



# 2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

# 企业竞争图谱：2024年烟草 头豹词条报告系列



马天奇 · 头豹分析师

2024-11-29 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：[制造业/烟草制品业](#) [消费品制造](#)

关键词：[烟草](#)

词目录			
<h3>行业定义</h3> <p>定义：英文tobacco，指各种制成和未制成烟草，以...</p>	<h3>行业分类</h3> <p>不同类型烟草的烟叶在外观、化学成分、烟气特性...</p>	<h3>行业特征</h3> <p>烟草行业特征包括：1.烟草需求刚性较强，消费水平...</p>	<h3>发展历程</h3> <p>烟草行业目前已达到 <b>4个</b>阶段</p>
<h3>产业链分析</h3> <p><a href="#">上游分析</a> <a href="#">中游分析</a> <a href="#">下游分析</a></p>	<h3>行业规模</h3> <p>烟草行业规模评级报告 <b>1篇</b></p> <p><a href="#">SIZE数据</a></p>	<h3>政策梳理</h3> <p>烟草行业相关政策 <b>5篇</b></p>	<h3>竞争格局</h3> <p><a href="#">数据图表</a></p>

**摘要** 烟草英文tobacco，指各种制成和未制成烟草，以及烟草茎、烟砂、烟草籽苗及烟草植物。2022年，美国食品和药物管理局（FDA）更新了对“烟草产品”的定义，将非烟草尼古丁产品包括在内（在此之前，FDA对烟草产品监管仅限于含有烟草或衍生尼古丁的产品）。烟草行业特征包括：1.烟草需求刚性较强，消费水平随居民人均消费增加而增加；2.中国是全球最大的烟草生产国和最大的烟草消费国；3.完全专卖体制与部分专卖体制具备显著优势。2019年—2023年，烟草行业市场规模由6,164.64增长至6,476.53亿美元，期间年复合增长率1.24%。预计2024年—2028年，烟草行业市场规模由6,568.97增长至7,162.77亿美元，期间年复合增长率2.19%。

## 行业定义<sup>[1]</sup>

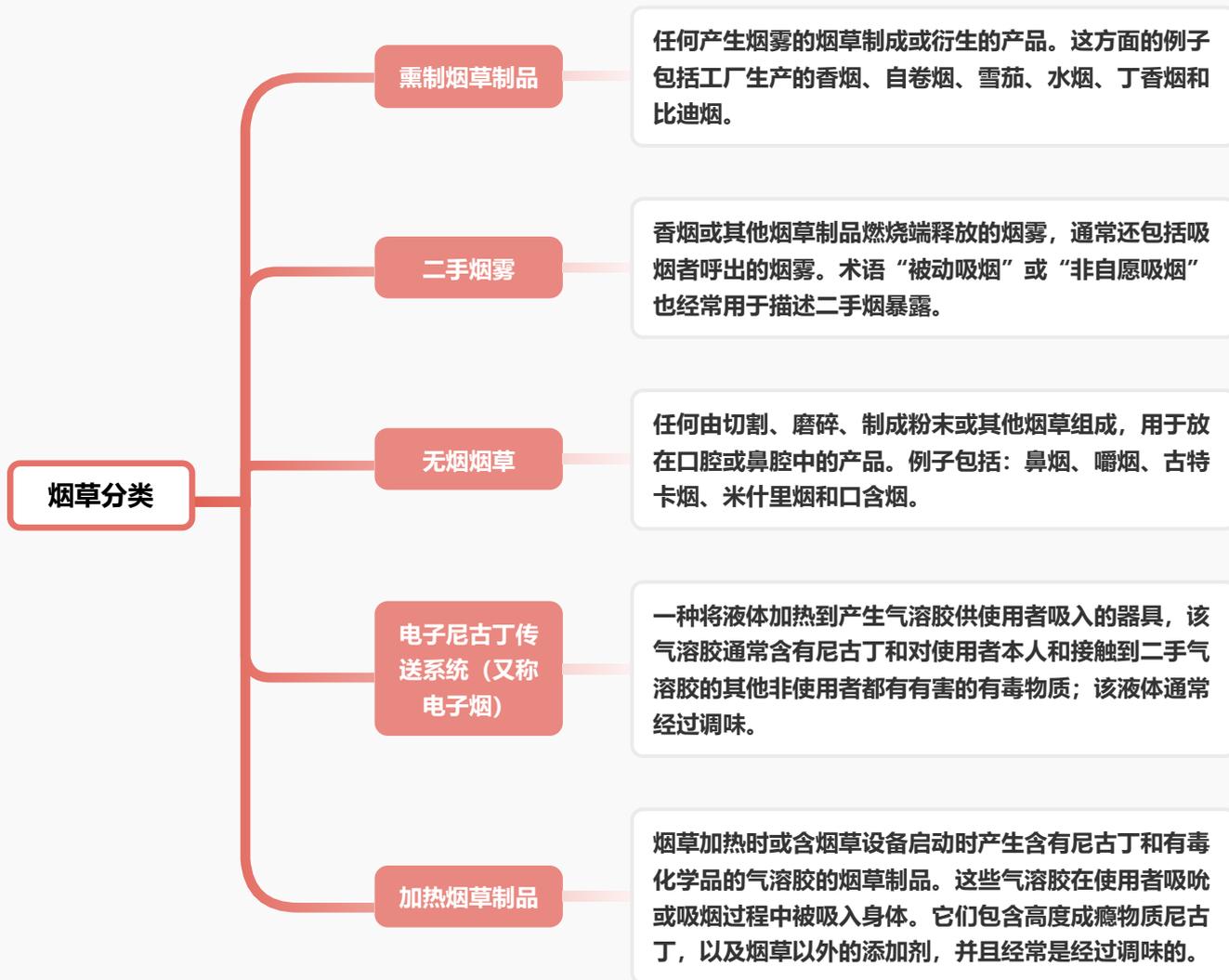
**定义：**英文tobacco，指各种制成和未制成烟草，以及烟草茎、烟砂、烟草籽苗及烟草植物。2022年，美国食品和药物管理局（FDA）更新了对“烟草产品”的定义，将非烟草尼古丁产品包括在内（在此之前，FDA对烟草产品监管仅限于含有烟草或衍生尼古丁的产品）。

