

我国卷烟产品发展方向的研究(下)*

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(2003)01-0009-04

3 当前我国卷烟产品特点及消费者心理分析

90年代后期以来,国家局确定了“走结构效益型”的行业发展战略,率先走出结构低谷的是江苏、浙江二省的工业企业,行业内当时称之为“浙江现象”。继江苏、浙江之后全国大多数省份工业企业在产品开发、产品改造结构调整方面做了大量工作,也取得巨大成就。我国卷烟产品的特点也因此较传统特点有很大变化,表现如下:

3.1 卷烟产品外观及装潢特点

3.1.1 烟支外观方面 随着制丝线完成技术改造和帕希姆、普洛托斯成为工业企业的主体机型,烟支卷制质量有明显提高

优点: 燃烧时开花、梗签刺破盘纸、卷制过紧、漏气、掉头翘边等缺陷已大大下降,烟支卷制质量已接近国际水平。

存在问题: (1) 印刷型接装纸兼标识钢印,烟支钢印的均匀、清晰完整性与国际品牌相比仍有差距。(2) 由于制丝加工水平的差异,加上烟丝弹性、可塑性较低,近年来工厂注重降耗、降焦工作,烟支空头检测装置精度等原因,烟支空头、花松现象仍存在一定比例。

3.1.2 特殊规格包装日趋增多 90年代初期香烟包装除全包装、翻盖之外还有铁(塑料)听装烟、扁铁盒装烟。目前国内增加了抽屉式5支装、10支装、翻盖10支装、翻盖六边型、翻盖五边型

同时2至3包小盒在附上精美广告品或礼品采用工艺品外包装形式赠送或销售也是近年一种热门特点。

3.1.3 辅料成本高于叶组配方、加香加料成本 近年来一些工业企业为追求产品新颖性、独特性,在商标材料选择上考究且高档化,在印刷工艺上复杂化,使得一些产品商标一套高达近10多元,再配上高档接装纸、高档内衬纸使得辅料成本大大高于叶组配方和加香加料成本。

优点: 产品商标新潮对消费者较具吸引力,兼带有防伪功能

缺点: (1) 高档接装纸的使用,使原本已杜绝的烟支缺陷突出,如烫金接装纸翘边、漏气、钢印残缺等。

(2) 高档纸张(卡)的选择,复杂的印刷工艺,使商标的适应性下降,机台工人要采取摺标,包装机无法全速运行,设备有效作业率低,且包装过程小(条)盒质量缺陷较多。(3) 一些高档商标使用后难以降解,造成环境污染。

3.2 内在感观品质特点

3.2.1 国内优质烤烟产区不多、多数烤烟属于特征香气欠缺、香气饱满度不够、刺激性、劲头偏大。因此生产优质卷烟的烟叶原料不足,内在品质难以上档次,产品

* 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2号楼,北京,100053

收稿日期: 2002-08-08

产量难以上规模

3.2.2 1998年以来国家局连续3年控制烤烟种植面积和收购量。由于烤烟是千家万户生产的农产品,因气候和优质烟叶所占比重各地的差异,优质烤烟难以保证国内工业需求。国家局也意识到这一点,从1998年起逐年加大了巴西、津巴布韦烤烟进口量,其品质较国内烤烟有很大差异,体现在香气较饱满,风格偏浓香居多,香味丰富、飘逸,吃味较干净舒适,比例由小增大进入叶组配方,其卷烟产品内质也相应提高。值得注意的是其产品风格较原产品(传统)风格也变化较大。工业企业为保证产品质量风格,对进口烤烟的依赖也就相应增大。

3.2.3 为配合降焦工作采取以下措施:

(1) 采用滤嘴通风技术,能有效地达到降焦目的,但对感官质量的负面影响较大,国内烟气焦油量 $\leq 12\text{mg}$ /支普遍采用了打孔稀释技术。

(2) 有效地使降焦后的产品抽吸口感舒适,并维持一定的香气量。近2至3年国内已有企业在低焦油产品中使用“进口再造烟叶”,在取得较好降焦的同时,吃味、口感也较受市场欢迎。

(3) 咀嘴加长。其优点是据有关研究报告得出咀嘴每增长1mm,焦油量可下降2.7%;缺点是成型机、卷接机组要相应改进,或向机器厂家提出特殊加工要求。

(4) 烟支圆周调整。目前不少烟厂烟支圆周 $< 24.5\text{mm}$ 。圆周变小对降焦作用很小,但对降低烟丝消耗有所贡献。同时烟支变细其每口烟气量也随之变少,吃味细腻度有所改善。

3.2.4 烤烟叶组配方中添加白肋烟、香料烟。由于国产烤烟是配方主体,为弥补其香味不够丰富,香气量浓度较少(小)。近年来国内一些企业在烤烟叶组配方中加入适量比例香料烟,处理后的白肋烟以丰富香味提高香气量。

3.3 我国卷烟消费心理特点分析

当前我国卷烟消费者的消费特点可以概括为以下几个方面:

