

低焦油品牌卷烟的市场现状浅析

□ 张露

保持经济运行平稳发展是经济工作的首要任务,也是烟草行业卷烟营销上水平的重要表现。作为一个负责的行业,中国烟草一直努力践行“国家利益至上、消费者利益至上”共同价值观,低焦油卷烟符合目前社会大众追求健康消费的需求,也是烟草行业共同价值观的具体体现。因此减害降焦自然而然的成了目前国内烟草行业关注的一个焦点,也是众多消费者关注的一个热点,如何在这片市场中占有一席之地,提高市场份额和价值,成为了当前烟草行业工商双方共同高度重视并采取切实举措应对的现实和战略问题。为此,本文就低焦油品牌卷烟发展现状以及如何促进其销量增长进行探讨分析。

什么是低焦油卷烟

低焦油卷烟的焦油含量标准是随着时间的推移而不断下移。在20世纪70年代,全球卷烟焦油量普遍在20毫克/支以上时,当1976年世界第一支焦油量低于15毫克/支的卷烟诞生后,焦油量低于15毫克/支的卷烟被统称为低焦油卷烟。此后,随着卷烟降焦技术的不断进步,卷烟焦油量进一步降低,12毫克/支、10毫克/支的卷烟不断增多,在20世纪90年代初,将焦油量低于12毫克/支的卷烟称为低焦油卷烟。进入21世纪,随着世界控烟浪潮的兴起以及人们对健康的日益关注,卷烟焦油量不断降低,将焦油量低于10毫克/支的卷烟称为低焦油卷烟。国内烟草开展低焦油卷烟研制比国外晚了近10多年,但在国

家烟草专卖局的高度重视下,各企业卷烟降焦工作开展得颇有成效,卷烟焦油量不断下降,在2006年以前,将焦油量低于12毫克/支的卷烟称为低焦油卷烟,此后又将焦油量低于10毫克/支的卷烟称为低焦油卷烟。

2010年,全国8mg/支以下的低焦油卷烟累计生产87.5万箱,同比增长了24.3%,累计销售88.8万箱,同比增长了24.5%;低焦油卷烟产量的增长率均要明显高于全国卷烟产量的增长率,2010年全国卷烟产销量的增长率均在3%以下。据统计,2010年,全国在销售量排名前十的卷烟品牌分别为“长白山”、“中南海”、“红双喜”、“七匹狼”、“娇子”、“泰山”、“都宝”、“555”、“金桥”、“万宝路”,前十名卷烟品牌累计销售80.95万箱,占8mg/支以下的低焦油卷烟总销量的比重超过90%,8mg/支以下的低焦油卷烟销量品牌集中度非常高,低焦油卷烟的发展潜力越来越大,低焦油卷烟也正在受到越来越多卷烟品牌的重视。

国外低焦油卷烟的发展概况

1976年,全球第一支焦油含量低于15毫克/支的低焦油卷烟正式问世,这标志着全球卷烟发展进入了一个新纪元,焦油含量低于15毫克/支的卷烟也被统称为低焦油卷烟。随后,随着卷烟减害降焦技术的不断发展,全球卷烟焦油含量也得到了进一步下降,12毫克/支、10毫克/支、8毫克/支、7毫克/支、6毫克/支、5毫克/支等卷烟相继问世,甚至还诞生了焦油含量低至1毫克/支的卷烟。在20世纪90年代初期,低焦油卷烟的焦油含量标准已经从

低于15毫克/支调整为低于12毫克/支;进入21世纪,低焦油卷烟的焦油含量标准又从低于12毫克/支调整为低于10毫克/支。

其实,在国外很多发达国家,低焦油卷烟已经成为当地消费的一大主流,如日本是低焦油卷烟发展最为迅速的国家,同时也是世界上卷烟焦油含量最低的国家,早在1994年平均焦油含量就已经在9.5mg/支以下,目前平均下降到了8mg/支以下。

