

# 新形势下烟酒市场区域差异比较研究

杨帆 李新娟 \*

河南理工大学 河南省焦作市 454000

**摘 要:** 在经济全球化和国内经济结构不断调整的新形势下, 烟酒市场作为传统消费领域, 正经历着深刻的变革。不同地区的烟酒市场受到地理环境、经济发展水平、文化习俗等多种因素的综合影响, 呈现出显著的区域差异。深入研究这些差异, 对于烟酒企业精准定位市场、制定差异化营销策略, 以及政府部门实施科学有效的市场监管具有重要意义。本论文旨在系统地比较新形势下我国烟酒市场的区域差异, 挖掘背后的影响因素, 为相关主体提供有价值的参考依据。

**关键词:** 新形势; 烟酒市场; 区域差异; 比较研究

## 引言

在社会经济快速变迁的新形势下, 烟酒市场呈现出复杂且多元的发展态势。作为传统消费品, 烟酒在不同区域的市场表现存在着显著差异。这种差异不仅反映了各地区消费者行为和需求的多样性, 也与当地的经济、文化、政策环境等因素密切相关。研究新形势下烟酒市场的区域差异, 对于深入了解市场动态、把握消费趋势具有重要意义。通过剖析不同区域烟酒市场的特点和规律, 能够为企业制定精准的市场策略、政府实施有效的市场监管提供有力依据, 从而推动烟酒市场的健康有序发展。

### 1. 新形势下烟酒市场概述

#### 1.1 市场发展背景

当前经济、政策、社会文化等新形势对烟酒市场产生了深远影响。在经济层面, 随着经济的发展, 居民收入水平提高, 消费升级趋势明显。消费者不再满足于低品质的烟酒产品, 对中高端烟酒的需求日益增长。一些知名烟酒品牌推出的限量版、定制版产品受到消费者的青睐, 这反映出消费者对个性化、高品质烟酒的追求。

社会文化方面, 健康意识的提升是一个重要因素。消费者越来越关注健康问题, 对烟酒的危害有了更深刻的认识。这使得部分消费者减少了烟酒的消费量, 同时也促使烟酒企业加大研发力度, 推出低焦油、低危害的产品。社交文化的变化也影响着烟酒市场。在一些社交场合, 烟酒的消费形式和频率发生了改变, 更加注重品质和文化内涵。

#### 1.2 市场规模现状

全国烟酒市场总体规模庞大, 呈现出一定的增长趋势。

近年来, 随着消费升级和市场需求的变化, 烟酒市场规模持续扩大。从销售额来看, 高端烟酒产品的销售额增长明显, 成为市场增长的重要动力。一些知名白酒品牌的销售额不断创新高, 市场份额也在逐步扩大。

市场变化方面, 线上销售渠道的崛起是一个显著特征。随着互联网技术的发展, 越来越多的消费者选择通过线上平台购买烟酒产品。线上销售不仅提供了便捷的购物方式, 还能提供更多的产品选择和优惠活动。消费者对烟酒产品的品质和品牌的关注度也在不断提高, 市场竞争更加激烈, 一些小型烟酒企业面临着较大的生存压力。

#### 1.3 市场重要性体现

烟酒市场在国民经济中占据重要地位。烟酒行业是国家税收的重要来源之一, 为国家财政收入做出了重要贡献。每年烟酒行业缴纳的税收数额巨大, 对保障国家的财政支出和公共服务起到了关键作用。在就业方面, 烟酒市场也创造了大量的就业机会。从烟酒的生产、销售到物流配送等环节, 都需要大量的劳动力。这不仅解决了一部分人的就业问题, 还带动了相关产业的发展。烟酒市场的发展也促进了地方经济的繁荣, 一些烟酒产业发达的地区, 其经济发展水平相对较高。

### 2. 烟酒市场区域差异表现

#### 2.1 消费偏好差异

不同区域消费者对烟酒品牌、品类、档次的偏好特点显著不同。在白酒消费上, 某些地区偏爱高度白酒。比如在北方部分地区, 消费者更倾向于度数较高的白酒, 高度白酒口感浓烈, 符合当地豪爽的饮酒文化。他们对本地知名高度

白酒品牌忠诚度较高,这类品牌在当地市场占据较大份额。而在南方一些地区,消费者可能更偏好低度白酒,低度白酒口感相对柔和,更适合当地消费者的口味习惯。

在香烟消费方面,某些地区更青睐特定品牌香烟。比如在云南,本地的云烟品牌广受欢迎,云烟以其独特的烟草香味和较高的品质,在当地市场拥有大量的消费者。而在上海等城市,一些外烟品牌和国产的高端香烟更受消费者喜爱,这些消费者注重香烟的品牌形象和品质,对价格敏感度相对较低。

