

新型烟草发展现状、发展趋势 研判及应对措施研究

●何玉良 李 明



[摘要] 近年来,全球烟草市场变化加速,可燃烟草制品销量持续下降,新型烟草制品蓬勃发展。许多帝国品牌公司加速推进发展战略转型,在核心市场维持可燃烟草稳定,聚焦欧洲市场强化新型烟草业务发展。当前,在全球新型烟草制品产业及消费市场蓬勃发展的形势下,各国普遍强化监管政策,围绕维护市场健康秩序、保障消费者合法权益及禁止未成年人接触等关键领域持续推进监管体系建设,旨在维持烟草市场秩序,确保国际和国内市场更加稳定,引领烟草行业的健康、可持续发展。

[关键词] 新型烟草;发展现状;发展形势;应对措施

电子烟管理政策体系全面确立以来,国内电子烟市场经历了发展调整期,多家电子烟企业加快“走出去”,期望通过海外市场的强力支撑巩固发展根基。尼古丁市场呈现“低基数、高增长”特征,是目前发展最为迅速的新型烟草产品类型,目前各大跨国烟草企业都在积极布局此类产品。在这一趋势下,公司应继续聚力推进,努力实现新型烟草的战略目标。新型烟草制品属于高技术附加值的烟草产品,产品迭代和多元化布局相对较快。同时,相关部门加大了对一次性电子烟的监督管理力度,在此情形下,需精准把握新型烟草发展现状和发展趋势,加强控制和管理,保障其健康有序发展。

新型烟草发展现状

(一)新型烟草制品的定义及分类

1.电子烟

电子烟作为新型烟草制品的一种重要形态,近年来在全球范围内迅速崛起。电子烟通过加热液体尼古丁混合物产生气雾,使用者吸入气雾以获得近似吸烟的体验。相较于传统燃烧型烟草制品,电子烟产生的有害物质较少,因此被视为一种潜在的减害替代品。根据世界卫生组织的报告显示,截至2023年,全球电子烟用户已超过5000万,市场规模达到数十亿美元。

然而,电子烟的发展也面临一些挑战和争议。一方面,电子烟的安全性和健康风险仍然存在争议,一些研究表明,长期使用电子烟可能会对肺部功能产生不利影响;另一

方面,电子烟的市场乱象较为严重,部分小型企业生产的产品存在质量问题,影响了行业的整体形象。因此,如何在促进电子烟市场发展的同时,确保产品的质量和安全性,成为政府部门和行业从业者需要共同面对的问题。

2.加热不燃烧烟草制品

热不燃烧烟草制品是近年来新型烟草领域的另一重要分支,其通过加热而非燃烧烟草来释放尼古丁和其他成分,从而显著减少了传统卷烟燃烧产生的有害物质。与电子烟相比,HNB产品更接近传统烟草的口感和体验,因此受到了部分烟民的青睐。

从技术角度来看,HNB产品的研发正朝着更高效、更环保的方向发展。例如,部分厂商正在探索低温加热技术,以进一步减少有害物质的生成;同时,可重复使用的加热设备也在逐渐取代一次性设备,以降低环境污染。

3.无烟气烟草制品

无烟气烟草制品是指不通过燃烧方式释放尼古丁的烟草制品,包括口含烟、鼻烟、湿鼻烟等多种形式。这类产品通过口腔或鼻腔黏膜吸收尼古丁,绕过了燃烧过程,因此被认为具有较低的健康风险。尽管无烟气烟草制品的历史比电子烟和加热不燃烧烟草制品更为悠久,但其在全球范围内的推广和接受度相对较低,市场规模亦不及前两者。

(二)我国新型烟草制品市场现状

根据海关数据显示,2023年1-6月我国电子烟出口贸易额合计达到50.76亿美元,同比微降0.78亿美元,降幅1.53%;实现出口量10.41万吨,同比增加0.99万吨,增幅9.