**危害：**烟草流行是世界迄今面临的最大公共卫生威胁之一，每年导致全世界800多万人死亡。其中有700多万人的死亡是源于直接使用烟草，有大约130万人是接触二手烟雾的非吸烟者。在全世界13亿烟草使用者中，约80%生活在烟草相关疾病和死亡负担最重的低收入和中等收入国家。烟草使用将家庭支出从食物和住所等基本需求转移到烟草上，从而加剧了贫困。

## 行业分类<sup>[2]</sup>

不同类型烟草的烟叶在外观、化学成分、烟气特性以及工艺用途等方面都有所不同，

### 烟草行业基于世卫生组织的分类



## 行业特征<sup>[3]</sup>

烟草行业特征包括：1.烟草需求刚性较强，消费水平随居民人均消费增加而增加；2.中国是全球最大的烟草生产国和最大的烟草消费国；3.完全专卖体制与部分专卖体制具备显著优势。

### 1 烟草需求刚性较强，消费水平随居民人均消费增加而增加

烟草因其所含的尼古丁成分，能够让消费者感受到显著的愉悦和满足感，从而具备了高粘性和频繁消费的特征。以中国市场为例，宏观经济数据清晰地反映出烟草行业的需求刚性。2016年至2024年9月期间，尽管酒类和整体CPI都呈现显著下降趋势，烟草CPI却持续上升，现已达到100.8（2015年因卷烟批发环节从价税率由5%提高至11%，导致烟草CPI大幅度上升，因此未纳入特征判断中）。同时，居民人均消费从2003年的3,889元增长至2023年的26,796元，年均复合增长率（GACR）为10.13%；居民人均食品烟酒支出从2003年的1,483元增至2023年的7,983元，年均复合增长率（CAGR）为8.8%。综合判断卷烟的消费水平随着居民人均消费的增加而不断提升。

### 2 中国是全球最大的烟草生产国和最大的烟草消费国

在生产方面，中国是全球最大的烟草生产国，仅2021年，产量达2,128,876.57吨。其次是印度，年产量为757,513.91吨，巴西则以744,161吨位居第三。在消费方面，拥有全球五分之一人口的中国，其卷烟消费量超过全球总量的43%。随着居民收入水平的不断提升，卷烟对于吸烟者而言变得更加经济实惠。国内市场的卷烟价格上涨幅度未能赶上人均收入的增长速度，尤其是低价卷烟，即便是低收入群体，其烟草购买力在过去十多年中也持续增加。2022年，中国的吸烟者比例达到24.1%，显著高于全球平均水平的17%。与全球其他地区的消费下降趋势不同，中国市场逆势增长。2023年，工商税利总额同比增长5.6%。

