



新华财经研报中心

作者：曲干年

编辑：王虎云

审核：陶俊洁

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



卷烟市场需统筹施策

塑造高质量发展新格局

——2020年全国卷烟市场分析及2021年展望

烟草是国民经济重要产业，2020年全国卷烟市场经历了新冠肺炎疫情带来的严峻挑战，销量先抑后扬逆势增长，销售结构持续较快提升，重点品牌和新品类卷烟的表现可圈可点，市场已经恢复稳健发展态势。同时需看到，南北卷烟市场消费结构差异扩大，销售头部城市南北分布失衡加剧，区域市场的分化将对卷烟市场带来深层影响。

展望2021年，烟草行业需把握好扩大内需的战略基点，加快推进全国统一开放大市场的建设，持续优化市场发展环境，为卷烟市场高质量发展提供更加坚实的支撑。

目录

一、2020 年以来全国卷烟市场发展概况.....	3
(一) 卷烟销售恢复稳健态势，助力市场“十三五”圆满收官	3
(二) 省级市场销量全线稳增，为减轻经济增长压力做出贡献	4
(三) 卷烟销售结构较快提升，南北市场结构差异扩大.....	5
二、全国卷烟市场发展的新特征	6
(一) “双十五”品牌销量稳增，北方市场销售额增长明显	6
(二) 新品类烟成为市场增长重要推力，中支烟的增长尤为突出.....	7
(三) 主要城市销量总体稳定，销售头部城市南北失衡加剧.....	8
三、2021 年卷烟市场发展展望	10
(一) 把握扩大内需战略基点，做好卷烟市场挖潜增效.....	10
(二) 加快市场化取向改革，推动建立全国统一开放的大市场	10
(三) 持续加强市场终端建设，优化卷烟市场发展环境.....	11

图表目录

图表 1：“十三五”期间全国卷烟市场销量情况	4
图表 2：2020 年 1-10 月省级卷烟市场销量增幅情况	5
图表 3：2020 年 1-10 月省级卷烟市场销售情况	6
图表 4：2020 年 1-10 月主要城市卷烟销售情况	9

卷烟市场需统筹施策 塑造高质量发展新格局

——2020年全国卷烟市场分析及2021年展望

烟草是国民经济重要产业，2020年全国卷烟市场经历了新冠肺炎疫情带来的严峻挑战，销量先抑后扬逆势增长，销售结构持续较快提升，重点品牌和新品类卷烟的表现可圈可点，市场已经恢复稳健发展态势。同时需看到，南北卷烟市场消费结构差异扩大，销售头部城市南北分布失衡加剧，区域市场的分化将对卷烟市场带来深层影响。

展望2021年，烟草行业需把握好扩大内需的战略基点，加快推进全国统一开放大市场的建设，持续优化市场发展环境，为卷烟市场高质量发展提供更加坚实的支撑。

一、2020年以来全国卷烟市场发展概况

（一）卷烟销售恢复稳健态势，助力市场“十三五”圆满收官

2020年是“十三五”规划收官之年，也是卷烟市场发展特殊的一年。本年度，卷烟市场经历了新冠肺炎疫情带来的严峻挑战，春节销售旺季全面停摆，2月份全国零售终端订货户数锐减，3月份才开始逐月恢复。经过烟草行业“增产、促销、追赶进度”，卷烟销量先抑后扬并恢复增长。1月份全国卷烟销量同比减少7.64%，全国30个省级市场销量下降；2月份销量增幅达到25.95%，绝大多数省份销量增幅在两位数，到一季度末全国除湖北外，其他所有省级市场的累计销量均止跌回升。

从累计销量来看，2020年1-10月，全国实现卷烟销量4183.35万箱，同比增加38.46万箱，增幅为0.93%；完成全年4780万箱目标的87.52%，超出同期进度0.6个百分点。卷烟市场11月和12月销售压力减小，可以适度减量以进一步优化市场状态。此外，截至10月末，全国卷烟商业库存为208.66万箱，同比减少10.49万箱，库存得到有力管控，同样也为来年销售留足空间。

