

● 吕忠信 / 主编

ZHONGGUO YANCAO JINGJI YANJIU

中国

烟草
经济

研究

(2001—2003)

【中国科学技术大学出版社】

中国烟草经济研究

(2001~2003)

主 编 吕忠信

副主编 汪世贵 王玉麟

中国科学技术大学出版社

2003·合肥

图书在版编目 (CIP) 数据

中国烟草经济研究:2001~2003 / 吕忠信主编. —合肥: 中国科学技术大学出版社,
2003.8

ISBN 7-312-01602-2

I. 中… II. 吕… III. 烟草工业—工业经济—研究—中国—2001~2003
IV. F426.89

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 054034 号

中国科学技术大学出版社出版发行
(安徽省合肥市金寨路 96 号, 邮政编码: 230026)

中国科学技术大学印刷厂印刷
全国新华书店经销

*

开本: 787×1092 / 16 印张: 18.375 字数: 436 千

2003 年 8 月第 1 版 2003 年 8 月第 1 次印刷

印数: 1—900 册 定价: 39.00 元

目次

加入 WTO 后的中国烟草	吕忠信 (1)
应对入世挑战寻求整合中国烟草产业的途径	吕忠信 (4)
中国烟草财税体制改革研究	吕忠信 汪世贵 李保江 (15)
烟草行业经济运行质量与效益评价考核体系研究	汪世贵 杨小平 李保江 (51)
企业规模与经济绩效	吕忠信 李保江 (62)
关于加强卷烟价格管理的思考	田凤石 王彦权 (71)
国外对禁止烟草广告的不同论点	龚金龙 (76)
调整卷烟消费税率对卷烟工业企业的影响研究	刘嘉陵 (80)
全球烟草产业发展的现状特征及其未来走势	汪世贵 (85)
中国烟草行业发展的背景透析及战略思路	吕忠信 李保江 (92)
对卷烟工业企业结构调整的思考	邓志忠 (101)
加强企业财务管理的若干思考	华问樵 (104)
烟草行业经营管理体制发展特征与趋势研究	陈立鹏 (107)
中国名牌卷烟发展研究	吕忠信 王玉麟 韩彦东 (115)
实施品牌发展战略 提高企业竞争力	胡盛国 孙伟平 (147)
构筑卷烟销售网络应以经济利益为纽带	童朝银 (151)
入世对我国烟草行业影响研究	龚金龙 (156)
烟草企业应对 WTO 两策	程永照 (161)

实施名牌战略是中国烟草业生存与发展的必然选择	麻世强 (166)
科技进步对卷烟工业经济增长的贡献率研究	刘嘉陵 (173)
日本烟草改革与发展模式及其经验研究	汪世贵 (180)
唤起规则和法律意识	吴践志 (189)
国际控烟及加入 WTO 对我国烟草业的影响及对策研究	杜爱民 蒋海岩 (195)
试论烟草企业效益的四种关系	赵 宇 (202)
关于培育卷烟优势品牌与市场营销定位的探讨	王吉斌 (208)
美国电子商务浅析	马 超 (214)
关于烟草行业价格策略问题的几点思考	韩宗强 (218)
卷烟零售网络发展探析	倪亚范 范 宁 董桂林 (224)
烟草行业三年快速增长的原因分析及变动态势	李保江 (230)
谈卷烟企业的诚信经营	陈清棠 (238)
《烟草控制框架公约》对中国烟草业发展影响初探	程永照 苏钟璧 (242)
师夷长技以制夷	李保江 (246)
中国烟草: 2002 年发展报告	刘嘉陵 李保江 (253)
世界烟草: 2002 年发展报告	汪世贵 耿学技 (264)
2002 年帝国烟草公司经营绩效	耿学技 (279)
烟草企业核心竞争力问题探析	吕忠信 (283)

加入 WTO 后的中国烟草

——在中国财经论坛首届年会上的讲话

国家烟草专卖局经济研究所所长 吕忠信

(2002 年 12 月 8 日)

各位领导、各位专家、各位朋友：

大家好！云南是植物王国，在这里生长着色彩斑斓的各种植物。然而，有一种植物最具价值，那就是烟草。烟草，是云南经济的支柱；云南烟草，是中国烟草的脊梁。在玉溪这里，坐落着中国烟草规模最大的企业——玉溪红塔集团；不仅如此，云南还拥有昆明卷烟厂、曲靖卷烟厂、红河卷烟厂等众多中国烟草的骨干企业。中国财经论坛首届年会在云南玉溪举行，作为来自中国烟草业的代表，我感到十分高兴，并预祝首届年会圆满成功。下面我主要围绕加入WTO后的中国烟草问题，谈三点基本的认识。

一、中国烟草在国民经济中的地位和影响

中国是世界上第一烟草大国，现阶段常年吸烟人口达3.1亿之多，年卷烟消费量约为17 000亿支，市场零售总额近3 000亿元。从1982年国家烟草行业实行专卖体制以来，中国烟草累计实现工商税利高达10 000余亿元，相当于同期国家财政收入的9%。如果仅从烟草主体税种来看，自1994年中国实施分税制财政体制开始到2001年，中国烟草累计上交消费税3 566亿元，占同期全国消费税总额的62.0%；上交增值税1 534亿元，占同期全国增值税总额的5.4%。2002年，中国烟草实现工商税利预计将达到1 400亿元，其中各项税收有望接近1 000亿元。可以看出，尽管由于产品的特殊性而一直受到较为严格的政府管制，但在客观的国情条件下，烟草行业对中国社会经济起着举足轻重的作用。特别是对各级政府财政收入而言，它在未来很长一段时期内仍将是支柱性行业之一。另外，就现状而言，中国烟草还为2 000多万种烟农民、1 000多万零售人员和50多万工商企业职工提供就业机会与收入来源；在全面建设小康社会的进程中，中国烟草仍将发挥其重要作用。