3.3.1 回头客对品牌的忠诚度将逐步成为主流

(1) 对行业名优卷烟忠诚度将逐年上移

行业名优卷烟产品是国家烟草专卖局对大中型卷烟工业企业众多产品中,评价、考核鉴定后由国家烟草专卖局面向社会公布。名优卷烟产品以其稳定的产品

质量,优美的产品风格,不同档次的价格,且生产厂家均为大中型企业中的佼佼者。原有企业的无形资产形象辅以卓有成效的广告宣传,随着全国范围内整顿市场经济秩序,将有越来越多中高收入烟民首选名优卷烟,因为吸食名优品牌产品质量有保证,也是自身身份的体现。伴随名优产品具有的吸引力消费者对其忠诚度大大提高,名优烟的市场占有率、销售量将逐年上升。

(2) 对区域性畅销品牌的忠诚度也有所提高

区域性畅销品牌的对象是指:

① 大中型工业企业所生产的优等品、一等品卷烟,由于受价格、规模、名优烟指标等因素制约,尚进入不了名优卷烟行列,但它们的销售量有相当规模、销售区域也较宽广。

② 大中型企业中的部分企业和部分小型企业,在工艺技术进步和广告促销方面舍得投入,产品质量也较稳定,逐步被某些区域所接受,达到局部区域规模销售。

区域性品牌其生产企业和产品在一定区域范围内有较好知名度。消费者对其品牌有较好的吸食习惯。区域性品牌之中不少还是地方一级名牌产品。因此在一定区域内深受欢迎,这部分消费群体对区域性品牌有忠诚度。笔者认为除上海烟厂、云南、湖南中的骨干烟厂其卷烟产品销售区域大而广之外,多数省份的卷烟厂其产品属于区域性品牌。

3.3.2 对新产品、新颖装潢,有奖促销等具有一定的好奇消费心理。通常情况下,卷烟消费者在选择卷烟品牌时有相对稳定的忠诚度品牌。但在商品相对过剩品牌琳琅满目的今天,也确实让消费者难以选择。再加上厂家在产品创新,产品促销力度上一再加码,也吸引不少消费者出于好奇、博彩心理主动购买,主要形式有以下二种:

(1) 新近推出的新产品商标设计、印刷颇具吸引力,辅以魅力十足的促销形式、广告;传统或畅通的卷烟老品牌厂家给予新颖装潢,产品的规格、风格或理化特点发生变化等等,行业内称之为系列产品。不论是新产品还是系列产品,消费者出于好奇或被其吸引而情不自禁地产生消费。这类消费者在消费吸食之后,会有两种不同反应。其一,认为综合质量低于自己的期望值,一次性消费后便不再问津;其二,综合质量高于期望值,因高于习惯性消费品牌便从原品牌忠诚度转向新

品牌忠诚度

(2) 近年来一些生产厂家对新产品、系列产品老产品希望尽快形成规模,以达到抢占市场之目的,采用各种形式的促销手段。其市场效果为:消费者出于博彩心理,随着促销手段的结束他的购买行为也随之结束,重新回到原有的忠诚度,这方面的例子也不少见这是其一。其二,生产企业有较高知名度,产品质量稳定并具有吸引力,消费者首先是出于好奇,或博彩心理,通过消费实际认为该品牌比原忠诚的产品更喜欢,况且还有一定实惠所吸引。即使有奖促销结束他已成为该品牌忠诚消费者。近年通过适度产品促销使企业不断做大做强的例子也十分多。

4 我国卷烟产品的发展方向及其对策

4.1 我国卷烟产品的发展方向

4.1.1 坚持走低焦油、低危害卷烟之路 随着“吸烟与健康”问题的不断深入,发展低焦油、低害卷烟是全世界烟草行业的必由之路。众所周知,卷烟主流烟气的主要有害成分是焦油。世界上许多国家和地区从保护吸烟者健康出发竞相立法,迫使烟草行业不断的降低卷烟焦油和其他有害成分。一些发达国家和地区也从贸易角度出发,制定出有害成分的限量,限制外烟的流入。由此可见,低焦油、低害卷烟是关系到烟草行业生存与发展的关键问题。

4.1.2 不断改进、稳步发展低焦油烤烟型卷烟 在当前和今后一个相当长的时期内,我国卷烟市场仍将以烤烟型为主导。而且,目前我国烤烟型卷烟配方技术在国际上还具有一定的优势。因此,我们要扬长避短,适应市场要求,维持烤烟卷烟的稳步发展。

当前,稳步发展烤烟型的一项战略任务,就是要实现烤烟型卷烟的稳步降焦。目前的国产卷烟,特别是高档卷烟,都存在焦油偏高的问题,这与我国卷烟市场的发展方向是不一致的,因此,实现烤烟型卷烟的稳步降焦是我国卷烟产品发展的一项战略任务。在卷烟降焦的过程中,必须注意以下几点:(1) 产品降焦要以稳定产品质量,维持产品风格为前提。(2) 主要品牌和系列产品降焦应是一个循序渐进的过程,而不是跳跃式。焦油量差距较大者应作为该品牌系列产品的一员,在商标上加以说明。(3) 降焦效果要具有重现性,保持降焦成果的稳定性。(4) 要积极关注产品降焦后的市场反应。