图表 1：“十三五”期间全国卷烟市场销量情况（万箱）



来源：新华财经

由此估算，2020年全国卷烟销量将在4785万箱左右，同比增长0.29%，与2019年增幅基本持平。整个“十三五”期间，全国卷烟销量在2016年触底4699万箱之后，销量开始连年平缓回升，年销量增幅维持在0.4%以内，卷烟市场容量增长放缓。2020年卷烟销售克服了新冠肺炎疫情的影响，最终恢复稳健发展的常态，为“十三五”圆满收官和顺利开启“十四五”销售奠定坚实基础。

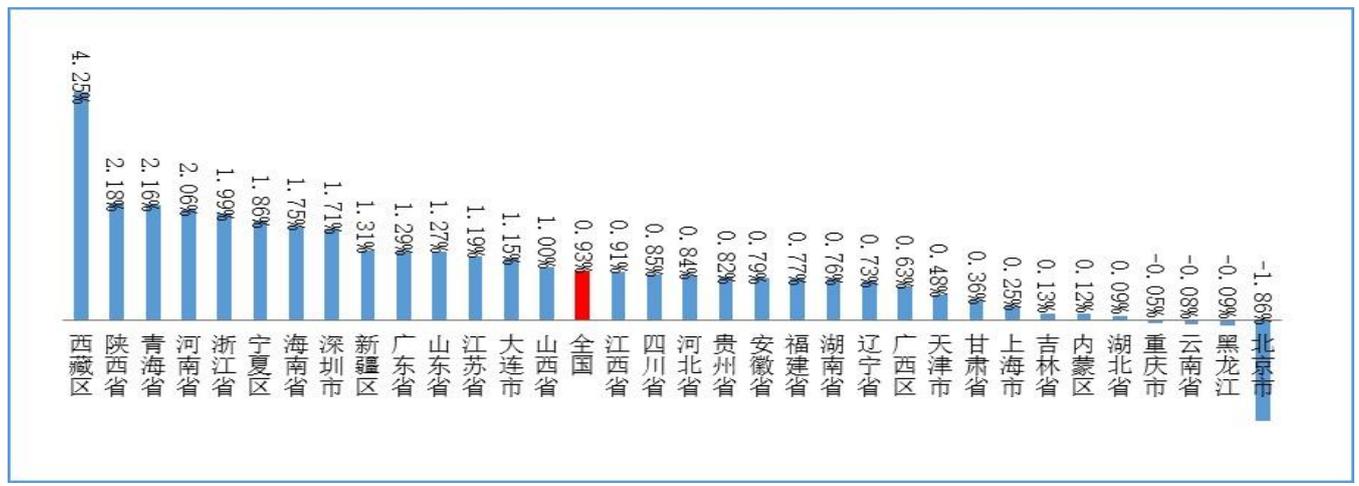
（二）省级市场销量全线稳增，为减轻经济增长压力做出贡献

2020年以来，经过努力追赶销售进度，省级市场销量最终恢复平稳增长，卷烟销售也为各地抵御市场风险、减轻经济压力做出贡献。从销量规模来看，2020年1-10月，广东、山东、河南、江苏、湖南、浙江、四川、河北、湖北、安徽为销量前十省份，合计销量占全国总量比重为54.32%，同比提高0.13个百分点，前十省份销售集中度较高。

从销售增量来看，2020年1-10月，河南卷烟销量同比增加5.31万箱，浙江、广东、山东、江苏、陕西等省份的增量均超过2万箱；其他省级市场增量均在2万箱以下，其中广西、新疆、辽宁、深圳、海南等15个市场的增量低于1万箱，各地销量增长总体较为均衡。

从销量增幅来看，重庆、黑龙江、云南、北京等市场销量略降，降幅在1%上下，预计在年底可以止跌。其他省级市场销量均保持增长，共有14个市场的增幅超过全国平均水平，其中西藏、陕西、青海、河南等市场销量增幅均在2%以上，西藏市场的增幅甚至达到4.25%。其他市场销量增幅平缓，其中，江西、四川、河北、贵州等多达15个省级市场的销量增幅低于1%。值得注意的是，疫情对2020年经济带来较大影响，我国前三季度GDP同比增长0.7%，在此背景下，烟草成为抵御市场风险和稳定经济增长的重要力量。