国内低焦油卷烟的发展现状

在国内,尽管低焦油卷烟的研制时间比很多发达国家要晚,但是在国家局的重视下,在各个卷烟工业企业的共同努力下,全国卷烟减害降焦的工作取得了不错的成效。2000年,全国卷烟焦油实测加权平均值为16.1mg/支,2010年这一数据已经下降到了11.9mg/支,目前盒标在12mg/支以上的卷烟产品已经不允许生产,市面上将很少见到焦油量超过12mg/支的卷烟产品,自2000年以来,全国卷烟焦油实测加权平均值呈现逐年下降的趋势,卷烟产品中的焦油含量不断走低,这也体现出了中国烟草对卷烟减害降焦工作的高度重视,对持续有效地推进卷烟减害降焦工作的态度和决心,并取得了不错的成效。

2010年,国内低焦油卷烟市场最为引人关注的两款新产品当属焦油量低至1mg/支的“长白山(高山流水)”和“都宝(纯正一号)”,“长白山(高山流水)”为中式烤烟型卷烟,“都宝(纯正一号)”则为中式混合型卷烟。如今,国内低焦油卷烟市场的发展正在呈现出一片生机勃勃的景象,越来越多具有较强

竞争力的卷烟品牌如“云烟”、“白沙”、“红塔山”、“利群”、“黄鹤楼”、“双喜”等也开始推出低焦油卷烟产品,并加快了发展步伐,可以预见,未来国内低焦油卷烟市场的竞争将开始趋于激烈,消费者自由选择的低焦油卷烟产品也将更加丰富,低焦油卷烟市场也将迎来新一轮发展。

低焦油卷烟品牌营销措施

一是产品及时投放。通过精确选点、精确投放做好市场需求量大,但供应又偏紧的低焦油卷烟品牌的投放工作;关注新品牌的低焦油卷烟产品的市场投放进度和公司库存,防止出现积压和脱销;在日常供货中杜绝订货途中断货的情况发生。

二是加强宣传推广。低焦油卷烟产品上市后由客户经理和市场经理负责协同工业企业制作低焦油卷烟品牌专刊,并在拜访过程中派发到零售客户,要积极向零售客户宣传“低焦=低危害”的观念和低焦油卷烟的相关知识,帮助零售客户了解接受低焦油卷烟并积极及时反馈给零售客户的意见。

三是产品专柜陈列。通过低焦油卷烟品牌专柜陈列使消费者和卷烟零售客户能够更加直观的了解全国性知名低焦油卷烟品牌,提升认知度,进而达到提升低焦油卷烟销量的目的。

四是做好消费引领。要及时分析研究消费者需求变化,不断提高烟草工业公司对市场把握能力,进一步深入挖掘零售点在“形象展示、品牌陈列、广告宣传、产品推荐”上的功能价值,提高对零售终端的利用和管理水平,增强零售客户引领消费的能力。

把握销售“关键点”促进“卷烟上水平”

□ 邹海莉

促进卷烟上水平,是当前烟草行业的主要工作,笔者认为,评判卷烟上水平的主要标准是卷烟结构是否不断优化、档次是否持续提升、价格是否保持稳定、销量是否稳定增长。而要达到相关目标,烟草工业企业需要积极转变卷烟销售工作方式,始终把销量作为提高卷烟经营水平的第一要务来抓,始终把优化结构作为提高卷烟销售质量的重要任务来抓,正确处理好销量与计划的关系、销量与市场的关系、销量与结构的关系以及销量与效益的关系。而要找准这些关系的最佳结合点,实现“卷烟上水平”,笔者以为,应把握以下几个关键点:

首先,要把客户满意作为网建工作的立足点。用客户满意度的提高来扩大市场占有率,做好定位服务,限制大户,保护中户、扶持小户,对经营户实行限量供货,实现规范经营销售;不能满足零售户的需求时,多与客户沟通,争取他们的理解,努力保证货源分配公开、合理、透明,确保销售工作正常运作。把客户满意作为网建工作的出发点和立足点,一切从客户利益出发,一切为客户利益着想,满足不同目标客户、不同消费层次的服务需求,与客户建立长期稳固的合作关系并保持密切联系。

其次,要把握市场潜力作为卷烟销售的切入点。始终把销量的稳定增长作为“卷烟上水平”的第一要务来抓,积极开展市场调查,对当地卷烟市场消费群体、人均消费量、卷烟需求总量及结构、重点品牌需求情况进行全面了解,力求准确把握卷烟市场动态,建立健全事关本地市场卷烟经营情况台账,力求做到内容全面、信息准确、数据详实、分析客观,从中寻找出潜在的发展空间,把握机会点,找准增长点,实现卷烟销量的稳步增长。

