

学校编码: 10384

分类号 _____ 密级 _____

学号: X2007156163

UDC _____

厦门大学

硕士学位论文

控烟局势下中国烟草产业的
战略调整及对策

Strategic Adjustment and Countermeasures of China's
Tobacco under Circumstance of Tobacco Control

袁 健

指导教师姓名: 林志扬 教授

专业名称: 工商管理 (EMBA)

论文提交日期: 2013 年 5 月

论文答辩日期: 2013 年 月

学位授予日期: 2013 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2013 年 5 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（）课题（组）的研究成果，获得（）课题（组）经费或实验室的资助，在（）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。
2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士学位论文摘要库

摘要

《世界卫生组织烟草控制框架公约》（以下简称《公约》）对全球烟草行业产生了重大影响，尤其在控制消费供给需求、技术进步与成分披露、宣传广告促销及卷烟产品包装方面给烟草企业带来了更大压力。对于中国烟草行业来说，《公约》更是给中国烟草企业的生产与经营活动增加了更多的困难，使管理难度和品牌培育难度加大。

中国政府签署了《公约》，作为缔约方必将逐步增加控烟力度。中国烟草企业在控烟局势下既要继续承担其社会责任，还要寻找符合自身实际的可持续发展之路。本文分析了近年来国际烟草市场格局，比较了四大跨国烟草集团品牌集中度的特点，总结了英国和美国烟草企业在控烟环境下的营销策略调整及成效，结合中国烟草行业的发展历程和实际情况，给出了中国烟草企业对待公约的态度建议和需注意的问题，指出在新的环境与形势下中国烟草企业实行**大品牌战略和营销战略策略**调整方面的对策建议。

中国烟草对待《公约》的态度是主动营造安全控烟环境，积极推动立法，走符合中国国情的全面履约控烟之路。中国烟草企业在**品牌建设方面**的努力和尝试**应该聚焦于**加快推进大品牌战略、全面实施减害降焦战略和尝试实施品牌延伸策略**的同时**，中国烟草企业在**营销策略调整方面**还应该注重稳步推进国际化发展战略**并**借鉴经验完善促销体系和解放思想全面拓宽广告宣传渠道。

关键词：烟草控制框架公约；中国烟草；战略调整

厦门大学博硕士学位论文摘要库

Abstract

“WHO FCTC” has a significant impact on the global tobacco industry, especially has brought more pressure in the control of consumption demand and supply, technical progress and compositions are disclosed, advertising promotions and cigarette product packaging to the tobacco industry. Moreover, it makes management and brand cultivation more difficult to China Tobacco.

Because Chinese government signed the “WHO FCTC”, it will gradually increase the tobacco control. China Tobacco not only continue to bear social responsibility, but also search for sustainable development in the tobacco control situation. This paper analyzes the international tobacco market pattern of recent years, and compares the brand concentration features of four major multinational tobacco group, and sums up effectiveness of marketing strategy adjustment of the British and American tobacco enterprises in the control environment. This paper combines with the development process and the actual situation of China Tobacco, and gives the China Tobacco's attitude and problem towards the Convention, and proposes strategy suggestions that the implementation of ~~major brand strategy and~~ marketing strategy adjustment.

China Tobacco's attitude treated “WHO TCTC” that it should initiatively create safe smoking environment, and actively promote the legislation, go accord the comprehensive performance with the Chinese national condition. China Tobacco in brand building efforts and attempts should focus on speeding up the big brand strategy, the full implementation of reducing tar and other harmful components and the strategy of brand extension. China Tobacco in marketing strategy adjustment should pay attention to steadily push forward the internationalization strategy, and draw lessons from experience to perfect promotion system, and emancipate the mind to expand advertising channels.

