专卖体制健全，规章制度严明，布局合理，费用节省，货畅其流，物尽其用，充满活力的卷烟市场。

1.2 购买力水平比较低

我国市场容量虽然很大，购买主体多，但底子薄，收入和生产水平较低的基本国情决定，其市场购买力水平是较低的。如 1989 年全国零售总额 8101 亿元，扣除农业生产资料零售额 1017 亿元和社会集团消费品零售额 693 亿元，仅有 6391 亿元的消费品零售额，按 11 亿人口计算，年人均只有 581 元，每天不足 1.6 元。年人均消费额仅可购 10 条红塔山，1/5 台彩色电视机，近 6 克黄金。可见消费水平是较低的。这个基本特征决定了中

* 本文完成于 1990 年 11 月。

国卷烟市场的基本消费水平。从数量来看,全国年人均卷烟消费量1300支,略高于世界平均水平。但与发达国家相比,则相差甚远。更为重要的是,卷烟货币消费量很低。我国年人均卷烟消费金额40元,如按2.8亿卷烟消费者计算,一年人均160元的卷烟货币支付能力,每月仅有13.3元。因此,我国单箱卷烟价格只有1600元,每条香烟合人民币6元多(每条万宝路、555等外国高级香烟如按60元/条计算,单箱价格为15000元,相差近10倍)。所以,在今后相当长的一段时间内,中国烟草行业无论是发展生产,调整产品结构,还是调整卷烟价格等,都对居民卷烟消费需求(有支付能力的购买力)的变化有着很大的依赖性,这是发展的前提条件。脱离这个大市场环境,不考虑这个重要联系而独自高速发展,其后果或是总额生产过剩,产大于销,造成积压,或是结构调整等级过高,超越需求能力,价格全面下跌。无论前者或后者,都会给工作带来损失。为了阐明上述观点,笔者搜集了自从1952年以来的一些有关数据,列成表1。从表1可以看出我国卷烟消费水平与我国居民收入的关系。为了既能说明问题,又简单明了,该表1983年以前是每5年统计1次,1983年后每年统计1次,因1962年情况特殊,故换为1960年。

表1 1952—1989年全国居民消费基金与卷烟货币、实物消费量对比

年 份	实物消费量(万箱)	价值消费量(亿元)	居民消费基金(亿元)
1952	246.5	9.29	434
1957	430.8	19.88	649
1960	525.2	19.7	683
1967	532	26.5	1063
1972	805.9	48.3	1263
1977	1149	72.4	1553
1982	1759	149.3	2688
1983	2004	178.9	2957
1984	2285	209	3395
1985	2584	287	4253
1986	2726	320.7	4763
1987	2846	405.4	5431
1988	2820	440	6541
1989	2870	451	770

由表1可见,无论是全国卷烟货币消费量,还是实物消费量,其总体变化趋势与全国居民消费基金的总体变化趋势是相同的。即在这37年中,卷烟实物消费量和卷烟货币消费量与居民消费基金同步增长,当居民消费基金增长幅度大时,另二点也同步大幅度增长。应说明的是卷烟实物消费量曲线(略)的前支(1972年以前)与居民消费基金曲线的趋势吻合程度较差。此外,从总体看,相对而言,卷烟货币消费量曲线与居民消费基金曲线(略)的总体变化趋势吻合程度好于实物消费曲线,这说明卷烟货币消费量与居民消费基金的相关性好于卷烟实物消费量。