51%，整体表现出“规模扩张、价值下降”的特征。这也导致我国电子烟出口贸易的平均单价持续下跌，1-6月累计数据折合38.47美元/公斤，同比下降15.54%。而在加热卷烟方面，由于国内市场尚未开放，国内烟草企业的加热卷烟聚焦出口。2022年全年，国产加热卷烟出口销量合计为50319件，同比增加10767件，增幅21.3%。

Q 新型烟草未来发展趋势研判

（一）技术发展趋势

在电子烟领域，技术发展的焦点在于提升电池效能和对加热元件的精确控制。高能量密度的电池使得电子烟设备更加轻便且续航时间更长，而精密的温度控制系统则能更准确地控制烟油的蒸发温度，从而减少有害物质的生成，提高产品的安全性。此外，开放式可调节功率的设备越来越受到进阶用户和资深用户的欢迎，他们可以根据个人喜好调整电压或功率，以获得最佳的雾化效果和口感体验。

其次，在加热不燃烧烟草制品方面，制造商正致力于优化加热技术，以实现更均匀、更高效的加热过程。例如，采用陶瓷加热元件，相比于金属加热元件，能更好地保持恒定温度，减少热降解产物的生成。与此同时，产品的便携性和易用性也在不断提升，诸如研发出可重复使用的加热装置，减少一次性部件的使用频次，减轻环境压力。

与此同时，无烟气烟草制品的技术创新主要集中在减少有害物质的含量和改善产品的口感上。通过生物技术和化学提取方法，制造商能够去除或降低烟草中的有害成分，如亚硝胺和其他致癌物质。同时，添加天然香料和甜味剂，以及改进产品的质地和释放特性，有助于提升消费者的接受水平和满意程度。

（二）市场需求趋势

电子烟作为新型烟草制品的代表，其市场需求持续增长。一方面，年轻消费者对个性化和多样化的产品需求推动了电子烟细化市场的发展。许多品牌通过推出不同口味、尼古丁含量和雾化效果的产品，满足了消费者的多样化需求。另一方面，随着技术的进步，电子烟设备在便携性、续航能力和用户体验方面有了显著提升，进一步吸引了更多潜在用户。

其次，加热不燃烧烟草制品的市场需求也在稳步扩大。相较于传统卷烟，加热不燃烧烟草产品在减少有害物质生成的同时，保留了烟草的口感和体验，吸引了大量寻求低风险替代品的消费者。反映出消费者对这类产品的接受度逐步提高。未来，市场需求有望进一步扩大。

（三）行业竞争趋势

随着新型烟草市场的快速发展，行业竞争格局正发生深刻变化，呈现出多元化、高度集中的趋势。传统烟草巨头

与新兴企业之间的竞争日益激烈，技术创新和市场拓展成为企业制胜的关键。

传统烟草巨头凭借其雄厚的资金实力和全球市场布局，在新型烟草领域占据了重要地位。例如，某新型烟草公司通过其加热不燃烧烟草产品IQOS，在全球范围内迅速扩张。此外，PMI(菲利普莫里斯国际公司)在技术研发上持续投入，进一步巩固了其行业地位。

与此同时，新兴企业凭借灵活的市场策略和创新能力，在细分市场中迅速崛起。例如，某电子烟企业通过其时尚设计和多样化的口味选择，迅速占领了年轻消费者市场。再如，我国某电子烟企业凭借其电子烟品牌RELX(悦刻)在国内市场的深耕，通过调整产品线 and 加强合规管理，逐步恢复了市场份额。成功占据了国内电子烟市场的领先地位。

Q 新型烟草蓬勃发展背景下企业应对措施研究

（一）加大研发投入，提升产品技术含量

在新型烟草的发展进程中，加大研发投入以提升产品技术含量显得尤为关键。随着消费者对品质与体验要求的不断提高，以及市场竞争的日益激烈，企业必须在研发方面下足功夫。

加大研发投入意味着企业能够探索更先进的烟草处理技术，例如在烟草的种植培育环节，研发出更优质、更具特色风味的烟草品种，为产品奠定坚实基础。在加工制造过程中，可投入资金研究新型的尼古丁提取与合成技术，精准控制尼古丁含量，既满足消费者需求又保障安全性。同时，对于新型烟草的雾化装置、加热系统等关键部件的研发创新，能够显著提升产品的使用便捷性与稳定性，减少故障与能耗。

通过提升产品技术含量，新型烟草产品可以在口感还原度、烟雾量控制、有害物质减少等多方面实现突破。这不仅有助于吸引更多传统烟草消费者向新型烟草转变，还能拓展海外市场，提高产品的国际竞争力，从而在全球新型烟草市场格局中占据有利地位，为整个行业的可持续发展注入强劲动力。

（二）建好基于市场实战需求的专业队伍

以安徽中烟为例，其在新型烟草发展层面的人才团队建设已初见成效，人才集中于技术研发、产品生产和质量管控等上游环节。然而，在产品的设计、品牌塑造、营销创意等方面受限于当前以中烟国际为中心的出口销售模式，尚处于相对薄弱状态。未来依据市场实战需求，需探索建立“研、产、销”一体化的新型烟草产业发展布局，更好地融合新烟研发和生产端力量。在集团总部把握好大方向的基础上，将新型烟草技术研发力量前置在滁州，消除因时空距离而产生的信息失真问题，通过新型烟草研产一体化来大幅