Key words: FCTC; China Tobacco; Strategic Adjustment

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 选题背景.....	14
1.2 研究目的.....	14
1.3 研究思路.....	22
1.4 理论基础.....	22
1.5 论文结构.....	55
第 2 章 《世界卫生组织烟草控制框架公约》概述	6
2.1 《世界卫生组织烟草控制框架公约》的来源.....	66
2.2 《世界卫生组织烟草控制框架公约》的内容.....	66
2.3 《世界卫生组织烟草控制框架公约》的履行情况.....	88
2.4 中国当前的控烟局势.....	114
2.5 中国采取的控烟措施.....	114
第 3 章 控烟对中国烟草行业的影响	13
3.1 控烟对烟草行业的影响.....	13
3.2 控烟对中国烟草行业的特殊影响.....	15
第 4 章 国际烟草市场概况及国外烟草企业的营销策略	18
4.1 国际卷烟品牌情况.....	18
4.1.1 四大跨国烟草集团业务概况.....	18
4.1.2 部分国际卷烟品牌市场现状.....	20
4.2 国际卷烟市场状况.....	21
4.2.1 国际卷烟市场概况.....	21
4.2.2 四大跨国烟草集团国际市场占有率分析.....	22
4.3 国外烟草企业的营销策略.....	24
4.3.1 控烟背景下美国烟草厂商的营销策略调整.....	24
4.3.2 控烟背景下英国烟草厂商的营销策略调整.....	26
第 5 章 国内烟草行业的战略调整及对策	28

带格式的: 段落间距段后: 0 磅, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 段落间距段后: 0 磅, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 段落间距段后: 0 磅, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 段落间距段后: 0 磅, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 目录 2, 缩进: 左 2.83 字符, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 段落间距段后: 0 磅, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 目录 2, 缩进: 左 2.83 字符, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 段落间距段后: 0 磅, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 目录 2, 缩进: 左 2.83 字符, 行距: 1.5 倍行距

5.1 中国烟草行业面对履行《公约》的态度及对策	2828
5.1.1 国内烟草行业对控烟和履约的认识及态度.....	2828
5.1.2 履行《公约》应注意的问题.....	2828
5.2 品牌策略调整及对策	3030
5.2.1 中国卷烟品牌现状.....	3030
5.2.2 中国烟草行业品牌战略调整对策.....	3134
5.3 国际化经营策略调整及对策	3434
5.3.1 中国烟草企业“走出去”现状.....	3434
5.3.2 中国烟草企业国际化发展对策.....	3535
5.4 促销策略调整及对策	3636
5.4.1 借鉴经验完善促销体系.....	3636
5.4.2 全面拓宽广告宣传渠道.....	3737
总结与展望	39
参考文献	41
致 谢	43
2218192121212123232427313134 第 1 章 绪论	1
1.1 选题背景.....	1
1.2 研究目的.....	1
1.3 研究思路.....	1
1.4 论文结构.....	42
第 2 章 《世界卫生组织烟草控制框架公约》概述	53
2.1 《世界卫生组织烟草控制框架公约》的来源.....	53
2.2 《世界卫生组织烟草控制框架公约》的内容.....	53
2.3 《世界卫生组织烟草控制框架公约》的履行情况.....	75
2.4 中国当前的控烟局势.....	108
2.5 中国采取的控烟措施.....	108
第 3 章 控烟对中国烟草行业的影响	1210

带格式的: 段落间距段后: 0 磅, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 目录 2, 缩进: 左 2.83 字符, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 段落间距段后: 0 磅, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 目录 2, 缩进: 左 2.83 字符, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 段落间距段后: 0 磅, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 目录 2, 缩进: 左 2.83 字符, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 段落间距段后: 0 磅, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 目录 2, 缩进: 左 2.83 字符, 行距: 1.5 倍行距