### 3 完全专卖体制与部分专卖体制具备显著优势

各国在烟草管理上采取了不同的体制，主要受健康风险和税收重要性的影响。中国实行完全专卖体制，由国家烟草专卖局和中国烟草总公司实施垄断经营和统一管理，通过法律保障该体制的实施，有效打击非法烟草贸易，保障财政收入（2023年烟草税工商税利总额占比财政收入约7%），并提升民族烟草企业竞争力；日本则从完全专卖体制转向部分专卖体制，稳定了财政收入，抑制了非法贸易，并促进本土企业国际化，但外国烟草在市场的占有率迅速上升；美国结合政府管制和市场竞争，通过财政部、食品药品监督管理局（FDA）等机构对烟草行业进行严格监管，以维护公共健康和税收，但烟草税对财政贡献较小；俄罗斯在苏联解体后取消了烟草专卖体制，市场全面开放，允许各种资本进入，政府干预较少，但所取得的体制绩效都相对较差；综合分析，完全专卖体制在抑制非法贸易和保障国家利益方面具有显著优势，而部分专卖体制则在开放市场的同时保留了一定的国家控制。

- [3] 1: <https://data.stats...> | 2: <https://www.ceicd...> | 3: <https://www.ceicd...> | 4: <https://www.ceicd...>
- 5: <http://politics.peo...> | 6: <http://www.catcpr...> | 7: <http://www.etmoc...> | 8: <https://www.asian...>
- 9: <https://www.atlasb...> | 10: <https://cj.sina.co...> | 11: <http://www.etmo...> | 12: 国家统计局、人民网、...

## 发展历程<sup>[4]</sup>

全球烟草发展史可以分为四个阶段。首先是传播期，始于1492年，哥伦布首次接触烟草，随后在美洲和欧洲广泛传播；接着是高速发展期，17世纪烟草成为重要经济作物，各国积极种植和贸易，卷烟机的发明推动了工业化生产；第三阶段是控制期，20世纪中期，吸烟的健康风险引起全球关注，各国开始实施控烟政策，限制广告和销售；最后是新型烟草发展期，进入21世纪，电子烟等新型产品迅速崛起，各国加强监管，行业标准化进一步提高。

### 传播期 · 1492~1604

- 1492年，哥伦布首次见到印第安人阿拉布瓦肯族所赠的干烟草。
  - 1499年，维斯普奇（Amerigo Vespucci）在委内瑞拉的一个岛上发现了口嚼烟草。
  - 1545年，在北美靠近加拿大的印第安人部落，有抽烟的习惯。
  - 1556年，法国首次了解烟草，并种植烟草。
  - 1558年，巴西及葡萄牙开始使用烟草。
  - 1559年，西班牙开始使用烟草。
  - 1560年，非洲中部开始使用烟草。
  - 1565年，英国开始使用烟草。
  - 17世纪，烟草开始引进意大利、德国、挪威、瑞典、俄罗斯、波斯、印度、日本、中国和非洲西岸。
  - 1604年，英国的詹姆斯一世发起了人类历史上第一次反烟草运动。
- 烟草进入早期全球传播流行和传统消费贸易时期，烟草消费仍更多以口嚼烟等品类为主。

### 高速发展期 · 1605~1950

- 1627年，英国商船从西班牙殖民地桑托岛把烟草和烟斗运到荷兰销售。
- 1650年，吸烟在英国已成为一种时髦的象征，伦敦已经有了120个熟练的烟斗制造者。
- 1653年，英国议会免除了烟斗消费税。
- 1674年，法国烟草的种植、生产和销售都被国家垄断。
- 1763年，英国从法国走私的烟草和鼻烟多达135吨。
- 1839年，弗吉尼亚烤烟在美国诞生。
- 1880年，第一台卷烟机在美国问世。

