

我国卷烟产品发展方向的研究(上)*

全国评烟委员会

摘要

本文全面分析了国内外卷烟产品的特点及对消费者的影响,提出了我国卷烟产品发展方向和对策。认为消费者对卷烟产品的选择因素主要表现在安全性与吸食口味上,我国卷烟产品发展方向也应随之调整。即坚持走低焦油、低危害卷烟之路,发展低焦油烤烟型卷烟,加强混合型卷烟产品的开发和研究,开发趋于实用和环境的外包装等。采取积极有效的措施,抓好烟叶体系的建设,加强应用基础研究,实施大品牌战略。

关键词:烟草 卷烟 发展 策略

中图分类号:TS452.4 文献标识码:A 文章编号:1004-5708(2002)04-0010-04

我国是世界烟草大国,烟叶、卷烟产量和消费量均占世界总量的三分之一。但由于我国产品缺乏国际竞争力,国外市场很小,行业实力较弱,并非烟草强国。纵观我国烟草发展历程,近20年是发展速度最快、成效最显著时期,大体经历了生产扩张、产品结构快速调整和平稳发展3个阶段。目前,我国已经加入WTO,世界反吸烟浪潮日益高涨,我国烟草行业将面临着激烈的国际、国内市场竞争,正处于关键的历史发展时期。在此形势下,全面分析和正确把握卷烟发展方向,研究制定行之有效的措施,对促进我国烟草行业持续、稳定、健康发展显得尤为重要。

1 当前我国卷烟消费者吸食口味特点及发展趋势

1.1 卷烟吸食口味特点

1.1.1 吸食口味的复杂化 卷烟吸食口味是指消费者对吸食卷烟类型、劲头及香气等方面的感受。卷烟是一种具有顽固嗜好性的特殊消费品,一般而言,消费者的吸食口味相对稳定。但由于我国卷烟生产厂家达140多个,当前生产卷烟牌号900多个,单牌号平均产量不足4万箱,加上我国人口众多,地域辽阔,经济水

平、气候条件及消费习惯等方面差异较大,致使我国卷烟消费的吸食口味比较复杂。

1.1.2 吸食口味区域分布的多元化 经过全国卷烟企业多年的发展和竞争,形成了华东(上海、江苏、浙江等)、西南(云南、贵州等)、中南(湖南)等典型传统烤烟型卷烟消费者吸食口味特点,表现为区域性卷烟品牌在本地区集中消费。

西南: 中国传统的优势卷烟产品区域,其中又分为云南和贵州。云南卷烟产品:由于配方中优质云南烟叶的使用,该地区生产的卷烟以云南烟清香见长,香气丰满、口腔有甜感,但刺激稍偏强。以玉溪卷烟厂的“红塔山”、“红梅”和昆明卷烟厂的“云烟”、红河卷烟厂的“红河”为代表,在全国各个区域拥有较大的消费群体,但随着湖南和江苏、浙江卷烟产品的崛起,云南烟一统天下的格局有所变化。贵州卷烟产品:以贵烟为代表,中间偏清香型。

华东: 上海烟草集团和江苏、浙江为代表,其中,高档卷烟以津巴布韦、巴西烟叶为主调,形成有质感的谐调的浓香风格。香气浓郁清新、丰满,烟气浓度适中,烟气中有外加香的痕迹,其中以“中华”、“双喜”、“大红鹰”为代表。

中南: 以长沙、常德两家烟厂为代表,卷烟产品属典型的浓偏中间香型,以“白沙”、“芙蓉王”牌卷烟为代表,卷烟吸食口味综合指标较好,但烟香透发性稍差。

其它: 如北京、广东,人口流动较大,消费口味复

* 执笔人:刘建福,刘钟祥,杨达辉,罗登山,秦前浩

联系人:秦前浩,国家烟草专卖局经济运行司生产经营处,北京宣武门西大街26号B座,北京,100053

收稿日期:2002-08-08

杂,以北京烟厂的“中南海”和广州二厂的“羊城”为代表;福建省随龙岩卷烟厂的崛起,消费者口味发生了较大的变化,云南卷烟市场份额逐渐萎缩;青岛的“哈得门”、“红锡包”卷烟在胶东半岛有较强的代表性。