二、加入WTO后的中国烟草：形势及问题

加入WTO的中国烟草必须面对以下事实：

(1) 卷烟进口关税约束税率到2003年由加入时的49%降低到25%，烟叶进口关税约束税率到2004年由加入时的28%降低到10%；(2) 取消针对外国卷烟销售的“特种烟草专卖零售许可证”以统一卷烟销售的许可程序要求；(3) 逐步取消卷烟、烟叶的进口配额和禁止随意性贸易限制；(4) 以透明和可预见方式施行进口许可；(5) 逐步放松服

务及投资管制。

多年以来,虽然中国烟草与国际烟草业一直保持着广泛的联系和接触,但从中国烟草发展的整体需要出发,在“统一领导、垂直管理、专卖专营”的烟草专卖制度下,国家对国内烟草市场实行了较为严格的专卖管理,无论是生产投资还是产品销售,外国烟草公司在我国市场上所产生的影响客观上是较小的。譬如,通过正常渠道进口的外国卷烟占全国卷烟销售总量的比重一直都在0.5%以内,中国烟草对国内市场拥有很强的控制力和极高的占有率。可是,加入WTO后,随着卷烟及烟叶进口关税的大幅度降低、“特种烟草专卖零售许可证”的取消以及WTO基本规则在中国的普遍实施等,中国烟草市场将不可避免地遇到来自菲利普·莫里斯公司、英美烟草公司、日本烟草公司、帝国烟草公司等跨国烟草公司日趋激烈的竞争压力和挑战。在2001年,上述四大跨国烟草公司共计销售卷烟23 500亿支,占全球卷烟销售总量的43.5%,而在中国以外的国际卷烟市场上,其所占份额更是高达62.5%。事实表明,当前全球烟草市场已形成了寡头垄断之势。由于几大跨国烟草公司不但在规模实力、品牌影响、市场营销等方面具有比中国烟草企业领先的竞争优势,而且它们大都已经做好了进军中国市场的准备。随着中国经济与WTO规则的日益融合,中外烟草企业在中国烟草市场上的竞争将会逐步升级,甚至可能逐渐成为影响中国烟草市场竞争格局的“主要矛盾”。

面对国内市场即将到来的国际化竞争,中国烟草既拥有一些较为有利的现实基础,同时也存在着一些亟待解决的突出问题。从现实基础来看,主要体现在以下几个方面:其一,中国烟草目前已拥有较为雄厚的经济实力和较为先进的制造能力,能够为其参与国际竞争提供有力支撑:截止2001年末,全国烟草行业的资产总额为4 017.9亿元,所有者权益为1 831.5亿元,平均资产负债率56.7%。同时,由于中国烟草在过去多年实行了较大规模和较高起点的设备引进和技术改造,行业整体的技术装备水平得到了很大的提高,部分重点企业的技术装备目前已达到了国际先进水平。其二,从1994年开始,中国烟草开始进行卷烟销售网络建设,经过八年艰苦努力,目前已在全国范围内形成了较为完整且自成体系的销售网络,有效保障了中国烟草对国内市场维持较强的控制力和较高的占有率。其三,中国烟草已建立了一套以卷烟工业为主的较为完整齐全的产业体系,具备了较高的自我保障能力和自我发展能力。第四,在烤烟型卷烟的研发和生产方面,中国烟草具有较为成熟的技术和经验,“中国型卷烟”一直比较适合大多数国内消费者的口味。立足于上述几方面的现实基础,加入WTO对促进中国烟草发展将产生许多有利影响。一是有利于中国烟草拓展国际市场。我国烟叶、卷烟产量均居世界第一,但在世界烟草贸易中,所占市场份额却非常有限。加入WTO将大大改善我国的国际贸易环境,为中国烟草参与国际市场竞争提供更多、更广泛的机会。中国烟草如果能够充分发挥劳动力成本较低的比较优势,并制造出适销对路的优质卷烟,就有可能不断提高其境外市场份额。二是有利于把企业培育成为真正的市场竞争主体。在“遵守规则、开放市场”、“公平贸易、自由竞争”和“非歧视性贸易”等WTO基本原则的引导下,将促使企业在公平竞争中实现优胜劣汰,最终培育出一批具有市场竞争主体地位、能在国内国际“两个市场”上与跨国烟草公司同台竞争的优势企业。三是有利于中国烟草改进企业管理和加强技术进步。迫于国际竞争的压力,中国烟草将会努力吸收先进适用技术,改进企业管理,提高产品内在品质和科技含量,降低生产成本,提高生产效率。四是有利于加快中国烟草

管理体制和企业经营机制转换的步伐。加入WTO后,可以借鉴国外管理和规范市场体系的成功经验,加快制度性改革,不断完善专卖体制下的市场竞争机制,从而为中国烟草的整体发展奠定良好的基础。

不过,尽管中国烟草拥有上述一些现实基础和有利条件,然而,实际来看,中国烟草现阶段客观上也存在着一些不适应国内市场国际化竞争的突出问题。例如,目前中国卷烟工业企业集中度低、布局分散、竞争无序等问题还较为突出;烟草市场的地区封锁和分割现象还严重存在,那些以外地市场为主要依托的大企业和大品牌难以持续扩张,部分优势企业和名牌产品近年来出现了较为明显的“强者趋弱”现象等。