1903年，巴西烟草公司Souza Cruz成立。

1924年，美国香烟销量超过700亿支。

1950年，吸烟和肺癌之间的联系得到证实。

随着烟草受消费者喜爱，推动了卷烟机的问世，现代卷烟工业时代正式开启。

### 控烟期 · 1951~2008

1954年，美国圣路易斯工厂工人对烟草公司提起了第一起产品责任诉讼，但烟草公司胜诉。

1992年，尼古丁贴片推出。

1995年，美国联邦药品管理局宣布香烟为“药物输送装置”。并提议对香烟的营销和销售进行限制，以减少年轻人吸烟。

1990-2000年，美国大多数州以及世界其他国家开始禁止公共场所吸烟。

2004年，世卫组织的“卫生专业组织烟草控制行为准则”发布。

2008年，全球无烟伙伴关系成立，旨在推动全球有效的无烟空气政策。

吸烟引发的健康问题受到全球关注，各国控烟政策陆续发布。

### 新型烟草发展期 · 2009~至今

2009年，如烟全年亏损高达4.44亿元。

2010年，FDA败诉，美国电子烟市场被打开。

2013年，连亏四年的如烟被帝国烟草以7,500万美元收购，其中包括电子烟专利。

2014年，中国有2,000多家电子烟工厂。

2016年，美国FDA颁布的《烟草制品的管控法案》于2016年8月8日生效，要求新型烟草制品通过PMTA后方可上市合法销售，同时加强防止青少年使用电子烟的监管。

2022年4月12日，电子烟强制国家标准（GB 41700-2022）正式发布，2022年10月1日起实施。

科技发展加持下，电子烟逐步成为市场新的增长点。

[4] 1: <http://www.etmoc...>

2: <https://www.tobac...>

3: <http://hrczh.cass.c...>

4: <https://tobaccofre...>

5: 世界卫生组织、蒸汽动...

烟草产业链涵盖了从烟草种植到消费的五个环节。**上游**是烟叶种植、初加工和购销环节，涉及烟叶的种植、采摘、初步处理和烟草专卖局采购；**中游**是烟草产品的制造环节，包括卷烟、雪茄和新型烟草制品如电子烟的生产；**下游**是分销和销售环节，通过批发和零售渠道将产品推向市场。<sup>[7]</sup>

烟草行业产业链主要有以下核心研究观点：<sup>[7]</sup>

### **全球烟叶产量微增，中国因种植面积缩减致产量下降，但专卖体系降低了种植成本。**

2023年全球烟叶生产呈现分化：中国产量虽较2012年下降29.25%，但通过专卖体系提升了收购效率；而其他主要产区中，巴西、津巴布韦产量增长，美国继续下滑，且国外烟农普遍面临合同定价不公导致的债务困境。

### **卷烟生产智能化提效显著，欧洲非法卷烟问题亟待整治。**

全球烟草制造业加速迈向工业4.0，通过自动化物流和TMC标准提升智能制造水平，但欧盟市场2023年面临严峻挑战：非法卷烟消费量达350亿支（占比8.3%），以假冒烟为主，导致税收损失116亿欧元，法国和乌克兰问题尤为突出。

### **传统烟草使用虽整体下滑，但以男性为主的消费群体对电子烟特别是一次性产品需求旺盛。**

2023年全球烟草市场呈现显著转型趋势：传统卷烟销量同比下降2.1%至5.47亿箱（销售额5,069.7亿美元），但电子烟市场快速崛起，总销售额达208.8亿美元（增长15.6%），其中一次性电子烟表现最为亮眼，销售额同比激增54.9%至53.7亿美元，凸显消费结构正加速向新型烟草产品转变。<sup>[7]</sup>

## **上 产业链上游**

### **生产制造端**

烟叶种植、初加工和购销商

### **上游厂商**

中煙國際（香港）有限公司 >

環球國際煙草有限公司 >

派克斯國際有限公司 >

[查看全部](#) v

### **产业链上游说明**

#### **烟叶种植：全球烟叶产量小幅上升，中国产量随种植面积减少较2012年降低。**

**全球主要生产国（不含中国）**：2023年，全球烟叶生产回稳增长，价格上涨，除中国外，全球烤烟产量达194.9万吨（3,898万担）。巴西和津巴布韦烟叶产量均有所提升，而美国的产量继续下降。根据巴西地理统计局和巴西烟草种植者协会的数据，2022至2023年种植季，巴西烟叶种植面积为426.1万亩，同比增长5.2%，产量达63.5万吨，增长7.5%，每亩产量148.9公斤，收购均价为3.57美元/公斤，总收入22.6亿美元。津巴布韦方面，烟草产业贡献了约25%的农业增加值，2022至2023年种植季产量为29.5万吨，同比增长38.9%，收购均价为3.03美元/公斤，总收入8.9亿美元，出口量为23.6万吨，出口收入12.4亿美元。与此同时，美国烟叶种植面积缩减至113.9万亩，同比减少5.4%，产量