图表 2：2020 年 1-10 月省级卷烟市场销量增幅情况（%）



来源：新华财经

（三）卷烟销售结构较快提升，南北市场结构差异扩大

2020 年，为确保烟草税利增长，各省级市场加大了对二类以上卷烟的投放力度。从 1-10 月来看，全国一类烟和二类烟销量增幅分别达到 8.87%和 9.87%，合计销量占市场比重为 48.52%，同比提高 3.71 个百分点。三类以下卷烟投放收紧，三类烟销量增幅为 0.01%，四类烟和五类烟销量降幅均为两位数。各省级卷烟市场销售结构保持较快提升势头，市场的价值持续稳健增长。

从销售额来看，受益于结构提升的利好因素，2020 年 1-10 月省级市场商业销售额全线增长。其中，江苏、湖南、西藏、广西、山西等 5 个市场商业销售额增幅超过 6%，广东、辽宁、河南、河北、浙江、上海等 6 个市场的增幅超过 5%。其他市场商业销售额增速总体平稳，只有甘肃、北京、湖北等市场的增速偏低，增幅均在 3%以下。

从单箱销售额来看，2020 年 1-10 月，全国卷烟市场单箱销售额为 3.47 万元，同比增加 0.13 万元，增幅为 3.75%，快于销量增幅。各省级市场单箱销售额保持增长，但南北结构水平的差异更加突出。浙江、西藏、上海、江苏、深圳、湖北、江西、海南、四川、安徽、福建、重庆、广东、贵州、湖南等 15 个市场单箱销售额在全国平均水平之上，以上市场全部位于南方；其中，浙江市场单箱销售额达到 4.96 万元，西藏、上海、江苏、深圳等 4 个市场单箱销售额超过 4 万元，结构优势十分突出。其他市场中，单箱销售额低于 3.3 万元的市场共有 16 个，分别为大连、河南、青海、天津、广西、宁夏、陕西、山西、新疆、内蒙古、辽宁、山东、甘肃、黑龙江、河北和吉林；其中，内蒙古、辽宁、山东、甘肃、黑龙江、河北、吉林等市场单箱销售额低于 3 万元，全国最低

的吉林省同最高的浙江省相差 2.40 万元，同比增加 696 元。从增速来看，省级市场的单箱销售额均保持增长，其中，湖南、江苏、广西等市场的增幅在 5% 以上，结构提升势头尤为迅猛。2020 年以来，南北市场卷烟销售额结构差距继续扩大，这与区域经济发展的情况也大致相合，前三季度全国 GDP 前十城市中，北方城市只有北京；GDP 增速前十省份中，北方也只有宁夏入列。

图表 3：2020 年 1-10 月省级卷烟市场销售情况

第 1-16 省级市场					第 17-33 省级市场				
市场	商业销售额 (亿元)		单箱销售额 (万元)		市场	商业销售额 (亿元)		单箱销售额 (万元)	
	本期	增幅	本期	增幅		本期	增幅	本期	增幅
全国	14532.38	4.71%	3.47	3.75%	山西省	351.53	6.03%	3.01	4.99%
广东省	1111.41	5.98%	3.57	4.63%	重庆市	350.41	3.13%	3.62	3.18%
浙江省	1082.21	5.40%	4.96	3.34%	辽宁省	336.79	5.58%	2.92	4.82%
江苏省	1001.82	6.98%	4.20	5.73%	上海市	317.82	5.06%	4.52	4.80%
河南省	856.22	5.55%	3.25	3.43%	内蒙区	272.53	3.02%	2.92	2.89%
四川省	807.99	4.85%	3.79	3.96%	黑龙江	252.33	3.84%	2.67	3.93%
山东省	786.47	3.87%	2.86	2.57%	北京市	235.42	1.37%	3.46	3.29%
湖南省	779.54	6.64%	3.51	5.83%	甘肃省	218.88	2.41%	2.77	2.04%
湖北省	622.12	0.86%	3.89	0.77%	吉林省	204.86	3.81%	2.56	3.68%
安徽省	598.84	3.07%	3.75	2.26%	新疆区	198.16	4.11%	3.00	2.76%
河北省	559.33	5.54%	2.65	4.65%	深圳市	197.30	4.19%	4.13	2.44%
云南省	545.64	4.40%	3.44	4.49%	天津市	152.84	3.21%	3.19	2.72%
福建省	525.83	3.88%	3.62	3.08%	海南省	152.32	4.80%	3.80	2.99%
贵州省	477.26	4.07%	3.52	3.22%	大连市	73.66	4.65%	3.29	3.46%
江西省	455.62	4.36%	3.87	3.42%	宁夏区	70.24	4.18%	3.12	2.28%
广西区	433.19	6.19%	3.16	5.52%	青海省	62.46	3.82%	3.24	1.63%
陕西省	388.13	4.38%	3.11	2.15%	西藏区	53.24	6.48%	4.68	2.13%