面对新形势,中国烟草如何才能更好地巩固现有基础,发挥比较优势,扬长避短、趋利避害,从而更好地为国民经济发展多做贡献,这是必须进行深入思考的大问题。

三、适应加入WTO的形势需要,针对特殊行业的财政及税收政策应做相应调整

由于烟草产品的特殊性,国家对其施行了“寓禁于征”的重税政策,仅以卷烟为例,各项税收占卷烟生产企业销售价格的比重目前高达55%左右。对烟草征收重税是合理而必要的,但在中国的分税制财政体制下,现行烟草税制设计及与之相关的财政分配方式,对中国烟草的整体发展却有着较为严重的制约和影响。其一,高额烟草税收主要以消费税的形式来体现,虽然消费税是中央税种,但在“基数固定、增长分成”的中央——地方财政分配模式中,它事实上与地方收入高度相关;其结果不但诱致地方政府对烟草企业进行广泛的行政干预,而且使得全国烟草市场的地方保护主义难以从根本上消除,这制约了烟草企业实施真正意义的跨地区兼并与重组,影响了全国烟草资源的优化配置。其二,卷烟消费税完全在生产环节交纳,各地卷烟生产量成了决定地方可支配财力的重要因素;而卷烟生产量又受到严格的国家计划管理,这客观上按初始状态固化了各地的卷烟生产格局,使卷烟生产指标的多少演变成了既得财政利益的多少,阻碍了优势卷烟企业和名优卷烟品牌的持续扩张。消费税进入地方财政基数和完全在生产环节交纳所导致的负面影响虽然在其他一些行业也不同程度的存在,但由于烟草税收对各级政府财政具有举足轻重的影响,必然导致各地为了保护本地利益而我行我素,因此,它在烟草行业所表现出来的负面效应却是其他行业所远远不及的。虽然现行财税体制在烟草产业的发展中,特别是在充分调动地方政府发展烟草的积极性方面起到了一定的促进作用,但是,由于烟草行业所面临的环境和任务已经发生了变化,现行财税体制对烟草产业健康发展的制约作用已日渐凸显。

适应加入WTO后的竞争需要,改革现行烟草税制设计和相关的财政分配方式将是一种较为理智的选择。从现实的国情出发,我认为,烟草财税体制的调节作用应从“化解内部矛盾、平衡利益分配”转移到“增强整合能力、共同抗拒风险”上来,并致力于打破地区封锁和市场分割、推动行业整体的布局优化和结构调整、促进优势企业和名牌产品的持续扩张而营造良好的宏观环境和提供有力的政策支持。

“长风破浪会有时,直挂云帆济沧海”。有理由相信,加入WTO后的中国烟草在国家宏观政策的有效引导下,必定能够扬帆远航!

应对入世挑战

寻求整合中国烟草产业的途径

国家烟草专卖局经济研究所 吕忠信

(2002年5月)

中国加入了世界贸易组织，中国烟草必将面临国内市场国际化趋势。如何整合中国烟草产业，增强整体抗风险的能力，使其走向应然发展之路，该是思考的大问题。

一、加入WTO对中国烟草业的影响与机遇

(一) 入世对中国烟草相关规定和承诺

1. 逐步降低关税和放松配额管制方面

卷烟：现约束税率为49%，承诺2003年降至25%；烟叶：现约束税率为28%，2004年降至10%并于加入的当年取消进口烟叶的配额限制；二醋酸纤维丝束：现约束税率为9%，2004年降至3%；卷烟纸：现约束税率为32.5%，2005年降至7.5%；烟草专用机械：现约束税率为10.4%，2004年降至5%并在两年后取消特定招标方式；烟草检测仪器：现约束税率为12%，2003年降至0%；卷接包设备零配件：现约束税率为12%，逐步降至10%。

2. 法律、法规及行政要求方面

一是中国承诺所有法律、法规和规章及其他行政要求全面遵守在产国产品和进口产品之间实行非歧视性原则。

二是中国承诺在国家及国家下一级采取措施，修改和废除不适应WTO运作要求的法律、法规、规章及其他抽象行政行为，以适应于国内销售、运输、分销、售后服务的需要，符合GATT国民待遇（中国入世承诺的同等国民待遇内涵：一是对所有产品的生产、销售及其为生产所采购的原料，一律实行国民待遇；二是在生产设施和生产要素的可得性方面，一律实行国民待遇）。

3. 许可程序要求方面

承诺了“统一香烟许可程序要求，从而一个许可证即可销售所有香烟，而不分原产国，并取消关于进口产品销售点的任何其他限制，如中国烟草总公司设置的限制，对于香烟，中国可使用两年过渡期，以完全统一许可要求，自加入时，在两年过渡期内，销售进口香烟的零售点数量将在中国整个领土内有实质性增加”。

4. 其他方面

不把烟草业作为例外行业对待的，还有以下几项：一是逐步取消配额和禁止随意性贸易限制；二是减少并限定政府的价格补贴；三是以透明和可预见方式实行进口许可；四是逐步放松服务及投资管制。

对WTO实质性认识：

WTO的目的是实现贸易自由化,因此必须拆除贸易壁垒和解除贸易歧视;

WTO的竞争主体是企业,市场竞争与政府无关;

WTO的义务主体是政府,全部法律责任由政府承担;

WTO的核心原则是非歧视原则和同等国民待遇原则;

WTO的贡献方式是给所有成员国法律一致化;

WTO给中国带来的利益,只是得到了市场准入条件和市场竞争条件的改善;