3.1 控烟对烟草行业的影响.....	1210
3.2 控烟对中国烟草行业的特殊影响.....	1412
第4章 国外烟草企业的做法和成效.....	1715
4.1 控烟背景下美国烟草厂商的营销策略调整.....	1715
4.2 控烟背景下英国烟草厂商的营销策略调整.....	1816
第5章 国内烟草行业的战略调整及对策.....	2018
5.1 中国烟草行业面对履行《公约》的态度及对策.....	2018
5.1.1 国内烟草行业对控烟和履约的认识及态度.....	2018
5.1.2 履行《公约》应注意的问题.....	2018
5.2 品牌策略调整及对策.....	2220
5.2.1 中国卷烟品牌现状.....	2220
5.2.2 国际烟草巨头卷烟品牌情况.....	2321
5.2.3 中国烟草行业品牌战略调整对策.....	2724
5.3 营销策略调整及对策.....	3027
5.3.1 稳步推进国际化发展战略.....	3028
5.3.2 借鉴经验完善促销体系.....	3533
5.3.3 解放思想全面拓宽广告宣传渠道.....	3633
总结与展望.....	3836
参考文献.....	3937
致谢.....	4139

图表目录

图 1: 论文结构..... 12

图 1: 论文结构..... 5

图 2: 《2009 年全球烟草流行报告》评估的无烟法律覆盖各类公共场所的情况 9

图 3 : 2010 年部分国外烟草公司卷烟销量及占中国以外世界卷烟市场份额 1920

图 4: 2010 年世界部分卷烟品牌销量..... 20

图 5: 2000 年~2010 年中国卷烟牌号和集中度变化情况..... 30

图 2: 《2009 年全球烟草流行报告》评估的无烟法律覆盖各类公共场所的情况 86

图 3: 2000 年~2010 年中国卷烟牌号和集中度变化情况..... 2220

图 4: 2010 年部分国外烟草公司卷烟销量及占中国以外世界卷烟市场份额. 2523

图 5: 2010 年世界部分卷烟品牌销量..... 2623

表 1: 中国烟草业的 SWOT 分析..... 3

表 2: 菲莫国际公司 2010 年在部分国家或地区卷烟市场占有率..... 3422

表 3: 英美烟草公司分地区卷烟销量变动情况..... 3423

表 4: 日本烟草公司 2010 年在部分国家或地区卷烟市场占有率..... 3423

表 5: 帝国烟草公司 2010 年在部分国家或地区卷烟市场占有率..... 324

带格式的: 字体: (默认) 宋体, (中文) 宋体

带格式的: 缩进: 左 0 字符, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 正文, 制表位: 不在 34.59 字符

带格式的: 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 缩进: 左侧: -0.35 厘米, 悬挂缩进: 2 字符, 制表位: 3.75 字符, 左对齐

带格式的: 字体: (默认) Calibri, (中文) 宋体

带格式的: 字体: 宋体

带格式的: 字体: 宋体

带格式的: 缩进: 左 0 字符, 行距: 1.5 倍行距

带格式的: 字体: 宋体

带格式的: 字体: 宋体

带格式的: 字体: 宋体

带格式的: 字体: 宋体

带格式的: 字体: 宋体

带格式的: 字体: 宋体

带格式的: 字体: 宋体

表 1: 菲莫国际公司 2010 年在部分国家或地区卷烟市场占有率 3129

表 2: 英美烟草公司分地区卷烟销量变动情况 3229

表 3: 日本烟草公司 2010 年在部分国家或地区卷烟市场占有率 3230

表 4: 帝国烟草公司 2010 年在部分国家或地区卷烟市场占有率 3230

带格式的: 缩进: 左侧: 0 厘米, 悬挂缩进: 2 字符, 首行缩进: -2 字符

带格式的: 缩进: 左侧: 0 厘米, 悬挂缩进: 2 字符, 首行缩进: -2 字符, 段落间距段前: 0 磅, 段后: 10 磅

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学博硕士学位论文摘要库

第1章 绪论

1.1 选题背景

2011年1月9日起，依照中国政府与世界卫生组织签署的《世界卫生组织烟草控制框架公约》（以下简称《公约》），中国将在所有室内公共场所、室内工作场所、公共交通工具和其他可能的室外公共场所完全禁止吸烟。