为19.6万吨，同比减少1.2%。

**中国：**随着种植面积的减少，中国烟草产量呈现波动性下降。根据国家统计局的数据，2023年中国烟草产量为229.67万吨，同比增加4.96%。与2012年的324.6万吨相比，11年间减少了94.93万吨，降幅约为29.25%。其中，2023年烤烟产量为219.12万吨，同比增长5.35%。

### **烟叶购销：中国专卖法体系下，烟农用工成本有效降低。**

**全球（不含中国）：**大多数烟农与烟叶采购公司或跨国公司如英美烟草签订合同，获得种植所需的投入品，如植物、肥料和机械，而无需预付费。作为交换，烟农承诺将烟草出售给这些公司。然而，烟叶价格由买方决定，通常偏低或在合同期内被压低。买家常利用烟草分级来降低报价，与烟农的看法不一致。此外，还从支付给烟农的款项中扣除高昂成本，以偿还初始投入。合同农业通常未能实现承诺的高回报，导致农民陷入“债务劳动”的困境，无法偿清债务，被迫无偿劳动以满足合同要求。尽管意识到风险，农民因缺乏其他经济机会的信用而接受这种制度，因为合同种植提供了烟农支付医疗和教育等基本生活费用所需的收入。

**中国：**根据专卖法，烟叶收购由烟草公司或其委托单位统一进行，禁止其他部门、单位或个人收购。公司可在国家指定区域设立收购站点，由地方烟草专卖行政主管部门组织评级小组负责等级评定。为提高分级效率，专分服务站由合作社招聘管理人员，实施“流水线”作业，明确岗位职责，提升效率并降低农民用工成本。以福地专分服务站为例，分级效率较个人提高1.5倍，每炕烟叶可节约1,200元，并缩短分级时间至2-3小时，释放农民更多时间用于田间管理。2023年，以河南省灵宝市为例，10个服务站在确保5万担产能的同时，为烟农节省成本500万元。

## **中 产业链中游**

### **品牌端**

烟标、烟纸、香精、滤嘴棒提供商，卷烟、电子烟等烟草制造商

### **中游厂商**

[河北中烟工业有限责任公司 >](#)

[上海烟草集团有限责任公司 >](#)

[江苏中烟工业有限责任公司 >](#)

[查看全部 v](#)

### **产业链中游说明**

#### **卷烟制造：智能化提高生产效率。**

烟草制造业正迈向“工业4.0”时代，四大领先制造商聚焦于信息技术与操作技术的自动化融合。内部物流优化成为关键，绿地工厂展现了其无缝整合：高度自动化车间沿“脊柱”走廊排列，移动机器人在专用车道上运输材料。凯尔公司推动TMC（开放平台通信统一架构烟草机械通信）标准实施，该标准由菲莫国际、英美烟草、日本烟草国际和帝国品牌共同开发。凯尔提供符合TMC标准的设备、车间解决

方案和供应商整合服务，其IIoT服务器实现了数据垂直传输和集中分析。行业趋势转向注重多样性而非数量，推动了通用设备的发展，以缩短调试时间，提高制造效率。追踪和跟踪产品组合也随之调整，以适应包装形式和产品规格的多样化变化。

### **非法卷烟：在欧洲市场较为猖獗，急需进一步整顿。**

2023年欧洲烟草市场呈现非法贸易猖獗态势。欧盟境内非法卷烟消费量达350亿支，占总消费量8.3%。假冒卷烟消费量127亿支，占非法消费36%，成为主要来源。政府税收损失估计116亿欧元，较2022年增加。法国以168亿支非法卷烟位居首位，税收损失73亿欧元。乌克兰紧随其后，非法消费量84亿支。英国和乌克兰推动假冒卷烟消费连续四年增长。非法白烟和违禁品亦有增加。跨境合法消费恢复，38个欧洲国家非国内消费总额创历史新高，达15.5%。高税收和高价格市场成为犯罪网络主要目标。这些数据凸显了欧洲烟草市场面临的复杂挑战，包括非法贸易、税收损失和跨境消费等问题。