注：按商业销售额降序排列。

来源：新华财经

二、全国卷烟市场发展的新特征

（一）“双十五”品牌销量稳增，北方市场销售额增长明显

“双十五”品牌（商业销售额前十五名、三类以上卷烟销量前十五名品牌）是烟草行业品牌阵营的主体，也是衡量市场发展水平的重要指标。2020 年 1-10 月，全国“双十五”品牌销量为 2892.03 万箱，同比增加 39.69 万箱，增幅为 1.39%；市场占比为 69.13%，同比提高 0.16 个百分点。“双十五”品牌销售额为 11267.80 亿元，同比增加 434.83 亿元，增幅为 4.01%，销售额增幅明显快于

销量增幅，销售额占比达到 77.54%，推动了卷烟市场价值的增长。

从销量来看，2020 年 1-10 月，全国除辽宁、北京、重庆、内蒙古、江西、湖南、吉林、四川、广西等 9 个市场“双十五”品牌销量略降，其他市场销量均保持增长。其中，河南、山西、青海、陕西、大连、贵州、湖北、天津等市场的销量增幅超过 3%，这些市场多数位于北方。从销量占比来看，福建、安徽、湖南、深圳、广东、浙江、上海、山东、海南等地“双十五”品牌销量占当地市场总量的比重超过 80%。“双十五”品牌销量占比偏低的多为烟草产业发展相对滞后的地区，如甘肃、陕西、广西、重庆、吉林、江西、青海、河北等地“双十五”品牌销量占比低于 50%。

从商业销售额来看，2020 年 1-10 月，全国除重庆、四川、广西等市场“双十五”品牌商业销售额下降，其他市场均同比保持增长。河南、江苏、山西“双十五”品牌销售额增幅超过 6%，湖南、大连、青海、新疆、浙江、云南、陕西、贵州等 8 个市场的增幅超过 5%，以上市场中北方省份数量过半，北方市场“双十五”品牌总体处于较快增长期，挖潜增效的空间较为可观。从销售额占比来看，湖南、安徽、浙江、福建、深圳、广东等 6 个市场“双十五”品牌销售额占市场总量比重超过 90%，贵州、上海、河南、山东、海南、云南、湖北等 7 个市场的比重超过 80%。由此可看到，南方省份“双十五”品牌销售额占比水平总体较高，北方省份需进一步加强“双十五”品牌的销售，由此方能加快市场的高质量发展。

（二）新品类烟成为市场增长重要推力，中支烟的增长尤为突出

2020 年，新品类卷烟在全国卷烟市场的发展中发挥更加积极的作用，细支烟、短支烟、中支烟、爆珠烟等新品类卷烟不同程度保持增长，中支烟的增长尤为突出，为市场的扩容提档注入新的活力。

细支烟方面，2020 年 1-10 月，全国细支烟销量为 432.00 万箱，同比增加 48.36 万箱，增幅为 12.61%，占全国市场比重为 10.33%，同比提高 1.07 个百分点，已经形成相当的规模基础。山东、辽宁、江苏、河南、河北、四川、黑龙江、内蒙古、吉林、陕西等为细支烟销量前十省份，“三北”空间分布特征十分明显。从占比的角度来看，细支烟已成为北方市场重要的卷烟消费大类产品，大连、辽宁、吉林、黑龙江、内蒙古等市场细支烟销量占比甚至超过 20%。南方市场细支烟销量占比总体偏低，在不少省份的比重不足 10%。不过，部分南方市场细支烟也开始发力，上海、浙江、广东、湖南、江苏等市场细支烟销量增幅超过 20%，贵州、福建、四川、江西、云南等市场的增幅也超过 15%。