对于中国的“控烟”进程和效果可以说是众说纷纭，但是社会舆论和法规确实是都向着更加严厉的控烟措施倾斜。2011年初，由众多学者联合发布题为《控烟与中国未来》的中国烟草使用与烟草控制联合评估报告，得出了四个结论：第一，控烟效果微弱，吸烟率居高不下；第二，烟草流行后果严重，成为健康“第一大杀手”；第三，控烟履约绩效得分很低，与《公约》要求差距巨大；第四，烟草业阻挠控烟工作是导致控烟效果不佳的根本原因。一时之间引爆媒介控烟宣传热潮。

烟草产品是具有健康危害性和国家对其征收重税的特殊产品，烟草行业是国家实行专卖专营的特殊行业，因此烟草行业的产业调整必须符合国家控制烟草的产业政策取向，强化国家对烟草行业的计划管理和政府监管，同时在行业内部积极引入竞争机制，充分发挥市场机制，改善和加强宏观调控，引导和推动烟草企业的联合重组和品牌整合，按照现代产权制度、企业制度要求在充分考虑烟草企业特殊性的前提下完善烟草企业法人治理结构，努力促进中国烟草企业和品牌“由大变强”。

带格式的：字体颜色：自动设置

在这样的背景局面之下烟草行业应该如何调整战略格局营销策略，在保证国家利益、社会利益的同时，又能维持自身的可持续发展，成了烟草行业亟需解决的一个重大课题。

带格式的：字体颜色：自动设置

1.2 研究目的

本文试图分析《公约》实施以来对烟草行业的影响以及对对中国烟草行业及烟草企业的影响，分析国外烟草巨头应对控烟的对策及经验，在符合国家控制

烟草的产业政策取向的前提下, 为中国烟草企业在控烟局势下进行营销策略的调整提供参考建议。本文试图分析《公约》实施以来对烟草行业的影响以及对
中国烟草行业及烟草企业的影响, 理清中国烟草的发展脉络, 分析国外烟草巨
头应对控烟的对策及经验, 为中国烟草企业在控烟局势下进行战略调整提供参
考建议。

1.3 研究思路

本文旨在研究中国烟草企业在控烟局势下的营销战略调整及对策, 因此, 论文文章第二章回顾了《公约》的来源、主要内容、各国履行情况, 并陈述了中国的控烟现状及所采取的措施。第三章接着分析《公约》实施以后对烟草行业的影响, 尤其是在烟草供给需求、广告宣传、包装、工艺质量要求等方面的影响, 同时也分析了控烟局势对中国烟草行业的特殊影响。

国际烟草市场竞争激烈, 国际烟草巨头的做法应该能为中国烟草在控烟局势下发展提供一些有意的经验。因此, 本文第四章分析了国际烟草市场概况及英国和美国烟草企业在营销策略上的调整及取得的成效, 并总结出一些可供中国烟草企业参考的经验及建议。

中国烟草行业面临的困难不仅仅是控烟的压力, 还有来自国际市场的潜在压力和竞争挑战。结合中国烟草行业和企业现状, 笔者认为中国烟草企业需要在品牌战略和营销战略上进行调整和完善, 因此, 本文第五章从中国烟草企业面对履约的态度、大品牌策略建设、和营销国际化策略和促销策略完善三个方面进行分析, 并得出相应的发展建议。最后, 总结本文存在的不足, 并为以后的进一步研究提出方向。

1.4 理论基础

通过对中国烟草业的 SWOT 的分析, 结合中国烟草行业现状, 按照理论与实际相结合的方法, 运用营销学的相关理论为支撑, 如品牌策略、国际化经营策略、促销策略等, 分析了中国烟草业的营销策略现状, 在品牌、国际化经营、促销等方面给出了相应的对策建议。

带格式的: 字体: (默认) 黑体, (中文) 黑体, 四号, 加粗

带格式的: 2 级, 缩进: 首行缩进: 0 字符, 段落间距段前: 1 行, 段后: 1 行, 与下段同页

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库