在实现烤烟型卷烟稳步降焦的同时,还必须努力开发低焦油卷烟。低焦油烤烟型卷烟开发的难点就在于如何在实现低焦油的前提下保持产品具有较丰富的香气和较舒适的余味。目前,“中华”、“玉溪”等国内知名品牌都相继推出了 11mg 左右的低焦油卷烟,为我国低焦油烤烟型卷烟的发展起到了带头作用。

4.1.3 创造条件,加强混合型卷烟产品的开发研究工作 混合型卷烟是国际市场上的流行口味,同传统的烤烟相比,混合型卷烟在充分利用烟叶资源、降低成本、减少吸烟危害、增加科技含量等方面具有明显优势。在我国发展适合于不同消费群体的混合型卷已势在必行,其主要理由有:

(1) 是加入 WTO 的客观要求。我国已经加入 WTO,我们将面临国内市场国际化,大量外烟涌入国门,冲击国产卷烟市场的形势严峻,尽快推出能满足国外消费需求的混合型卷烟产品,抢占市场,可减少外烟对国内市场的冲击,在这一方面,日本、韩国的经验可资借鉴。

(2) 是缓解“吸烟与健康”问题的要求。随着人民生活水平的不断提高,人们的健康意识将越来越强。而混合型卷烟具有较易达到焦油量低、满足感强的优点。

(3) 是提高烟叶资源综合利用、提高经济效益的要求。经济效益是决定卷烟产品发展的主导因素,与传统的烤烟型相比,混合型卷烟一是对烟叶的依赖程度较低;二是配方用叶广泛,使混合型卷烟将会有较大的发展。

4.1.4 卷烟产品的发展要以内在品质舒适、外在装潢实用为主。从现在开始,我国将进入全面建设小康社会,加快推进社会主义现代化新的发展阶段。随着我国城乡人民生活水平的不断提高,社会购买力将进一步增强,这一发展趋势为烟草行业提高产品结构提供了大量的空间。消费者对卷烟产品吸食品质的要求将越来越高,是否香味醇正而悠长、浓度适中、口感纯净舒适、烟气流畅,已成为检验产品优劣、是否适合消费市场的主要标准。而与此相反,卷烟包装将趋于实用和环保,装潢设计将向个性明显、色彩简洁、主题突出等方面发展。

4.1.5 发展大品牌。大市场是我国卷烟产品发展的根本出路。随着消费水平的进一步提高,卷烟消费市场将进一步趋于成熟,卷烟价格因素在市场中的影响将逐步减少,而品牌在市场中的力量越来越重要,卷烟品

牌意识将深入消费者心中。因此,今后品牌的扩张,会成为企业发展的主要动力,一些没有强有力资产价值的卷烟牌号将会无情地被市场淘汰。相反,名牌卷烟因为其品牌优势,较高的公众认知度,将使其进入一个快速发展阶段。只有我国形成了一大批卷烟名牌产品,我国烟草行业才能具备和国际知名烟草企业相抗衡的能力,中国烟草才能在日趋激烈的国际市场竞争中得到长足进展。

4.2 我国卷烟产品发展战略和对策

4.2.1 下大力气切实抓好烟叶体系的建设 卷烟产品的发展基础是烟叶支持系统,要使我国卷烟产品能够快速、健康、协调发展,必须保证烟叶与产品的发展方向在产量、可用性以及进度上相协调。目前我国的烟叶生产与购销还不能完全满足卷烟发展的需求。对于烤烟生产,必须要为卷烟工业提供香气质优量多的烟叶。同时为满足卷烟降焦的需要,烤烟的烟味浓度和劲头必须有所提高,但提高的幅度必须与工业上降焦的进度相协调。目前国内烤烟的浓度和劲头已超前于工业需求,加剧了烟叶的供需矛盾,导致大量的上部烟叶积压。对于白肋烟的生产,必须解决国产白肋烟混合型

特征香气不足的问题。

4.2.2 加强应用基础研究 产品的发展必然涉及工艺和设备的变化,因此,必须要有相应的科技作为支撑,要加强对各项降焦降害技术的应用研究。目前,国际上通用降焦技术是比较成熟的,但是国内对这些技术的综合应用并不理想,应用降焦技术后带来的负面影响十分严重。此外,在选择性降低某些有害成分如:TSAN、CO、自由基等及降低侧流烟气以改善吸烟环境都应尽快研究。

4.2.3 实施大品牌战略 一方面要大力削减卷烟牌号。据统计我国目前注册的卷烟商标有4 000多个,实际使用的牌号也有近千种,要采取切实可行的措施,在“十五”末把牌号数量压缩到600个以内,给大品牌和优势品牌腾出市场空间,有利于优势品牌的发展。与此同时,必须利用行业一切条件扶持优势品牌,在市场准入、烟叶原料供应、生产计划指标等各方面为优势品牌提供特殊政策,力争在“十五”末产生一两个达到年产销200万箱的国产卷烟品牌,并出现一批具有市场竞争力的优势品牌。

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