全国居民消费基金和卷烟货币消费量以及实物消费量的相互关系见图1。

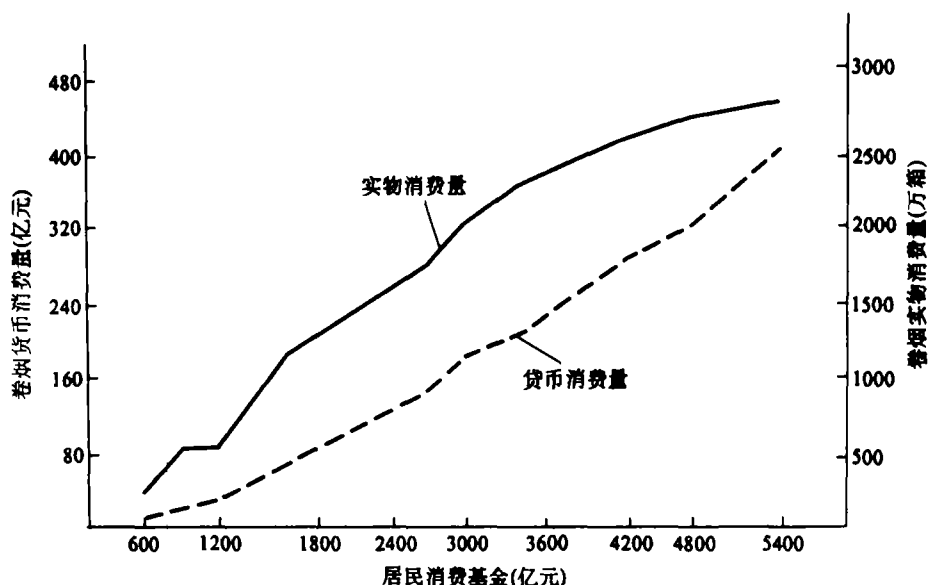


图1 全国居民消费基金和卷烟货币消费量及实物消费量相关关系图

由图1可见,实物消费量与居民消费基金之间相互关系不甚明显,并较复杂,至多是非线性关系。而卷烟货币消费量和居民消费基金之间则呈现出明显的一元线性关系,经计算,二者的相关系数为 $r=0.9951$ 。这么高的相关系数说明,二者是紧密相关,即卷烟货币消费量与居民消费基金之间有着密切的相关关系。以全国居民消费基金为自变量 X ,以卷烟货币消费量为因变量 Y ,求得二者的一元线性回归方程为

$$Y = -42.469 + 0.07754X^*$$

由此可以得出这样的结论,全国卷烟销售总额(即卷烟货币消费量)是受全国居民消费基金制约的,我国居民消费基金的增长速度,决定了我国卷烟货币消费量的增长速度。因此,全国卷烟的货币消费量也不可能出现大幅度的变化。如脱离客观实际,违背经济规律,不考虑居民卷烟消费的货币支付能力,盲目扩大生产,片面地把调整产品结构理解为单纯地上档次,必然会给工作造成很大的损失。

1.3 商品消费具有排浪式。

我国50年代实行工资制时,保持了战争年代供给制的一些成份,很多年以来,劳动分配领域有所变化,但从总体来看,变化不是很大。这种劳动分配形式,决定了我国居民消费具有排浪式特点。即绝大部分居民家庭收入同步增长,且增长数量相差无几。长工资时,大家一起长。目前奖金实际已逐步演变成工资的一部分。因此,基本上在同一时间内,社会上绝大部分居民家庭达到同等消费水平,加之居民货币收入面很窄和消费的群体影响,新增工资便同时投向同类商品。1982年后党和政府实行富民政策,适当调整了积累和消费的比例,努力发展生产力。从表1居民消费基金变化可以看出,近十年人民生活水平大幅度提高,市场容量必随之扩大,排浪式消费特点则更为明显。城市家用电器市场

*: 该回归方程的“F检验”计算结果 $F=1011$,远大于置信度99%时的 $F=9.56$ 。

最能说明问题。如电视机, 1982、1983年的消费是黑白的, 1986、1987年是彩色的, 1988后则是平面直角的、带遥控的。在这短短几年中, 电冰箱、洗衣机、录像机已纷纷进入寻常百姓家, 以上家用电器均陆续更新换代, 上档次。最近, 大中城市中的部分居民, 拥有摩托车、家庭卡拉OK、空调机等, 已非幻想。卷烟消费无论是数量, 还是等级结构在这几年中也呈现出排浪式特点。

表2 消费数量与卷烟零售额变化情况

(单位: 元)

年 份	单箱价格	嘴 烟	甲 级 烟	甲乙比重 %
1980	—	36.19	49.07	42.7
1981	—	97.31	100.84	47.6
1982	848.8	118.49	68.06	47.9
1983	892.7	186.04	99.23	45.4
1984	914.7	225.69	134.93	48.8
1985	1126.4	369.55	194.98	51.9
1986	1176.6	473.05	279.25	56.7
1987	1424.6	802.46	377.33	61.8
1988	1479.2	1198.1	623.16	68
1989	1615.6	1307.6	727.8	71