“遵守规则,开放市场”是我们适应WTO的先决条件。

(二) 入世对烟草专卖品市场的影响

中国是世界上烟草产销大国,年卷烟、烟叶的产销量分别占世界总量的三分之一左右。加入WTO后,由于受关税减让和非关税壁垒逐步取消的影响,受WTO《农产品协议》及一般商品贸易规则的规范和约束,加之受到“统一香烟许可程序要求”的规制,中国烟草业将受到一定程度的冲击和影响。

一是卷烟市场:这主要是受关税降低和“统一香烟许可程序要求”的影响。中、高档外烟在价格和成本上可能逐步取得竞争优势,“特种零售证”与“零售证”的并轨,预示着千家万户的卷烟零售商可以摆卖外烟。中国烟草国内垄断性的市场份额面临挑战。

二是烟叶市场:按农产品平均关税下调幅度来测算,中国进口的高档烟叶每吨销售价大约要降低1万元左右,下降幅度达15%左右。中国生产的上等烟叶在价格上的比较优势将逐渐消失,而中下等烟叶,虽然在短期内能保持一定的价格优势,但从长期趋势看,其价格的比较优势也将逐渐降低。

三是烟草机械市场:随着卷接包主机以及零配件进口关税的降低和非关税措施的逐步取消,烟草机械的需求与国内产品有效供给的矛盾将进一步突出,烟机进口的有序控制难度加大,我国烟机制造工业将面临着严峻考验。

四是卷烟纸市场:进口高档卷烟纸的销售价格,将由现在的3.4~3.7万元/吨降至2.7~2.9万元/吨,接近于国内一些卷烟纸生产企业目前的价格水平。但国产卷烟纸特别是高档卷烟纸在质量及技术方面与进口卷烟纸相比还存在一定差距,入世后进口卷烟纸将会进一步挤占和争夺国内高档卷烟纸的市场份额,对国产卷烟纸企业产生一定的冲击。

五是烟用丝束市场:入世后随着烟用二醋酸纤维丝束关税税率的降低,目前进口醋纤丝束的销售价格为3.75万元/吨,关税下调后进口醋纤丝束的销售价格可能降到3.42万元/吨左右,与目前南纤产醋纤丝束的销售价格持平,比昆纤、珠纤销售价格每吨低1000元左右。因此,国产醋纤丝束与进口醋纤丝束之间将面临价格竞争。

(三) 入世对烟草管理体制的影响

一是烟草专卖行政主管部门管理企业的方式需要进一步规范。加入WTO后,中国面对“遵守规则、开放市场”的承诺,作为烟草行业的主管部门,应严格依据《烟草专卖法》及其《烟草专卖法实施条例》赋予的权限,进行行政管理和行业管理。既不能超越权限而我行我素,也不能不履行职责而妥协。该作为的,应积极作为,不能延误行业的发展时机;不该作为的,不可作为,不能侵犯企业的自主经营权。

二是行业经营管理和企业经营机制需要进一步改革。中国加入WTO后,对烟草行业而言,WTO有关协定、双边及多边协议与《烟草专卖法》并行,我国烟草行业的各种规

定及办法都要与之相适应。但目前我国烟草行业在财税、计划、投资、进出口控制等方面的一些具体的规定和管理办法行政干预色彩较重,与WTO规则要求有较大差距。WTO所有规则的建立几乎都是以企业作为自由贸易主体为前提的,政府对企业的行政干预是要受到限制和约束的。有鉴于此,入世后必须对行业管理方式及管理方法进行相应调整。

三是行政管理体制和经济运行机制需要进一步创新。“统一领导、垂直管理、专卖专营”的国家烟草专卖制度是我国烟草行业实现持续、稳定、健康发展的重要保证。但也要看到,在具体的实践过程中,现阶段我国烟草专卖体制既没有达到“国家专卖”的本质要求,也没有充分发挥市场机制的作用。地区封锁现象严重,全国烟草还未形成统一有序的大市场,这些与WTO贸易自由化的原则存在较大反差。因此,中国加入WTO后,现行烟草体制需要进一步改革,主要取向应是进一步引入和完善市场竞争机制,逐步建立起适应市场经济要求的烟草市场体系。

(四) 入世给中国烟草提供的发展机遇

一是有利于中国烟草业拓展国际市场。我国卷烟、烟叶产量均居世界第一位,但目前在国际烟草贸易中所占市场份额却很小。加入WTO后,根据有关最惠国待遇和国民待遇的原则,中国烟草产品在135个缔约方享受多边的、无条件的、稳定的、长期的最惠国待遇,将大大改善中国烟草贸易的国际环境,为中国烟草业参与国际市场竞争提供更多、更广泛的机会,由于劳动力价格低廉等因素,只要中国烟草企业能以低廉的生产成本制造出较好的产品,就能以较强的成本优势参与国际市场竞争。

二是有利于统一开放、竞争有序大市场的形成。中国面对“遵守规则,开放市场”、“公平贸易,自由竞争”和“非歧视性贸易原则”,将促使其首先拆除国内市场的区域壁垒,建立起大流通的市场体系,在公平竞争中实现优胜劣汰,最终培育出一批能在国内、国际市场上同跨国烟草公司展开竞争的优势企业。

三是有利于中国烟草企业改进管理和加速技术进步。迫于国际竞争的压力,中国烟草企业将会尽可能地吸收先进适用的技术,改进企业管理,加强科学技术研究,提高产品质量和产品科技含量。随着烟叶、二醋酸纤维丝束、卷烟盘纸、烟草机械及科研检测仪器等进口关税的降低,卷烟生产成本将会得以降低,企业技术改造和装备水平也会得到加强和提高。