第三,要把培育重点品牌作为品牌培育的着力点。以货源供应稳、品牌形象好、盈利能力强、价位设置优、市场需求旺、销售前景好等指标为标准,加大培育力度,努力提高上柜率和再购率;以“532”、“461”、“双十五”、“两个十多个”为品牌培育重点,根据市场表现,采取针对性措施,努力提升品牌形象,增强品牌竞争实力,促进品牌持续发展,更好地满足市场与消费需求。

第四,要把优化销售结构作为卷烟销售的关键点。准确把握、全面认识城区与农村市场所发生的消费需求变化,及时调整销售策略,确保货源的有效供给。突出抓好以城区为重点的高档卷烟销售,在稳住销量的基础上,适度提升结构;对农村市场要更加关注与重视,进一步提高客户拜访、送货到位率,努力改善货源供应质量,重点确保乡镇以下农村客户对低档烟的有效供应需求。通过弥补农村市场的“短板”,加高城区市场的“短板”,实现高中低档卷烟销售的结构优化。

第五,要把品牌上柜率、再购率、满足率作为品牌培育的考核点。上柜率是衡量品牌培育的重要指标,可以直观反映某品牌卷烟在某区域市场的铺货情况及市场影响程度;再购率反映市场需求情况,可以了解消费市场的反应和终端的最终动销情况;满足率反映市场供应情况,可以了解终端订单需求与实际可供量之间的实际差额。可以通过计算每条送货线路或者每个客户经理管辖区域某品牌的上柜率、再购率、满足率来考核“三员”,同时也可以根据计算出来不同的结果,结合上柜率、再购率、满足率三者之间的关系,采取相应的措施。

最后,要把规范经营作为卷烟销售的根本点。把严格规范作为保持行业持续健康发展的生命线,从“六项管理”入手,加强卷烟规范经营。一是对卷烟零售许可证进行全面清理,严格做好办证前的审核工作;二是加强对零售户的管理,坚持“先入网,后规范”的原则,适度扩网,对符合办证条件的零售户纳入到销售网络,对不符合办证的经营户,分步清理整顿;三是建立零售客户购、销、存档案,据此提高订单准确率,严禁闭门造车、代替客户制作订单;四是严禁擅自更改客户结算方式,做到日清日结;五是规范员工教育管理,组织全体员工对卷烟销售网络规范的相关内容进行全面学习;六是合理定量控制管理,严格按等级供货,严禁以任何形式将货源倾斜给大户,杜绝拆单分堆现象,逐步达到稳定销售和均衡发展。

总之,商业企业必须紧紧围绕行业“卷烟上水平”的基本方针和战略任务,进一步理清发展思路,积极转变发展方式,以“满腔热情、富有激情、充满智慧、奋力创新”的良好精神状态,切实打牢市场基础和工作基础,创新营销手段,通过采取相应对策提供“对口”服务,最终实现“三个满意”,即通过为不同层次的消费者提供品质优良、价格合理的卷烟品牌,实现消费者满意;通过合理调整零售户布局,保证零售户经营利益,为零售户提供充足的适销对路的货源,建立与零售户的共赢关系,实现零售户满意;通过引导消费、提供市场信息,把握市场动态,培育名优卷烟,实现卷烟工业企业满意。

对品牌培育实践特征的初步认识

□ 暴英杰

按照国家局关于培育知名品牌的的要求,行业各企业积极投身实践,取得了明显成效,特别在世界品牌实验室(World Brand Lab)发布的2011年(第八届)《中国500最具价值品牌排行榜》上,烟草行业共有“云烟”、“中华”、“红河”等12个品牌跻身榜上。这些知名品牌培育实践,可以使我们对其特征有以下认识:

具有长期性特征。品牌培育的实质是提高卷烟品质,而卷烟品质的提高则是一个十分漫长过程,至少包括这样“七个经历”:一是烟叶种植。包括总结传统种植技术,在种植工艺上寻求突破;学习借鉴国内外各种种植新技术,在烟叶减害上寻求突破;加强工艺创新,在品种改良上寻求突破。二是烟叶处理。包括把握好采摘时节,选择在害处最小时采摘;把握好烘干条件,选择减害效果最好时烘干;把握好存储条件,选用害处最小的方法存储。三是烟叶加工。用最好的配方、最先进的工艺处理烟叶。四是烟纸选择。既需要高深的化学知识,更需要复杂的化学试验。五是过滤技术。在完善其技术检测手段