1.1.3 全国范围消费者吸食口味呈现多样化 由于个人吸食卷烟感受、消费观念、消费习惯、经济条件、工作环境变化、特殊需要等方面的影响,在全国范围内,消费者吸食口味的特点多样。总体上以“中华”、“红梅”、“云烟”、“白沙”、“大红鹰”等卷烟吸食口味为典型,它们在口味上有一定的排它性,因此出现了多种过渡的融合产品来满足消费者的吸食选择。

1.1.4 区域内消费者吸食口味的变化 不同区域之间消费者吸食口味总体变化较大。同一区域内不同消费者吸食口味也存在差异。

由于卷烟新产品开发、老产品配方、原料及技术变化引起的产品风格微变,造成同一区域内的消费者吸食口味也在发生一定变化,这种变化是卷烟企业诱导引起的。卷烟市场由卖方市场向买方市场转变,卷烟市场竞争激烈,区域间的相互渗透造成区域内的部分消费者吸食口味也发生变化。尽管如此,我国卷烟消费口味总体发展也有共同点,就是从过去的劲头大、味浓和较强的生理刺激向醇和柔顺、吃味舒适的方向转化。

1.1.5 消费者吸食口味对卷烟品牌的认同性 卷烟消费属于感觉消费。卷烟产品档次的高低针对不同的消费群体。在高、中档卷烟的消费群体中,消费者总会密切关注生产卷烟产品的企业整体形象与该产品的内在质量;尤其对于高档卷烟,消费者更注重其品牌地位,往往导致许多消费者先入为主有选择地吸食卷烟。

从中档卷烟产品来看,卷烟产品质量的稳定与企业的产品设计技术水平、制造设备先进程度密不可分,消费者对卷烟品牌的选择越来越趋向理性化。

对于高档卷烟而言,由于隐形消费程度较高,市场容量较小,产品的品牌地位成为影响消费者的第一因素。许多高档卷烟的开发将重点放在产品宣传上,造成目前高档卷烟市场的竞争空前激烈。但从长远来看,随着消费者越来越趋向理性化,产品质量将成为影响高档卷烟消费的决定性因素。从配方角度来看,高档卷烟生产超过一定的产量,原料成为其质量稳定的难题(高档卷烟利润引发的竞争、高档烟叶原料比例与需求矛

盾)。只有保证质量稳定的高档卷烟才能在中占有一席之地。

尽管目前尚不能说全行业内已形成主导性品牌,但品牌观念已深入企业和消费者中,如2000年“红梅”超过100万大箱,“白沙”达70万大箱,超过10万大箱的产品近70个。

1.1.6 消费者吸食口味与卷烟安全性 卷烟安全性是指卷烟对人体及环境的危害。为满足社会对降低卷烟危害的要求,促进卷烟行业的健康发展,国家烟草专卖局对卷烟已制定明确的降焦目标。卷烟对人体及环境的危害性与卷烟的产品吸食口味将成为消费者选择卷烟的两个并重的产品内在要素。从整体角度来看,全行业按国家烟草专卖局的要求逐步、稳健实现卷烟降焦降害至关重要。从目前来看,已有较大消费群体有意识选择焦油量低的卷烟。

1.1.7 我国消费者吸食口味与国际流行吸食口味及混合型卷烟 随着改革开放的深入,我国消费环境与国际消费环境的差异减少,同时由于生产技术与卷烟原料相互流通,我国卷烟生产技术水平逐渐接近国际水平。目前,以“Marlboro”、“555”代表的国际流行卷烟口味在国内已形成较明显的消费热点。

1.2 卷烟消费者吸食口味变化趋势

1.2.1 消费者对卷烟安全性的要求正逐步增强 随着反吸烟运动的增强和国际控烟框架公约的即将出台,提高卷烟的安全性已成当务之急。同时人们的生活质量提高,已将安全性作为卷烟的一项重要指标,这导致卷烟产品设计技术等多方面大的变化,卷烟产品风格特点也发生一定变化,消费者吸食口味的变化与卷烟安全性密切相关。

目前,全国卷烟焦油量平均达到15mg/支左右,中低焦油、低焦油卷烟得到较大幅度的增长,年轻消费者、中高档卷烟消费者将更有意识地选择焦油量较低的卷烟。目前国外已对卷烟产品的安全性制定各种限制性法规,卷烟企业也在争先推出各种低焦油卷烟产品。低焦油低危害卷烟将成为卷烟消费的主流。