四是有利于加快中国烟草管理体制和企业经营机制转换的步伐。可以借鉴国外管理和规范市场体系的经验,加快制度性改革。

五是有利于中国烟草企业真正成为市场竞争主体。WTO市场规则的制定都是把企业作为独立的市场主体为前提的,界定了企业在市场竞争中合法主体的地位,为企业直接参与市场竞争提供了广阔的战场。

二、中国烟草业现状难以适应整体竞争需要

中国烟草业长期以来一直是基于封闭性的国内市场生存和发展的。如1995~2000年,中国卷烟的出口量占其生产总量的比重为1.36%,进口量占其市场销售总量仅为0.5%。在全球卷烟市场上,虽然同期中国卷烟产销总量占全球卷烟产销总量的比重为30.9%,但其进出口量占全球卷烟进出口总量的比重仅为2.9%。可以看出,尽管中国国内卷烟市场规模庞大,但其对外贸易依存度相当低下,中国烟草企业参与全球性竞争的能力和水平也

十分欠缺。

然而,在中国烟草欠缺国际市场竞争能力的情况下,其国内市场由于各自利益的原因,正无序竞争。

中国烟草业虽是实行“统一领导、垂直管理、专卖专营”的管理体制,但现实状况却是“地方专卖、市场分割、各成一体”。

(一) 从内部管理层面上看

在内部管理体制上,虽然从1985年以后初步形成了产供销、人财物、内外贸集中统一管理体制,在卷烟的生产流通领域虽然采取了统一组织指挥,在税后的专营利润分配等方面虽然也采取了集中使用的模式,但是行业上下仍然是一种行政管理关系,未形成资产管理关系。国家烟草专卖行政主管部门对下属企业的管理主要是行政管理关系,生产经营指挥也是行政指挥。2 000多家工商企业都是独立经济实体,当烟草业的“公共政策”对己有利时,则信口赞成;不利时,则不予理会;受到约束时,则抬出“地方利益”挡箭牌。

(二) 从利益主体与行政管理主体的矛盾上看

国家对烟草实行专卖的本意是“满足人民消费、增加国家财政积累”。然而,在实践中由于国家对烟草的财税体制未作特殊调整,与其他行业的纳税方式、纳税渠道同样对待,使得“国家烟草专卖管理”与“烟草财税地方所得”形成了一对矛盾。即:作为国家烟草专卖行政主管部门拟通过“统一领导、垂直管理、专卖专营”来实现烟草利益的最大化和行政管理的一体化;而作为烟草财税收入既得利益者的各地方政府,却各自从本地利益出发,“自扫门前雪,不管他人瓦上霜”。

(三) 从市场状况上看

烟草业的国家垄断经营实际上已演变为地方垄断专营,地方保护主义造成严重的市场分割。有的规定必须先卖地产烟;有的对外地烟设置市场障碍;有的搞关系销售;还有的利用市场搞“寻租”。

(四) 从烟草生产的地区结构、企业结构及产品结构上看

据统计,全国有27个省(区、市)种植烟叶,除西藏、青海外都建有自己的烟厂,烟草生产的地区结构相似率高达90%以上。目前,全国共有大小烟厂146家(含虽然取消了法人资格但仍开门生产的烟厂)。年产量在60万箱以上的有11家,其市场份额为34%;30~60万箱的有27家,市场份额为33.1%;10~30万箱的有45家,市场份额为25.6%;10万箱以下的有63家,市场份额为7.3%。目前全国卷烟市场上共有1 181个卷烟牌号在流通,平均每个牌号的规模为2.84万箱。无论从烟草生产的地区结构,还是企业结构以及产品结构上看,中国烟草都是较为分散的,这与世界烟草的整体格局形成了强烈的反差。

(五) 从烟草专卖地方立法的趋势上看

目前,全国大约有近一半的省(区、市)实施了烟草专卖地方立法。或以省政府的名义发布规章;或以省人大的名义颁布地方法规。既有贯彻落实《烟草专卖法》及其《烟草专卖法实施条例》的一面,又有保护地方、封锁市场的一面,为烟草地方专卖设置合法性依据。

总之，我国烟草产业缺乏实现整体合力的基础。如果不主动寻求内部管理体制的调整、不重整国家烟草专卖的威严、不及时通过优胜劣汰机制使优势企业发展壮大、不及时调整财税政策消除地区封锁和市场分割的影响，则我国烟草产业在加入WTO后的强冲击之下，将难以抵挡，必将给国家的财政收入带来重大的损失。

三、全球烟草市场竞争结构

（一）全球卷烟生产及进出口

2001年全球有132个国家和地区生产卷烟。卷烟生产总量为11 167万箱（1箱=5万支，下同）。其中主要生产国有：中国：3 339万箱、美国：1 190万箱、日本：550万箱、俄罗斯：545万箱、德国：425万箱、英国：300万箱、印度尼西亚：496万箱、荷兰：257万箱、巴西：265万箱、土耳其：239万箱、印度：230万箱、韩国：210万箱、波兰：195万箱、西班牙：158万箱、菲律宾：136万箱、埃及：135万箱、乌克兰：122万箱、巴基斯坦：105万箱、意大利：100万箱、加拿大：100万箱。

目前，全球卷烟出口量约为2 000万箱，主要出口国是：美国、英国、德国、荷兰、巴西；进口量最大的国家是：日本、俄罗斯、法国、意大利、沙特阿拉伯、乌克兰。

（二）当前四大跨国烟草公司产销量及市场份额

菲利浦·莫瑞斯公司：2001年卷烟产销总量为1 800万箱，占全球市场份额的17%；英美烟草公司：2001年卷烟产销总量为1 650万箱，占全球市场份额的15.3%；日本烟草公司：2001年卷烟产销总量为900万箱，占全球市场份额的8.3%；帝国烟草公司：加上收购后的利是美烟草公司，目前产销总量大约359万箱，占全球市场份额的3.3%。