的基础上,准确地制定或创立技术标准使其助成品质的创新与提高。六是卷烟包装。通过名称、色彩、图案等外在形式的创新,满足消费者的多种需求。七是卷烟营销。通过深化服务,让消费者准确真实的了解所经营卷烟的品质。这些经历决定其品质的提高是一个长期过程,没有耐心和毅力是不行的。

具有创新性特征。几乎所有成功卷烟品牌的经历都离不开创新,创新进一步,品牌就升一个台阶。比如,北京卷烟厂坚持品牌创新,使“中南海”成为中式混合型卷烟第一品牌,就是一个典型例子,该厂经过长期技术创新,不断抬高了品牌发展起点,特别是近年来,利用首都科研和市场优势,以开发低焦油、低危害混合型卷烟为重点,通过与军事医学院合作,与北京医科大学等医疗机构、科研院所合作,与中国科学院生物物理研究所合作,加强烟草科技基础研究,研制出每支1mg、3mg、5mg、6mg、8mg、10mg、12mg等规格的混合型“中南海”系列产品,逐步形成了以“中草药添加”、“低焦油生产”、“低自由基清除”、“纳米1+1技术”为核心的技术优势,成为中国烟草抵御外烟的一道“长城”。实践证明,没有品质创新,就没有

品牌发展。

具有合作性特征。实践告诉我们,成功的品牌培育都是工商企业经过愉快的合作,产生合力的结果。一是要在思想上形成合力。通过联谊会、恳谈会、互访互信等有效方式,牢固树立同心同德、同心协力、同舟共济的“三同”意识,在思想上形成合力。这样,才能共同树立品牌形象,提高品牌信誉,增强品牌核心竞争力。二是要在市场调研上形成合力。在实现开发低焦低害产品这一重点目标过程中,通过工商两家在市场调研上形成合力,在掌握市场需求前提下下的技术探索。三是要在市场营销上形成合力。通过共同制定产品推介方案、开展按订单组织货源、深入推进工商协同营销,促进市场营销工作进展。四是要在市场维护上形



成合力。要通过共同落实各种打假制度和措施,有力地打击卷烟制假贩假者,才能保护知名品牌在市场上的顺利流通。实践证明,没有工商企业之间的密切合作,就没有知名品牌健康发展和工商两家的双赢。

从以上初步认识的特征中,我们至少可以得出这样的结论:培育知名品牌是一个艰难的过程,没有长期不懈的努力不行,没有创新进取的意识也不行,没有善于合作的团队精神更不行。

加强指标控制 确保卷烟品质稳定性

□ 刘德祥

一个卷烟牌号按照其工艺技术配方投入批量生产,标志着此类卷烟品质的唯一确定性,而针对卷烟的技术项目检测,主要目的便在于有效监控卷烟品质及其稳定性。及时、高效地向相关职能部门反馈卷烟检测质量信息,提供其进行质量稳定性控制决策的数据支撑,是品质管理工作的重点。主流烟气是影响卷烟品质的主要因素,主流烟气的稳定性直接影响卷烟产品品质的稳定性。提高卷烟主流烟气的检测频次,能及时、高效地反映卷烟品质的波动情况,从而为卷烟品质稳定性控制、管理提供可靠的依据。

卷烟主流烟气检测属于成品检验的范畴,而焦油量、烟气烟碱量和烟气一氧化碳量受到生产过程每一个细节的影响,所以,通过提高检测频次来加强卷烟品质稳定性控制,就必须从生产过程出发,最后到成品出厂。

生产过程中检测频次提高监控的对象

提高烟丝含水率、含末率、梗丝率、膨胀率、填充值的过程巡检控制次数。上面“四率一值”直接影响主流烟气检测中的水分测定值,而水分又是影响焦油量和烟气一氧化碳量的主要因素,所以,有效地加强过程巡检,提高检测频次,及时反映并控制好烟丝的“四率一值”,保证其符合工艺技术标准的要求,尽可能地避免虽然合格但时而偏工艺技术指标上限,时而偏工艺技术指标下限等不稳定情况,有利于在后续的主流烟气检测中一氧化碳量的有效控制,进而达到卷烟品质稳定性的有效控制。