1.2.2 卷烟品牌消费观念增强 目前卷烟品牌意识已深入消费者心中,名优卷烟的市场日趋扩大。当前全国卷烟牌号有900个左右,行业名优烟不到4%,却占有22%的产量,其中“红梅”、“白沙”、“中华”、“红河”4

个全国名优卷烟牌号占有近 7.5% 的产量,市场的影响力更是巨大。但与国外相比,我国名优烟的品牌集中度及市场占有率依然很低。卷烟品牌价值的提升将成为卷烟行业发展壮大及与国际烟草集团抗衡的首要因素。

1.2.3 消费者吸食口味与国际卷烟消费吸食口味的差异呈逐步减少趋势。随着中国加入 WTO,卷烟消费市场呈现出国内市场国际化、国际市场国内化的特征;由于国际间的原料共享及技术交流,国产卷烟的质量与国际水平逐步接近;国外烟草公司在国内通过长期的广告宣传和与国内烟厂合作建厂,引导国内消费者吸食口味逐渐向国际卷烟消费吸食口味靠近。

1.2.4 部分地区消费者对混合型卷烟的认同程度越来越高。随着消费者吸食口味与国际卷烟消费吸食口味的差异逐步减少,国外的主流卷烟——混合型卷烟越来越得到国内部分消费者的青睐。一方面由于国家烟草专卖局的大力支持和推广;另一方面由于生产企业在配方技术上的进步和完善。随着中国加入 WTO,可以预见混合型卷烟在中国的市场将有较大的增长。但目前国内混合型卷烟的市场较小且无名牌卷烟,加快国内混合型卷烟产品的开发及混合型卷烟的市场培育,对中国混合型卷烟消费趋势的影响至关重要。

2 国际卷烟流行口味特点对我国消费者的影响

2.1 国际流行的主要卷烟牌号及口味特点

随着世界卷烟生产的不断发展,已有几种牌号的卷烟成为真正的国际卷烟品牌。这一趋势的形成是由多方面的因素所决定的。如商业和经济的发展,免税的服务和销售,高标准的质量和先进的技术,市场的逐渐开放和高超的营销艺术等,但其中卷烟口味的影响仍不失为一个值得重视和研究的课题。

2.1.1 国际流行的主要卷烟品牌。一般情况是,在不同的国家和地区,流行着不同的卷烟牌号。尽管世界卷烟牌号有如繁星璀璨,但真正成为国际流行的卷烟品牌却屈指可数。这种现象与这一特殊消费品的垄断性和竞争性包括消费习惯有着直接的关系。

以目前的情况看,世界上最流行的卷烟品牌应首推美国 Philip Morris 烟草公司生产的“万宝路”

(Marlboro),在世界的许多国家和地区,这一卷烟品牌的销售量均名列前茅。由英美烟草公司(BAT)生产的在国际上流行并有影响的卷烟品牌有“三五”(State Express 555)、“健牌”(Kent)、“总督”(Viceroy)、“希尔顿”(Hilton),还有美国雷诺兹(RJR)烟草公司生产的“云丝顿”(Winston)、“沙龙”(Salem)、“骆驼”(Camel)等品牌,值得注意的是,日本烟草公司生产的“七星”(Mild Seven)也已经成为国际卷烟品牌。

2.1.2 主要国际卷烟品牌的口味特点。国际卷烟品牌的口味可以说有其共同的特点又各有千秋,现就对我国卷烟消费者有较大影响的主要品牌进行分析。

(1) 美国 PM 烟草公司生产的“万宝路”被称为国际流行口味,是目前国际上销量最大的卷烟品牌,其口味特点是:烤晾晒烟混合特征香气明显,香气质好,协调性好,较少的杂气和刺激性,烟气细腻有味,满足感强,余味干净舒适。

(2) 美国 RJR 烟草公司生产的“骆驼”被称为真正的美国口味,其口味特点是:烤晾晒烟混合特征香气明显,香气量足,协调性好,较少的杂气,一定的刺激性,烟味较浓,满足感强,余味舒适。

(3) BAT 烟草公司生产的“三五”是从传统的英式烤烟型为适应消费需求而逐渐调整口味的著名国际品牌,以中国传统的卷烟消费习惯,它的口味特点对我国消费者会产生更大的影响。其口味特点是:以烤烟香气为主,并伴有良好的晾晒烟香味,香气质好,量足,香味丰富,协调性好,较少的杂气和刺激性,烟味醇和,满足感强,余味干净舒适。