注: 88年由于统计口径的原因, 数字有变, 仅供参考。

从表2可以看出自1980年以后, 卷烟消费等级的变化。单箱价格逐年增长, 甲级烟消费逐年增长, 甲乙级烟占总比重逐年增长, 咀烟也是逐年大幅度增长。这清楚地表明了卷烟消费水平从低向高发展的轨迹。咀烟发展变化非常有说服力, 1985年咀烟生产309万箱, 1986年咀烟生产473万箱, 总量不大, 销售上却处于推销状况, 部分消费者不愿吸, 即使买了, 也要把滤咀头掰掉再吸。时隔不久, 1987年咀烟生产802万箱, 而销售却处处喊紧, 只要是咀烟就好卖。1988年, 生产了1198万箱, 仍是产不足销, 直到1989年初, 这种紧张状况才算缓和下来。这次浪潮过后, 咀烟好销之势顿减, 1989年已出现相当部分咀烟不好卖的现象, 咀烟市场竞争日趋激烈。下次浪潮何时到来? 笔者认为, 直接依赖于农村经济的发展、农民生活水平的提高、农村卷烟市场的开拓。理由很简单, 城市中大部分烟民已普遍吸食咀烟, 咀烟市场潜力不大。农村中大部分烟民普遍吸食无咀烟, 咀烟市场占有率很低, 大有潜力。

需要说明的是, 卷烟的平均单箱价格虽逐年增长, 但其增长速度, 经计算为以幂函数大于0, 小于1的规律增长。换言之, 卷烟的平均单箱价格增长到某一级限点之后, 将逐步放慢, 如果不注意到这一单箱价格变化规律, 突然地在短时间大幅度提高单箱价格水平, 很可能要造成卷烟销售量的下降。因为, 从理论上说,

$$\text{卷烟实物消费} = \frac{\text{卷烟货币消费量}}{\text{平均单箱价格}}$$

即当卷烟货币消费量不变时, 平均单箱价格上升, 必然要引起实物消费量下降。

由以上分析可以看出, 我国卷烟消费具有波浪式特点, 这个特点又决定了我国卷烟市场的发展具有阶段性。制约这个阶段性的关键因素有两个: 一是居民购买力增减变化, 二是烟草行业的综合生产水平, 即生产供应能力和市场需求程度。两者相辅相成, 互相作

用,互为前提,缺一不可,而这两个因素又都取决于整个国民经济的发展。

卷烟市场是整个商品市场的组成部分,所以,卷烟市场必然要具备整个市场的基本特征,并受其制约。卷烟市场的发展,必然要以整个市场的发展为其前提条件,不可能脱离整个市场而独立发展。共性决定了事物的发展,个性决定事物的存在,卷烟市场之所以能区别于其他商品市场而独立存在,在于它具备自己的特殊性,有其自己特殊的运动规律。下面浅析中国卷烟市场的特殊性。

2 中国卷烟市场的特殊性

卷烟是一种嗜好性商品,吸食普遍,价值较高,消费时间性强,对身体健康无益,但又难以戒除,所以是一种理想的征高税的产品。

卷烟所具备的这种商品的特殊属性和消费特点,决定了中国卷烟市场有别于其它商品市场的一些特点。

2.1 中国卷烟市场是专卖市场

由于吸烟于身体健康无益,故国家采取了高税政策,寓禁于征,并实行专卖管理。因此,中国卷烟市场有别于其它商品市场最显著特征为,它是一个专卖市场。卷烟不同于其它许多商品,可以自由流通,工厂可以自销,任何一级商业企业都可以在全国各地任意进货。烟草的经营是实行国家垄断的,从烟叶种植、卷烟生产到卷烟的销售环节的调配、批发均由烟草公司独家经营,销售方面实行二级国家放开,三级省内放开,计划分配与自由选购相结合,但自由选购是在计划指导下的选购,而不是市场经济的自由交易的流通政策。