短支烟方面，2020 年 1-10 月，全国短支烟销量为 51.49 万箱，同比增加 3.62 万箱，增幅为 7.56%，占市场总量比重仅为 1.23%，短支烟是四大新品类烟中销量规模最小的一类。河南、广东、

湖南、四川、河北、江苏、广西、江西、浙江、山东位居短支烟销量前十名，以南方省份居多。综合来看，短支烟目前是卷烟消费的小众品类，没有形成有效的规模基础，1-10月全国有12个省级市场的短支烟销量占比低于1%，未来短期内难以跻身主流消费产品阵列。

中支烟市场的发展值得肯定，2020年1-10月，全国中支烟销量为134.46万箱，同比增加48.35万箱，增幅为56.16%，占全国卷烟销量比重为3.21%，同比提高1.14个百分点，中支烟销量规模仅次于细支烟。四川、黑龙江、山东、辽宁、吉林、江苏、内蒙古、重庆、浙江、广东为中支烟销量前十市场，南北省份均呈现销量快速增长态势。黑龙江、吉林、四川、大连、内蒙古、辽宁、重庆等市场中支烟销量占比超过5%，黑龙江的比重超过10%，中支烟市场已经形成比较可观的规模。从增幅来看，大多数省级市场中支烟销量增幅都为两位数，江西、浙江、湖南、广西、贵州、江苏、宁夏等市场的中支烟销量甚至实现倍增，中支烟成为全国市场扩容提档的重要推动力量。

爆珠烟方面，2020年1-10月，全国爆珠烟销量为108.27万箱，同比增加13.61万箱，增幅为14.38%，占全国卷烟销量比重为2.59%，爆珠烟销量增速快于短支烟和细支烟。四川、湖北、广东、贵州、河南、陕西、山东、湖南、江苏、浙江为销量前十省份，主要分布于华东、西南和中南地区。浙江、福建、山东、广东等市场的爆珠烟销量增幅超过20%，另有将近20个市场爆珠烟销量增幅超过10%，爆珠烟总体呈现良好增长态势。

（三）主要城市销量总体稳定，销售头部城市南北失衡加剧

主要城市是卷烟消费的重点，具有较强的全局带动和辐射作用。2020年1-10月，新华社经济分析师统计的22个主要城市（具体名单图表4）合计销售卷烟877.00万箱，同比增加5.24万箱，增幅为0.60%，占全国市场总量比重为20.96%，同比保持稳定。

从销量来看，2020年1-10月，重庆、上海、北京、成都、天津、深圳、广州、郑州、西安、杭州的卷烟销量居于22个重点城市前十位，同时稳居全国所有城市前十位，是当之无愧的全国卷烟销量头部城市，其中北方城市包括北京、天津、郑州和西安，南方城市则达到6个，卷烟销量头部城市南北分布差异明显。销量前15位城市中，主要城市名单将增加武汉、苏州、宁波、青岛和沈阳，全国城市名单中将增加武汉、苏州、宁波、温州和泉州，同样是以南方城市为主。从销量增减角度来看，武汉、北京、哈尔滨、长春、重庆卷烟销量同比下降，但减量总体较少，预计到年底将会止跌回稳，其中，武汉市减量超过1.5万箱，依然存在稳定卷烟销售的压力。其他17个主要城市销量均保持增长，其中，郑州卷烟增量超过1万箱，苏州、成都、深圳、西安、济南和杭州的增量也都在5千箱以上，其他主要城市增量并不多。

从销售额来看，2020年1-10月，重庆、上海、成都、北京、深圳、杭州、宁波、广州、苏州、

天津的卷烟销售额居于重点城市前十位，同销量前十城市的分布并不相同。销售额前十位主要城市中，北方城市仅有北京和天津；销售额前十五位主要城市中，北方城市将增加郑州和西安，因此北方仅有4城跻身销售额前十五位主要城市，南方城市达到11个之多，北方主要城市消费结构需加快提升。从销售额增量来看，上海市卷烟销售额增量超过15亿元，成都、郑州、重庆、苏州市的卷烟销售额增量超过10亿元，宁波、深圳、杭州、广州的增量在7亿元以上。