## 2.2 市场价格差异

各区域烟酒产品价格水平存在明显差异。在经济发达地区,烟酒产品价格普遍较高。这是因为这些地区消费者购买力强,对烟酒品质和品牌要求较高,高端烟酒产品市场需求大。较高的运营成本,如租金、人力成本等,也推动了烟酒价格的上涨。而在经济相对落后的地区,烟酒价格相对较低,消费者更倾向于购买中低端烟酒产品。

价格波动特点和原因也有所不同。在旅游旺季,一些旅游热门地区的烟酒价格可能会出现较大幅度的上涨,这是由于旅游市场的需求增加。而在一些节日期间,全国大部分地区烟酒价格会相对稳定,商家会通过促销活动来吸引消费者,此时价格波动主要受促销力度的影响。另外,税收政策的调整也会对烟酒价格产生影响,不同地区税收政策的差异会导致烟酒价格出现波动。

## 2.3 销售渠道差异

不同地区烟酒销售渠道的构成和特点各不相同。在一些经济发达的大城市,电商平台在烟酒销售中占据较大比重。这些城市消费者购物习惯更倾向于便捷、高效的线上购物方式,电商平台提供了丰富的产品选择和优惠活动,吸引了大量消费者。专卖店在这些地区也有一定的市场份额,专卖店能够提供更专业的服务和更高品质的产品,满足消费者对品牌和品质的追求。

而在一些中小城市和农村地区,传统零售店仍然是主要的销售渠道。传统零售店分布广泛,方便消费者购买。这些地区消费者对价格较为敏感,传统零售店的价格相对较为亲民。专卖店在这些地区的分布相对较少,电商平台的销售占比也相对较低,这与当地的消费习惯和基础设施建设有关。

# 3. 影响烟酒市场区域差异的因素

## 3.1 经济因素

区域经济发展水平和居民收入状况对烟酒消费能力和市场规模影响显著。在经济发达地区,居民收入水平较高,

消费能力强,对烟酒产品的品质和档次要求也更高。这些地区的消费者更愿意购买中高端烟酒品牌,市场上高端烟酒的销售份额较大,整体市场规模也相对较大。例如沿海经济发达城市,高端白酒和进口香烟的销量可观,烟酒市场呈现出繁荣的景象。

而在经济相对落后的地区,居民收入有限,消费能力较低,主要消费中低端烟酒产品。中低端烟酒价格较为亲民,符合当地居民的消费承受能力。这使得该地区烟酒市场规模相对较小,且以满足基本消费需求为主。经济发展水平还影响着烟酒市场的增长速度,发达地区由于消费升级趋势明显,烟酒市场增长速度可能更快。

## 3.2 文化因素

地域文化、消费习俗、社交文化等对烟酒消费观念和偏好有着重要的塑造作用。不同地域有着独特的文化传统,这直接影响着当地消费者对烟酒的认知和选择。在一些具有深厚酒文化的地区,饮酒是社交和生活中不可或缺的一部分,消费者对本地特色白酒有着深厚的情感和较高的认可度,本地白酒品牌在市场上占据主导地位。

消费习俗也影响着烟酒消费。比如在一些地区,有在特定节日赠送烟酒的习俗,这会在节日期间刺激烟酒的消费。社交文化同样重要,在商务社交频繁的地区,高档烟酒常被用作礼品和社交工具,消费者更倾向于购买知名品牌和高品质的烟酒产品。而在一些注重健康文化的地区,消费者可能对烟酒的消费较为谨慎,更倾向于低危害的烟酒产品。

## 3.3 政策因素

地方烟草专卖政策、酒类管理规定等对烟酒市场准入、流通和销售有着重要影响。烟草实行专卖制度,各地在执行过程中存在一定差异。一些地区对烟草零售许可证的发放标准较为严格,这会限制烟草零售点的数量和分布,影响烟草产品的市场覆盖范围。烟草税收政策的不同也会导致各地烟草价格存在差异,进而影响消费者的购买决策。

酒类管理规定方面,不同地区对酒类生产、销售的监管力度和政策要求不同。一些地区对酒类生产企业的资质审核严格,这有助于保证当地酒类产品的质量,但也可能限制了一些小型酒类企业的发展。在销售环节,部分地区对酒类的销售渠道和销售时间有明确规定,这会影响酒类产品的流通和销售。例如某些地区限制酒类在特定场所的销售,这会改变酒类销售渠道的格局。