(4) 日本烟草公司生产的“七星”则以香气优雅、烟气细腻、吸味舒适见长,并逐渐为更多的消费者所接受。另外一个值得强调的共同特点是,国际卷烟品牌具有丰富愉快的香气和舒适满足的口感。在反吸烟运动日益高涨的压力下,这些国际品牌的焦油量虽逐年降低,但仍保持了很好的香味。

2.2 国际卷烟流行口味对我国消费者的影响

随着世界卷烟形势的发展,国际上各烟草公司纷纷抢滩中国卷烟市场,并进行千方百计的渗透。近 20 年来,国外有较多的卷烟品牌涌入我国卷烟市场,随着时间的推移和我国卷烟消费者开始比较理性的选择卷烟牌号,一些品牌在我国卷烟市场逐渐消失,而一些品

牌却比较稳固的占有了一席之地。而且,这些品牌的口味已经影响了我国相当一部分卷烟消费者。据有关部门统计,目前在我国 3 亿烟民中,约有 7% (约 2100 万人)在消费混合型卷烟,消费量约 200 万~ 300 万箱 / 年,占我国卷烟总产销量的 5%~ 10% 之间,其中除国产混合型卷烟 118 万箱外,约有 150 多万箱 (占我国卷烟总产销量 3% 以上)的进口卷烟是通过各种渠道进入我国卷烟市场的。这种状况还是在我国严格坚持卷烟专卖的条件下产生的,一旦我国完全放开卷烟市场,其市场份额将被国际流行卷烟品牌进一步挤占。

国际知名烟草公司长期以来,不断加强对我国卷烟市场的渗透,从产品输出到技术输出再到品牌输出,是他们对我国进行渗透的总战略,改革开放初期国际知名烟草公司对我国卷烟市场主要以输出产品为主,其主要目的是影响我国卷烟消费习惯和开拓市场。当时,有大量的国外卷烟牌号进入我国卷烟市场,在一定程度上冲击了我国的卷烟消费习惯。随着时间的推移,产品输出与技术输出相比,对于国际知名烟草公司来讲,技术输出更能影响中国卷烟产品的发展方向,也就更具战略意义。因此,国际各大烟草公司纷纷以来牌加工、技术交流、技术合作等方式渗透中国卷烟行业,进一步对中国卷烟的发展实施影响。近 10 年来,由于国际上一些烟草公司特别是一些跨国烟草公司都是名牌公司,他们的卷烟品牌在全世界有相当高的市场占有

率。品牌的知名度很高,容易被新的市场所接受。因此,以输出品牌为主的全方位输出,是国际知名烟草公司的根本目的,如通过许可证生产,合资办厂来输出他们的品牌,以全面影响中国卷烟行业的产品发展方向和卷烟消费习惯。

国际流行卷烟的品牌效应和口味对我国卷烟消费具有很强的影响力。著名卷烟品牌在市场的竞争力不仅仅表现在产品的识别和口味上,更多的是对市场的影响力。是它带给消费者的信心,以及在给予消费者物质享受的同时,还带给消费者一定的精神文化享受。有试验表明品牌和口味对消费者都具有影响力,而品牌的影响力有时会超过口味的影响力。“万宝路”的品牌形象和多样化的传播媒体 (每年 1.5 亿美金的广告费用),“三五”品牌的颜色强化等无一不是在强化品牌形象和感染消费者。国际知名烟草公司每年都花巨资在世界各地作广告并辅之以卷烟口味调整的技术手段,对消费者实施品牌和口味的双重影响。特别是 PM 公司的“万宝路” (Marlboro)对世界各地的口味都进行了有针对性的调整,在保持原有口味风格的前提下,更多的去适应当地的消费习惯,应引起我们的重视外, BAT 新近推出的标明烤烟型的“三五”直指中国卷烟市场的动向,更是我国卷烟行业应面对和研究的课题。

(未完待续)

On the Direction of China's Cigarette product Design
(Anonymous)

Abstract

The future direction for cigarette product development in China is suggested based on analysis of domestic product characteristics and consumer demand. It is recognized that the consumer preference is mainly determined by the safety and taste of a product and hence product design should adjust accordingly. Low tar and reduced harmfulness both in the development of Virginia and blended type cigarette will be the key area as well as environmentally friendly packaging. Effective measures need to be taken to enhance leaf production and basic research work and to support well-known cigarette brands.

Key words Tobacco Cigarette product Development Strategy