2.2 中国卷烟市场具有稳定性

卷烟市场的属性和消费的特点决定了卷烟市场具有稳定性,这种稳定性一方面表现在实物消费的稳定性,一方面表现在卷烟货币消费的稳定性。

由于吸食卷烟具有顽固的嗜好性,一旦吸食成瘾就难以戒除,而瘾的大小,又决定了日吸食量的多少,如无特殊情况,在很长时间内,每天的吸食量变化不大。影响实物消费量的主要因素有二点:一是吸烟人口的增减;二是卷烟消费者的日吸烟量与年龄相关,即日吸烟量随着年龄增长而增长,40岁后趋于稳定,60岁后有所下降。

我国近十年来,卷烟市场的容量每年以7%—8%高速度发展,其主要原因是建国初期我国人口政策失误后,当时出生高峰期的一代人进入了吸烟龄,使烟民队伍迅速扩大。另外这几年党的富民政策又使一大批农村吸手工卷烟者进入了烟民队伍,所以吸烟人口急剧增加。二是这代人进入卷烟市场后,吸烟量与年龄成正相关因素的影响,必然导致卷烟市场需求量的迅速增长。烟草实行专卖后,发挥集中统一领导的优势,有中央和地方的两个积极性,使卷烟市场供应量也迅速增加,改变了多年来卷烟市场供不应求的状况,充分满足了消费,卷烟市场在近十年来得到长足发展。

卷烟货币消费量呈稳定性,是因为卷烟消费等级水平与消费者的家庭经济收入呈正相关关系。家庭收入水平越高,吸烟档次越高。据调查统计,吸烟的货币消费量一般占家庭收入的12%—15%左右。目前,家庭人均月收入在150元的,一般吸10元多一条的滤咀烟,人均月收入达到400元以上的,才有条件经常消费13种放开烟或进口烟。而绝大多数卷烟消费者在较长时间内,经济收入不可能产生很大变化,因此,吸烟多停留在一个

档次水平上,甚至停留在一个牌号上,如无大的变化,很难降低档次。

由此分析可以看出,卷烟市场无论是实物消费量,还是价值消费量,都具有稳定性。这点在这次国家大的经济调整中表现得尤为突出,许多商品市场从去年到现在一直呈现疲软状态,销售下降,消费减少。卷烟市场则有别于这些市场,实物消费量继续保持增势,但增长幅度下降,由原来7%—8%下降到至1%—2%。卷烟货币消费量继续增长,且增幅不减,保持在10%左右。卷烟市场之所以受影响不大,与卷烟的商品属性和消费特点不无关系。因此,笔者认为,卷烟市场具有稳定性的特点。

由这个特点决定,在一段相对时间内(如1年),安排卷烟市场时,不能不考虑两个量,一是实物消费量,一是货币消费量。卷烟货币消费量是在一个单位时间内,消费者对卷烟商品的货币支付能力,这个量在单位时间内,就全国而言基本是稳定的。如1989年,2.8亿的消费者支出约450亿元用于卷烟消费。卷烟实物消费量是指在一个单位时间内,消费者的需要数量。如1989年,消费卷烟2876万箱,这个量也是相对稳定的,多了就要积压,少了就会脱销。

这两个量既有联系,又有区别,互相制约。生产量大了,市场上供过于求,即令你降价处理,实物消费量也不会有明显增加。因此,卷烟商品不象西瓜、鸡蛋等商品,多了降价,吸引人来买,增加消费,即通过降价来增加实物消费量。而卷烟不则能通过这种办法来增加实物消费量。卷烟生产多了,降价处理导致的不会是实物消费量的增加,而是消费等级的上升,花丙、丁级的钱,消费乙级烟。其结果必然是,人为的降低税率,国家减少税收收入,仍然解决不了积压问题。

在卷烟市场购买力总额确定的前提下,除供应总量合理外,还有一个供应结构问题。供应结构过低,既满足不了消费,也要减少财政收入;供应结构过高,超过消费水平,只能降价,多收不上钱来。因为,在单位时间内,消费者的货币支付能力只有这么多。所以,在今后调整产品结构时,应防止出现结构调得越高就越好的倾向。

由于中国卷烟市场具有稳定性的特点,在安排卷烟市场时,就要通过对卷烟市场的实物消费量和货币消费量的分析、预测,以求把握好这两个量的度,才能真正做到以市场为导向,以销定产,合理调入货源,充分满足消费,最大增加积累。