## **下 产业链下游**

### **渠道端及终端客户**

烟草批发和零售商

#### **渠道端**

中煙國際（香港）有限公司 >

Aeon

Altadis USA

[查看全部](#) v

### **产业链下游说明**

#### **用户画像：烟草使用下降态势中，男性为主要用户群体。**

**人数趋势：**基于各国控烟政策推进，全球烟草使用趋势呈现明显下降态势。2000年，15岁及以上烟草使用者达13.62亿人，至2022年降至12.45亿人，预计2025年将进一步减少至12.00亿人。性别差异显著，2022年男性占比82%。男性使用者在2010年达到峰值10.40亿人，预计2030年降至10.04亿人。地区分布不均，2000-2015年间，世卫组织六个地区中四个地区男性使用者增加；东南亚和西太平洋地区2015年后开始下降；非洲和东地中海地区预计2030年前仍将增加；而美洲和欧洲地区持续下降。女性使用者持续减少，从2000年的3.38亿人降至2022年的2.24亿人，预计2030年将进一步减少至1.93亿人。

**分布：**2022年全球烟草使用情况呈现多样化特征。15岁及以上人群中，20.9%使用烟草制品，其中80%为有烟烟草使用者，吸烟率16.7%。传统卷烟使用者占吸烟者89%，目前15岁及以上人群中的吸卷烟率为15.0%。性别差异显著，男性烟草使用率为34.4%，女性为7.4%；90%的男性吸烟者吸卷烟，男性现在吸卷烟率为25.5%。86%的女性吸烟者吸卷烟，女性现在吸卷烟率为4.4%。

### **需求趋势：电子烟较受市场欢迎，一次性产品发展较快。**

**卷烟：**2023年，全球烟草制品销售额达到6,461亿美元，其中卷烟制品占比最高，为78.5%；加热卷烟和手卷烟分别占5.3%和4.6%。世界合法卷烟销量为54,679,000箱，同比下降2.1%。销量超过1,000,000箱的国家有15个，占全球销量的59.7%，其中印尼（5,652,000箱）、俄罗斯（3,644,000箱）、美国（3,557,000箱）位居前三；土耳其销量增速最高，同比增长17.7%，而美国降幅最大，同比下降8.7%。合法卷烟销售额为5,069.7亿美元，同比增长1.5%。销售额超过100亿美元的国家有14个，占全球总额的62.4%，美国以939.9亿美元领先，其次是印尼（357.7亿美元）和德国（250.0亿美元）；土耳其销售额增速最高，同比增长25.1%，俄罗斯降幅最大，同比下降11.2%。波兰退出百万箱及百亿美元销售行列。非法卷烟交易量为9,336,000箱，同比增长7.8%，其中巴西（988,000箱）、巴基斯坦（828,000箱）、印度（664,000箱）、印尼（586,000箱）、俄罗斯（531,000箱）交易量较高。全球非法卷烟渗透率为14.6%，巴拿马（84.5%）、厄瓜多尔（76.7%）、秘鲁（58.5%）、乌干达（57.9%）、马来西亚（55.6%）渗透率超过50%。

**电子烟：**2023年电子烟市场呈现显著增长，烟液销量达16,119,000升，同比上升6.9%；烟液及烟具总销售额达208.8亿美元，增幅为15.6%。美国（59.6亿美元）、英国（33.0亿美元）、加拿大（21.4亿美元）和法国（12.6亿美元）成为销售额超过10亿美元的主要市场。按产品类型划分，开放式电子烟销售额为76.6亿美元，增长7.5%，占比36.7%；封闭式电子烟销售额达132.2亿美元，增长20.8%，占比63.3%；一次性电子烟表现尤为突出，销售额激增54.9%，达到53.7亿美元，展现出强劲的市场动力。