以上四大跨国烟草公司的卷烟总产销量为4 709万箱，占全球市场份额的44%。再加上雷诺士烟草公司的193万箱和加莱赫烟草公司的近100万箱，国际几大烟草公司占全球市场的份额近50%。

然而，这些跨国烟草公司的产品在母公司所在国的销售量是很有限的：菲利浦·莫瑞斯公司在美国销售量只占其全球销售总量的24%；英美烟草公司在英国的销售量只占其全球销售总量的1%；日本烟草公司在日本的销售量占其全球销售总量的50%；帝国烟草公司加利是美烟草公司在英国的销售量只占其全球销售总量的14%。

以上数据表明：跨国烟草公司的产品绝大部分销售到国际市场上，每家跨国烟草公司都有充足的量去集中抢占某一区域市场（包括中国卷烟市场）。

由于俄罗斯、日本、法国等卷烟进口大国的进口量已近饱和状态，全球几大跨国烟草公司要想进一步扩张，必然将目标瞄准中国市场，这将是它们追求扩张和发展的第一选择。现在，几大跨国烟草公司均针对中国烟草市场特点，研究发展战略及营销策略，开发适合中国消费者口味的卷烟。一旦条件成熟，各大跨国烟草公司必将“扬鞭策马、逐鹿中原”。

（三）全球烟草业20世纪90年代以来参股、控股、收购、兼并事件

1991年，德国利是美公司收购斯洛文尼亚Ljubljana烟草公司；菲利浦·莫里斯公司收购匈牙利Eger卷烟厂大部分控股权。

1992年，菲利浦·莫里斯公司控股捷克最大的卷烟厂；英美烟草公司在烟草业不断

崛起的东欧市场实施了公司的第一次收购行动,收购了当时匈牙利最大的Pecsi卷烟厂。

1993年,飞利浦·莫里斯公司出资分别控股俄罗斯的Krasnodar卷烟厂、立陶宛的Klaipeda烟草公司及哈萨克斯坦的Almaty烟草公司;利是美公司收购斯洛伐克国际烟草公司;美国Seita公司与日本烟草公司签订协议,共同开发Gitanes牌卷烟。

1994年,飞利浦·莫里斯公司出资控股乌克兰的Charkov卷烟厂;利是美公司出资收购乌克兰Cherkassy卷烟厂和Kiev卷烟厂大部分的股权。

1996年,乐富门公司收购瑞士F.J.Burrus卷烟厂;飞利浦·莫里斯公司出资参股波兰最大的烟草公司——Zakłady Przemysłu Tytoniowego Krakowie烟草公司。

1997年,飞利浦·莫里斯公司参股葡萄牙烟草工业公司;英美烟草公司回购墨西哥现代烟草工业公司。英美烟草公司在20世纪80年代中期以前曾占有该公司大部分的股权,但在80年代中期以后墨西哥工业集团公司收购了该公司绝大部分的股权;8月,飞利浦·莫里斯公司把它在墨西哥Cigatam公司的股份由原来的29%增加到50%;12月,土耳其国有的Tekel烟草公司把政府所持有的Akhisar卷烟厂的股权出售给了英美烟草公司,另外也把该国两个最畅销的外香型卷烟牌号的生产和销售权出售给了英美烟草公司。

1998年,英美烟草公司收购乐富门公司;帝国烟草公司收购荷兰的自卷烟集团公司——Douwe Egberts Van Nelle公司;德国利是美公司出资收购俄罗斯Volograd卷烟厂大部分的股权,同年,德国的烟草制造商们在吉尔吉斯斯坦和哈萨克斯坦建立卷烟厂。

1999年,帝国烟草公司收购英美烟草公司在新西兰和澳大利亚的卷烟厂;日本烟草公司出资收购雷诺士公司的海外业务;利是美公司出资占有柬埔寨Paradise烟草公司大部分的股权;英美烟草公司出资741万英镑收购了克罗地亚Tvomica Duhana Zadar烟草公司80.5%的股权;奥地利烟草公司收购瑞士火柴公司卷烟业务,从而使其占有瑞士卷烟市场45%的市场份额。

2000年,帝国烟草公司收购比利时最大的自卷烟制造公司——Baelen集团公司;加莱赫公司从Brooke公司收购了Liggctt-Ducar卷烟厂,该厂是俄罗斯卷烟市场最大的供应商,2000年其卷烟产品占有俄罗斯卷烟市场17%的市场份额;10月,阿塔迪斯公司出资收购韩国KITCO公司大部分的股权,一并收购了其Omar Sharif牌卷烟。

2001年5月,帝国烟草公司出资收购了法国Bollere烟草公司75%的股权;6月,加莱赫公司出资收购奥地利烟草公司;8月,越南政府同意英美烟草公司投资4000万美元与越南烟草公司合资在越南建立一家烟草企业;11月,加莱赫公司控股(占有99.23%的股权)德国利是美公司在乌克兰的Reentsna-Cherkassy Tyutyunova卷烟厂;12月,雷诺公司收购Santa Fe Natural烟草公司;同年,英美烟草公司先发制人,出资把其原来占有卢旺达国有烟草公司的股份由原来的47%提高到70%,从而使得卢旺达国家发展银行只占有该公司其余30%的股权,英美烟草公司控股该国的烟草业。