#### 4. 应对区域差异的策略建议

##### 4.1 企业策略

对于烟酒生产企业,产品研发要精准贴合不同区域消费者偏好。在偏爱高度白酒的地区,加大高度白酒研发投入至关重要。企业可深入挖掘当地的酿酒传统和独特的水质、土壤等自然条件,结合现代酿酒工艺,推出具有地方风味的新品。例如在四川部分地区,消费者对浓香型高度白酒情有独钟,企业可在保持传统浓香风格的基础上,融入当地的草本植物香气,创造出别具一格的白酒。在青睐特定品牌香烟的区域,企业需深入研究该品牌受喜爱的原因,可能是其独特的口感、包装设计或品牌文化。结合当地文化元素进行产品创新,如在具有深厚历史文化底蕴的地区,香烟包装可采用当地传统的图案和色彩,烟支口味也可适当调整以符合当地消费者的偏好。

在营销策略上,针对经济发达地区,强调产品的品质、品牌文化和高端形象,通过举办高端品鉴会等活动吸引消费者;在经济相对落后地区,突出产品的性价比,采用价格促销、捆绑销售等方式提高产品销量。另外,在渠道建设上,在电商平台普及的大城市,加强线上销售渠道的建设,优化线上购物体验,提高物流配送效率。在传统零售店为主的中小城市和农村地区,与当地零售商建立紧密合作关系,增加产品的铺货率。

##### 4.2 政府监管策略

政府部门在优化区域烟酒市场监管方面,统一监管标准是基础。消除地区间监管差异,确保各地对烟酒市场的监管力度一致,为市场公平竞争创造良好的环境。加强对烟草专卖政策和酒类管理规定的执行力度,建立健全监管机制,加大对违规行为的处罚力度。严厉打击假冒伪劣烟酒产品的生产和销售,通过加强市场巡查、抽检等方式,及时发现和查处假冒伪劣产品,维护市场秩序。

在促进市场公平竞争方面,打破地方保护主义是关键。政府应鼓励外地优质烟酒产品进入本地市场,减少市场准入限制,提高市场的开放性和竞争性。可以建立公平的市场准入机制,对本地和外地企业一视同仁,促进资源的合理配置。为保障消费者权益,建立健全消费者投诉处理机制,设立专门的投诉热线和网站,及时处理消费者的投诉和举报。加强对烟酒产品质量的检测和监管,定期对市场上的烟酒产品进行抽检,确保消费者购买到安全、合格的产品。加强对烟酒广告的监管,规范广告内容和形式,避免虚假宣传误导消费者。

##### 4.3 行业发展策略

从行业层面加强区域间交流合作,组织举办区域间的烟酒行业研讨会、展销会等活动是重要途径。通过这些活动,不同地区的企业可以分享产品研发、市场营销等方面的经验,共同探讨行业发展趋势。例如在研讨会上,企业可以交流不同地区的消费者需求特点和市场变化情况,为产品研发和营销策略的调整提供参考。推动区域间的资源共享,如技术、人才、市场信息等,提高整个行业的发展水平。可以建立行业技术研发平台,共享研发成果,降低企业的研发成本。

在推动烟酒市场协调发展方面,行业协会可发挥积极作用。制定行业规范和标准,引导企业合理竞争,避免过度竞争导致的市场混乱。例如制定产品质量标准、价格规范等,确保市场秩序稳定。根据不同地区的市场特点,制定差异化的发展策略,促进各地区烟酒市场的均衡发展。对于经济发达地区,可以鼓励企业进行高端产品的研发和推广;对于经济相对落后地区,支持企业开发适合当地消费需求的中低端产品。加强行业自律,提高行业的整体形象和公信力,为烟酒市场的健康发展创造良好的环境。行业协会可以建立企业信用评价体系,对企业的经营行为进行监督和评价,对违规企业进行公示和处罚。

结语:本研究通过对新形势下烟酒市场区域差异的比较分析,清晰地揭示了不同地区烟酒市场在消费偏好、价格、销售渠道等方面的显著差异,以及经济、文化、政策等因素对这些差异的影响机制。基于此,提出了针对性的企业策略、政府监管策略和行业发展策略,为烟酒市场的健康、可持续发展提供了有益的参考。然而,烟酒市场是一个动态变化的系统,未来还需持续关注市场的新趋势、新问题,进一步深化对区域差异的研究,以更好地适应市场变化,实现各方利益的最大化。

##### 参考文献:

- [1] 王辰珊.退休对老年人烟酒消费行为的影响[D].厦门大学,2022.
- [2] 王静娟.烟酒消费税的消费效应研究[D].山东财经大学,2021.
- [3] 徐珂.面向烟酒零售行业消费者的营销系统设计与开发[D].江苏科技大学,2023.
- [4] 经潇,刘宇.句容市居民烟酒茶饮食习惯对睡眠障碍的影响[J].江苏卫生保健,2024,26(02):155-157.
- [5] 魏灿,王鹏.烟酒店卖假酒被罚竟状告市场监管局[N].三湘都市报,2024-04-26(A05).