图表 4：2020 年 1-10 月主要城市卷烟销售情况

城市	销量（万箱）		销售额（亿元）		单箱销售额（万元）	
	本期	增幅	本期	增幅	本期	增幅
重庆	96.89	-0.05%	350.41	3.13%	3.62	3.18%
上海	70.31	0.25%	317.82	5.06%	4.52	4.80%
北京	68.07	-1.86%	235.42	1.37%	3.46	3.29%
成都	55.89	1.66%	255.20	5.34%	4.57	3.62%
天津	47.91	0.48%	152.84	3.21%	3.19	2.72%
深圳	47.74	1.71%	197.30	4.19%	4.13	2.44%
广州	43.81	0.86%	156.60	4.76%	3.57	3.87%
郑州	36.66	2.88%	141.87	8.37%	3.87	5.34%
西安	36.42	1.89%	128.34	5.05%	3.52	3.10%
杭州	35.80	1.88%	186.08	4.04%	5.20	2.12%
武汉	34.06	-4.28%	144.50	-4.59%	4.24	-0.33%
苏州	33.68	2.83%	153.03	7.02%	4.54	4.07%
宁波	33.42	1.91%	166.76	5.69%	4.99	3.70%
青岛	32.09	0.94%	106.79	4.19%	3.33	3.21%
沈阳	30.45	0.57%	98.34	5.11%	3.23	4.51%
哈尔滨	29.88	-0.71%	86.07	4.57%	2.88	5.32%
南京	29.50	0.44%	136.15	4.04%	4.62	3.59%
长沙	27.74	1.73%	113.47	6.18%	4.09	4.37%
长春	24.68	-0.78%	68.04	2.44%	2.76	3.25%
济南	22.46	3.10%	71.12	6.64%	3.17	3.43%
大连	22.36	1.15%	73.66	4.65%	3.29	3.46%
厦门	17.19	0.54%	63.98	3.33%	3.72	2.77%

注：图表中 22 个城市包括 4 个直辖市和 15 个副省级城市，还包括郑州（国家中心城市）、苏州（经济总量最高的地级市）和长沙（重要的区域中心城市），城市名称按卷烟销量降序排列。

来源：新华财经

此外，在 22 个主要城市中，杭州市卷烟单箱销售额超过 5 万元，宁波、南京、成都、苏州、上海的单箱销售额均在 4.5 万元以上，武汉、深圳、长沙的单箱销售额在 4 万元以上，以上城市全部于南方地区。其他城市中，长春、哈尔滨、济南、天津、沈阳、大连、青岛、北京等 8 个北方城市的卷烟单箱销售额在 3.5 万元以下，并且全部低于全国市场平均水平；长春和哈尔滨的卷烟单箱销售额甚至低于 3 万元，长春市的单箱销售额比杭州少 2.44 万元，同比增加 211 元，差距出现扩

大态势。我们注意到，2020年前三季度全国GDP前二十强城市中北方城市只有北京、天津、青岛、郑州和济南等5座城市，前十名城市中则仅有北京这一座北方城市，南北经济发展水平存在较大差异，由此也直接导致南北主要城市卷烟消费结构失衡加剧。

三、2021年卷烟市场发展展望

（一）把握扩大内需战略基点，做好卷烟市场挖潜增效

当前，卷烟市场发展面临一些深层次的挑战，比如，经济形势总体趋于复杂，卷烟消费出现新变化，控烟政策收紧趋严，新型烟草制品逐渐崛起等。尽管如此，卷烟市场未来发展仍具有良好机遇，支撑从市场高质量发展的基础依然坚实。

党的十九届五中全会审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》，提出要顺应消费升级趋势，提升传统消费，培育新型消费，还提出开拓城乡消费市场，培育国际消费中心城市。

未来，居民收入稳步增长和中等收入群体扩大，必将对卷烟消费产生积极的推动效应，卷烟市场发展仍面临良好机遇。根据测算，2021年烟草行业将延续“总量控制、稍紧平衡、增速合理、贵在持续”调控方针，卷烟市场将呈现稳中求进的基本状态，全年销量有望达到4795万箱左右，以此保持更加协调的供需关系，推动市场价值增长。