度提高产业发展优化的响应速度和工作效率。

其次,加强新烟生产环节的人才与技术储备。在核心工序推行“A+B+C”人才培养模式,A是指在辅助岗位做好人才储备库建设,有效支撑新灌装线的有序生产。B是指在新设备维修等岗位加强人才培养,打造一专多能型人才队伍,为规模化生产保驾护航。C是指与此同时,企业可以逐步组建一支小规模但直面海外市场的高素质营销人才团队,可以考虑在东南亚等重点市场引入第三方力量开展市场调研,尽快掌握旗下新型烟草产品在消费环节的实际表现和评价反馈,从而不断改善徽产新型烟草产品的相关设计,并优化新技术研发方向。

(三)加强品牌建设,提升产品竞争力

在新型烟草行业蓬勃发展的当下,加强品牌建设成为提升产品竞争力的重中之重。新型烟草作为新兴的消费品类,正逐步改变着传统烟草市场格局,而品牌的力量在这一变革过程中起到了决定性作用。

一方面,精准的品牌定位是构建品牌大厦的基石。深入剖析不同消费层级、年龄阶段以及地域文化背景下消费者对于新型烟草的需求差异,是找准品牌定位的关键。针对追求时尚潮流、乐于尝试新鲜事物的年轻消费者,品牌可着力打造个性化、科技感与社交属性兼具的形象;而对于传统烟草消费者的转型需求,则需在口味传承与健康理念融合上精准发力,塑造值得信赖且富有创新精神的品牌形象。通过这样有针对性的定位,使品牌在消费者心智中形成独特的标签,从而吸引目标受众,建立起深厚的品牌认知度与忠诚度。

另一方面,全方位的品牌传播策略不可或缺。在信息爆炸的当下,充分利用线上线下多渠道资源进行整合营销传播至关重要。线上借助社交媒体平台的广泛影响力,开展话题互动、网红合作等活动,制造热点话题,实现品牌信息的快速扩散;同时,优化搜索引擎营销与内容营销,提升品牌在网络空间的可见度与美誉度。线下通过举办专业的品鉴会、新品发布会等高端活动,营造沉浸式的品牌体验环境,让消费者亲身感受新型烟草产品的独特魅力;还可在核心商圈、交通枢纽等人流密集区域投放创意广告,强化品牌

视觉冲击。

此外,品牌建设必须以优质产品为坚实后盾。持续加大研发投入,不断优化新型烟草产品的口感、香气以及使用便捷性等核心品质指标;严格把控产品生产环节的质量标准,确保每一个产品都能稳固彰显品牌价值。同时,完善的售后服务体系也是品牌建设的重要组成部分,及时、高效地处理消费者反馈,不仅能化解潜在危机,更能将消费者的不满转化为品牌提升的契机,进一步巩固品牌在市场中的地位,从而在激烈的新型烟草市场竞争中脱颖而出,实现可持续发展的长远目标。

Q 结束语

综上所述,新型烟草市场近年来迅速发展,企业应积极探索技术变革的新方向,深入分析其发展现状、发展进程,依据实际情况精准把握发展趋势。为明确其发展中存在的问题,可以从新烟研发、生产技术创新、人才团队建设、消费需求评估等几个方面入手分析,提升企业竞争力,保障新烟产业的健康发展。

参考文献

- [1]刘曼,田丁,陈蔚萱,等.国内烟草企业绩效管理的问题与对策[J].科技和产业,2022,22(07):89-94.
- [2]管颖.烟草企业财务分析存在的问题及对策思考[J].中国乡镇企业会计,2022(06):57-59.
- [3]曹文婧.烟草行业员工培训与开发问题研究[J].商业文化,2022(10):98-99.
- [4]任慧明.烟草企业人力资源薪酬管理问题与应对[J].现代企业,2022(02):21-22.

作者简介:

何玉良(1983—),男,汉族,安徽滁州人,本科,助理工程师,安徽中烟工业有限责任公司滁州卷烟厂,研究方向:烟草工艺。

李明(1995—),男,汉族,安徽滁州人,硕士,助理工程师,安徽中烟工业有限责任公司滁州卷烟厂,研究方向:企业管理技术创新、知识管理。