2002年3月,帝国烟草公司宣布它将出资52.21亿欧元收购德国利是美公司90%的股权,从而控股该公司。

从以上大并购事件可以看出,跨国烟草公司不错过任何一个发展的机遇。不断改革、不断整合是它们寻求发展的源动力。

然而回过头来看一下我们中国烟草业实施的“兼并与重组”,原来重组的十几个地区性烟草集团,如今已所剩无几。它们在享受完国家对“集团”优惠政策之后,纷纷分

道扬镳。现在虽然还支撑着的烟草集团有的貌合神离，有的我行我素，还有的拉郎配，基本形不成合力。不但如此，还有些地方采取“以强背弱”、“以大背小”的方式进行企业组织结构调整，以此来回避关闭小烟厂政策的实施，这与国际烟草的并购形成了鲜明的对照。

四、对中国烟草产业整合的初步思考

如何整合中国烟草产业，就目前来看，一是以改革烟草财税体制的办法整合，从而达到烟草专卖体制与烟草财税体制取向一致。二是在烟草财税体制难以改变的情况下，应采取“积极的专卖政策”，主动求变；应抓住大企业、大市场、大品牌的关键，主动求实；应抓住烟草计划管理体制与市场经济体制的不一致性，主动求新；应培育大中型骨干企业成为市场竞争主体，主动求进。也不失为整合中国烟草产业的一种有效途径。

（一）采取积极的专卖政策，主动求变

烟草是高税产品，国家实行“寓禁于征”的政策。控制“寓禁于征”政策最得力的国家部门应是中央财政部门，这是日本等国在实践中的做法。在日本，国家责成大藏省对日本烟草实行绝对权威性管理。日本大藏省代表政府一直保持日本烟草产业株式会社の已发行股票总数二分之一以上的股票，实际控股三分之二。日本烟草公司选任或解任董事、监事、变更章程、利润分配、合并解散、制定年度计划以及经营烟草事业以外的任何其他事业都必须经过大藏大臣的批准，方可生效；大藏省认为有必要时，可以向日本烟草公司做出与业务有关的行政命令；大藏省对烟草的批发价实行管制，实行全国统一价；另外大藏省还审批卷烟零售许可证和审批卷烟进口许可。

我国似可效仿日本烟草这一管理体制。

世界上既有对烟草实行专卖的国家，也有无专卖制度、但实行严格管理的国家，还有先实行专卖后取消专卖的国家，无定式。其实，中国、美国、日本是这3种形式的国家代表。

中国是实行烟草专卖的国家，现在有《烟草专卖法》及《烟草专卖法实施条例》作为国家专卖的基石，在烟草的产供销、人财物、内外贸等方面实行专卖管理，但由于利益关系，使得这种国家专卖被分割。

美国是属于无专卖制度、但实行严格管理的国家。其实目前多数国家都属于此类。美国以《烟草检疫法》的形式规定了烟草市场严格的贸易秩序。1986年7月2日通过的《烟草专营法》，旨在使美国烟草业重视其在世界市场的主导地位。美国采用合理的烟草税收政策，保持烟草业的健康发展。它的税收分配关系为：联邦政府对卷烟制造商征收联邦政府消费税；州政府对卷烟批发商征收州政府消费税；地方政府向批发商征收地方政府消费税。其中：联邦政府占38%，州政府占54%、地方政府占8%。

日本是属于先实行专卖制度，后取消专卖制度的国家，日本曾是世界上实行烟草专卖最早的国家之一。1904年，日本正式施行《烟草专卖法》，同时设立烟草专卖机构。根据法律规定，政府对烟叶种植、卷烟生产均实行完全的专卖垄断（就像中国现在的形式一样）。1949年，日本颁布了《日本专卖公社法》，专卖公社在大藏省的管理下对全国的烟叶种植、卷烟生产、产品销售及全行业的人、财、物等实行高度集中统一管理。这种情况一直延续到1985年。1985年以后，随着经济形式的变化，特别是基于美国的压

力,日本开放了国内卷烟市场,促使日本改变了原来对国外产品采取的进口限制政策。于是,废除了《烟草专卖法》和《日本专卖公社法》,正式施行《烟草事业法》和《烟草产业株式会社法》,日本烟草专卖公社改组为日本烟草产业株式会社。但是,日本取消了烟草专卖并不等于放松了管理。如日本《烟草事业法》规定,日本的卷烟制造业为日本烟草产业株式会社独占等。

以上3种国家管理形式说明:烟草专卖并不是一成不变的,有多种形式可供选择,当一种形式难以控制并走向其本意要求相反方向时,有选择另一种形式予以变革的必要。

针对中国烟草专卖的现实,“统一领导、垂直管理、专卖专营”与财税分税制发生矛盾,地方利益占据上风的客观现实,主动求变不失为上策。

一是可借《烟草专卖法》条款内容需要作调整(刑法条款的引用发生变化,行政复议、行政诉讼条款引用发生变化,投机倒把、倒买倒卖罪名的引用发生变化等)之机,面对现实状况,界定新形式下国家烟草专卖行政管理权力和行业管理权力以及职责范围。

这将会有利于国家专卖本意的实现,有利于中国烟草企业的健康发展,有利于参与国际竞争,有利于打破地区封锁。

二是积极推进组建中国烟草集团公司。这是实行现代企业制度和实施法人治理结构的需要。新经济形式下,过去那种以空对空式的行政要求和产权不明式的行业管理行为,以及不配套的管理体制,实属事倍功半。组建集团可以首先将骨干企业整合一体,实行生产经营一体化。其财税利益分配关系由财政主管部门与地方政府之间作特殊调整。如果国家财政部门能作为烟草专卖行政部门的主管部门,则以上问题均会得到有效解决。不但如此,烟草业的发展方向、发展战略等均可得到合理支持,从而使中国烟草业的整合有坚实的基础。