同时，在全球新冠肺炎疫情肆虐的大背景下，国际市场拓展面临不确定因素，卷烟的国际国内市场“双循环”将更加侧重以国内大循环为主。我国卷烟销量规模稳居全球首位，未来将实施更加倚重国内卷烟市场的策略，稳住国内烟草消费基本盘，挖掘市场新增潜力。烟草需依靠中高结构卷烟的消费需求作为增长点，积极培育和拓展新的增长点；努力抓住卷烟消费潮流带来的机会，满足消费者对卷烟消费的新需求，促进国内卷烟市场的更优循环。此外，在做好对非卷烟类烟草制品管控的基础上，需密切关注加热不燃烧卷烟等新型烟草制品的发展趋势，做好对产业发展和市场情况的研究。

（二）加快市场化取向改革，推动建立全国统一开放的大市场

近年来经济发展进入新常态，烟草行业作为国民经济重要板块，也肩负着推进高质量发展的艰巨任务，纵深推进市场化取向改革是必经之路。

首先，2021年卷烟市场需以品牌培育为龙头，加快推进要素市场化配置的改革。烟草需以卷

烟品牌培育为抓手，突出市场的价值和效益增长导向，建立起以市场为主要衡量标准的品牌进退机制，提高重点品牌市场集中度；探索建立全国统一的卷烟市场营销管理平台，努力破除卷烟市场的地方保护主义，大力建设公平竞争的高标准市场体系。

其次，促进产业环节有效对接，畅通卷烟市场链条循环。烟草产业拥有完整的产业链条，农业、工业、商业、零售、消费环节环环相扣，烟草行业需全面掌握产业链的问题和瓶颈，畅通堵点，破除难点，确保产业链的各环节协同发展。2021年，烟草可将物流体系改革和流通体制改革作为突破口，从理顺省和地市两级烟草商业公司的关系入手，探索以省级市场为单位充分整合配置资源，形成省级市场范围内统一的商业体系，由此构建统一开放、竞争有序的全国统一大市场，畅通卷烟市场链条循环。

第三，要更加明确烟草工业和商业企业在卷烟市场环境建设中的侧重点。工业企业应着力于做强做优卷烟品牌，商业企业则需肩负起市场的主体责任，辅之以统一的“互联网+营销”数据平台，掌握卷烟消费者实时数据，提高市场决策的科学性和有效性，构建供给与需求高效衔接的卷烟市场供应链管理体系。

（三）持续加强市场终端建设，优化卷烟市场发展环境

销售终端是烟草产业的宝贵资源，营销网络则是卷烟市场发展的重要基础。2021年，烟草需进一步推动营销网络提升质量，持续强化市场终端建设，优化终端的布局，合理施策深化文明吸烟环境建设，优化卷烟市场整体发展环境。

首先是优化终端布局，探索建立全国统一的卷烟销售终端管理系统。目前，全国烟草商业终端管理体系的建设是以省级商业企业为管理单位，各省级市场终端管理系统存在差异，体系设计、运营措施、后台管理等都各不相同，这给全国卷烟市场终端的管理带来挑战。未来，烟草行业需立足卷烟市场实际情况，充分考虑全国市场共性和区域市场个性特征，尝试建立统一的全国卷烟销售终端管理系统，由此助力卷烟市场高质量发展。

其次是加强终端建设，提升卷烟营销网络质量。加快建设以行业为主体、布局合理、结构牢靠的现代化零售终端体系，增强对销售渠道的掌控力，推进加盟终端和自有流通品牌的建设，提升其辐射力和影响力。

第三是深化文明吸烟环境建设，烟草工业和商业企业需发挥好联席工作机制的作用，深化推进文明吸烟环境建设工作。坚持以地方政府的力量为主导，考虑公众和消费者的真实需求，达成有效共识之后稳步推进，并做好对相关舆论和法律风险的防范。

此外，卷烟市场还需应对好区域发展差异问题，既要重视市场的共性特征，也需正视区域市场的实际情况，要避免政策“一刀切”。对于部分北方省级市场而言，未来较长时期内仍需弥补结构短板，加强对中高类别卷烟的销售力度，将结构提升作为市场发展的重心；部分南方省级市场则需在创新发展方面进行更多探索，激发市场内在发展活力，为全国卷烟市场的高质量发展提供更多助力。

重要声明

《新华财经年报》由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整。任何情况下，《新华财经年报》所发布的信息均不构成投资建议。