提高烟草薄片的有效利用率。烟草薄片的合理应用,能合理改善卷烟的品质,有效降低制造成本,节约资源。烟草薄片对主流烟气检测中焦油

量的影响较为明显,在行业大力倡导降焦减害的工作中,烟草薄片的降焦功能对降焦减害贡献突出。合理地利用烟草薄片,能有效将焦油量控制在恰当的可调节性范围内,从而为卷烟品质稳定性的控制提供方法基础。

加强检测频次对滤棒圆周、吸阻、均匀性的有效控制。首先,需要明确一个观点:仅保证检测合格是远远不够的,有效地将滤棒各检测值尽可能地控制在技术指标值中间标准值,保证品质的严格稳定性才是质量控制的目标。通过提高过程巡检次数,及时反映出滤棒圆周、吸阻、均匀性等是否符合技术要求,及时进行合理改善、控制,不能出现滤棒时而粗时而细、时而紧时而松、时而长时而短等情况。简单地举个例子:滤嘴不均匀,出现滤嘴相对较粗、细的情况,在吸烟过程中就会导致卷烟夹持器夹持不稳卷烟,造成烟支歪斜、掉落、夹持不到位等情况,从而对吸烟过程产生严重影响,进而

影响焦油量、烟碱、一氧化碳量等检测值的准确性、精确度。这对卷烟品质的稳定性负面影响是很大的。所以,要加强滤棒相关指标的检测频次,以保证卷烟品质的稳定性。

“三个重点”检验思想增加检验频次确保品质稳定性。在线半成品烟支检验,是有效控制卷烟品质稳定性的第一现场,对存在的质量问题反映敏感,所以,通过提高检验频次来有效控制卷烟品质稳定性,必须坚持重点指标重点监控,重点时段重点巡视,重点机台重点检查的“三个重点”思想。找准各技术指标与卷烟品质之间的内在关系,突出主次,重点指标重点监控,例如:单支克重、吸阻、圆周、填充值等就应该列于重点监控的范围内。明确了重点指标,就要把握好重点巡视的时间,开机时、更换卷烟牌号时和机器大修后就应该列于重点巡视检查的时段,此时应该是出问题最多的时候,一般来说,控制好这三个时段的品质情

况在辅助其他时段必要巡检就可以确保卷烟品质的稳定性。因为各台机器总是存在差异,机器新旧、磨合情况、维护保养情况都可能直接影响卷烟支的品质,所以就很有必要通过长时间的数据积累和观察找出出现问题较多的几台,进而列于重点检查对象,保证卷烟品质稳定。

实验室重要化学指标的控制主流烟气

卷烟样品进入实验室,要严格按照规程要求进行平衡,调节并控制实验室的温湿度。主流烟气包含烟碱、焦油和二氧化碳,三个指标对实验条件、仪器状态、操作手法等有极为严格的要求,具体由于实验条件造成的对三个指标值影响的因素如下:

样品平衡时间及效果的影响。一般情况下,样品进入实验室应散支平衡48小时左右,严格控制恒温恒湿箱的温、湿度,平衡的目的主要在于测试烟支水份的均匀性、烟支松散度的适中性。实验室环境大气、吸烟机测试环

境大气的影。合理通过恒温恒湿机控制实验环境大气的温、湿度,调节吸烟机的风速在条件范围内,预热、平衡吸烟机,使其处于稳定状态。

萃取瓶、补集器的清洁程度的影响。保证萃取瓶、补集器的清洁,每次试验完毕认真清洁这两个重要器具,不带入外在污染物或是造成废品残留。

测试过程的影响。测试前烟支的挑选,测试过程中各故障的及时排除,保证因为人为原因造成的测试数据影响最小。

标准溶液的配制,标线的制作及柱子的造成的影响。标准溶液配制要求各数据点量值精确,外在干扰小,标线的制作要求线性良好,检测柱子应干净无残留,长时间使用的柱子要定期老化,若峰出现严重拖尾、峰分离不好,必要时及时更换柱子。