(二) 抓住大企业、大市场、大品牌的关键,主动求实

扶植大企业,就是要加快企业组织结构调整步伐,为重点企业的发展壮大创造有利环境,鼓励和支持工业企业间的联合、兼并和重组,推进这些企业作大作强;构建大市场就是要建立和形成全国统一、公平竞争、规范有序的大市场,坚决反对和纠正各种形式的地区封锁行为,积极推进专卖体制下适应市场经济发展要求的烟草市场体系建设,努力提高烟草行业参与国际市场竞争的整体实力;培育大品牌,就是要加大产品结构调整力度,压缩、精减牌号,培育一批有一定规模数量、有较高技术含量、有较强市场竞争力、深受消费者欢迎的名优卷烟。

只要真正抓好并培育好大企业、大市场、大品牌,中国烟草才会有健康的发展前景。

另外,我认为在培育大企业、大市场、大品牌的过程中,如何建立与卷烟零售商户形成利益共同体方面,应下功夫,寻求合理的利益分配。比如:目前卷烟销售中实行的“三线互控”、“访送分离”式销售方式,应考虑如何使零售商户有较固定的零售收入,而不应采取简单的推送式服务方式。不然,久而久之,零售商户就会厌倦这种服务。如果能将批发、零售环节的利润有一个合理的分配,则会“一荣俱荣、一损俱损”。

入世后,随着关税减让和经过两年过渡期后取消特种烟草专卖零售许可证,外烟将会逐渐进入国内市场。我们急需与零售户建立起更加紧密的关系,成为利益共同体。只有这样,实现大企业、大市场、大品牌才会有坚实的基础。

另外,构建独立运营的卷烟销售网络模式也是培育大企业、大市场、大品牌的要素。

可尝试卷烟销售网络联网销售，由总公司统一经营管理，各省级烟草公司参股，向所有卷烟生产企业开放，促进同业竞争，在制度上保证竞争的公平。这将有利于排除地方干预，对“分灶吃饭”式的财政体制进行冲击，你搞“分灶吃饭”，我办“公共食堂”。从卷烟网络的公共使用上扯开“分灶吃饭”的口子，使卷烟销售走向良性轨道。

（三）抓住烟草计划管理体制与市场经济体制的不一致性，主动求新

在卷烟计划管理体制方面，现行的体制已不适应市场经济体制的要求。为了保证“做大做强”优势企业，适应加入WTO后整体竞争的需要，必须对卷烟计划管理体制进行改革。可在全中国卷烟总量计划不变的前提下，每年按一定的比例减少分配给各省、区、市的指标。同时，国家计划部门把缩减下来的指标下达给行业主管部门，由行业主管部门根据产业发展的整体规划和各卷烟工业企业的经济绩效水平再把这部分指标直接下达给企业。计划指标是国家对烟草行业实现宏观调控的主要手段，但过去那种刚性的分配办法无助于国家宏观调控目标的实现，相反却日益固化了各地的既得利益和阻碍了烟草资源的有效配置。实行上述的计划指标管理体制改革的最大好处就是降低了优势企业的正常扩张受刚性计划指标的束缚程度，从而有利于那些支撑中国烟草发展的优势大企业能够真正强大起来，有效增强中国烟草企业参与国际竞争的实力。

（四）培育大中型骨干企业成为市场竞争主体，主动求进

应按法律和规则办事，尽量放手让企业进行正常的市场竞争，努力把企业培育为真正的市场竞争主体。严格地说，中国卷烟工业企业并不是一个完整的市场竞争主体，主要表现就是其产品销售权不完全到位，其销售对象主要是烟草公司而并不是消费者。在这种体制背景下，一方面他们难于突破地区封锁的限制，另一方面也难以积累真正面向消费者的市场营销经验，而这两方面都严重制约着其市场竞争力的提高。可考虑“名优卷烟特许销售制”，可确定一定数量的卷烟牌号，特许其生产厂家进行跨省直接销售。既可以打破地区封锁，也可以改变商业企业没有竞争压力的局面。

五、改革烟草财税体制是整合中国烟草的关键

目前，中国烟草业所面临的种种问题，归根结底与我国现行不合理的烟草财税体制密切相关。在现行的分税体制下，高额烟草税收不但是维持地方政府财政收入基数的重要保证，而且也直接影响中央对其返还数量的多少；再加之烟草税收主要在生产环节缴纳，本来应该上缴中央财政的烟草主体税种（消费税和75%的增值税）很难真正到位。在这种背景下，国家对烟草课征的高额税反倒成了地方财政的主要来源。

一是尽管卷烟消费税是中央税（其实是名义上的中央税），但它关系到中央与地方收入返还基数的确定，对地方政府而言，烟草消费税在很大程度上决定其是否能完成“两税”基数，以保证税收返还，而且消费税也直接影响中央对地方的税收返还增量的多少（因为超过基数部分按1:0.3返还），因此，卷烟消费税对地方财政收入的影响十分重大。

二是增值税是中央和地方的共享税，地方财政可以从烟草行业创造的增值税中得到25%，而且与消费税一样，烟草增值税也关系到地方政府的税收返还基数能否完成，以及地方从增量部分的分成。由于烟草是价高税重的产品，增值额较多，创造的增值税也相当可观，因此烟草增值税对地方财政收入的影响也很大。

三是对烟草征收的农业特产税是全部属于地方财政的地方税，而且适用税率是最高