**注：以上数据不含中国大陆。**

- [5] 1: <https://www.eccc-...> 2: <https://data.stats...> 3: <https://data.stats...> 4: <https://www.tobac...>  
5: <http://www.etmoc...> 6: 国家统计局、中国电子...
- [6] 1: <http://www.etmoc...> 2: <http://www.etmoc...> 3: 烟草市场
- [7] 1: <http://www.etmoc...> 2: <http://www.etmoc...> 3: <https://finance.sin...> 4: 世界卫生组织、国家烟...
- [8] 1: <https://www.eccc-...> 2: <https://data.stats...> 3: <https://data.stats...> 4: 国家统计局、中国电子...
- [9] 1: <https://www.tobac...> 2: <http://www.etmoc...> 3: Tobacco Tactics、烟草...
- [10] 1: <http://www.etmoc...> 2: 烟草市场
- [11] 1: <http://www.etmoc...> 2: 烟草市场
- [12] 1: <https://finance.sin...> 2: 世界卫生组织
- [13] 1: <http://www.etmoc...> 2: <http://www.etmoc...> 3: 国家烟草专卖局经济研...

## 行业规模

2019年—2023年，烟草行业市场规模由6,164.64增长至6,476.53，期间年复合增长率1.24%。预计2024年—2028年，烟草行业市场规模由6,568.97增长至7,162.77，期间年复合增长率2.19%。<sup>[17]</sup>

烟草行业市场规模（亿美元）历史变化的原因如下：<sup>[17]</sup>

### 卷烟销量持续下滑，销售额波动中寻求平衡。

2018-2023年全球卷烟市场（不含中国大陆）呈现复杂态势：

销量持续下滑，从2018年的6,100万箱逐年降至2023年的5,468万箱，年均降幅约2%。具体数据为：2018年6,100万箱（同比-1.7%）、2019年5,912万箱（-2.2%）、2020年5,677万箱（-4.0%）、2021年5,669万箱（-0.1%）、2022年5,587万箱（-1.4%）、2023年5,468万箱（-2.1%）。

销售额波动较大，总体呈下降趋势。2018年达到峰值5,400亿美元（同比+5.7%），随后经历大幅下跌和反弹，2023年降至5,070亿美元（同比-5.5%）。具体数据为：2019年5,000亿美元（-7.4%）、2020年4,803亿美元（-3.9%）、2021年5,051亿美元（+5.2%）、2022年5,367亿美元（+6.3%）。

这一趋势受到了全球控烟政策加强的影响。然而，考虑到烟草税收对国家财政的重要性，各国采取了提高烟草税等措施来平衡控烟和财政需求。以中国为例，每包卷烟提价1元，烟税占零售价格的比重从51%升至56%，预计可增加财政收入70亿元，同时可能减少400万烟民。因此，尽管卷烟销量下降，烟草企业通过提价策略来尽量维持市场稳定和收入水平。

### 电子烟为市场提供增量。

全球电子烟市场在2018-2023年间经历了显著变化：从2018年美国 and 英国引领增长（分别达56亿美元和24.3亿美元），到2019年全球销售额跃升至194.6亿美元（同比增长25%）。2020年受全球公共卫生事件影响增速放缓，销售额仅微增至196.2亿美元（同比增长0.8%）。随后市场迅速反弹，2021年销售额达213亿美元（同比增长8.6%），2022年更是飙升至236.5亿美元（同比增长11%）。2023年市场出现调整，销售额回落至208.8亿美元。这六年间，电子烟市场快速增长，为烟草市场提供了动力。<sup>[17]</sup>

烟草行业市场规模未来变化的原因主要包括：<sup>[17]</sup>

### 美国FDA监管存在不确定性。

美国FDA的烟草监管体系自2009年确立以来，持续面临多方面的不确定性。薄荷醇卷烟禁令自2013年提出至今悬而未决，电子烟审批进展缓慢且仅有23款获批，包装图形警示措施屡遭法律挑战，手工优质雪茄的监管争议仍在持续。这些问题反映了FDA在执行监管时面临的法律、市场和政策层面的复杂挑战。监管措施频繁遭遇司法审查、行业抵制和执行困难，导致政策实施延迟或受阻。同时，不同烟草产品的市场特性和健康影响差异（如手工优质雪茄仅占雪茄市场3%，使用人群仅占成年人1%）进一步增加了监管的复杂性。未来烟草产品监管的不确定性仍将持续，对市场推广产生直接影响。

## 部分地区禁止电子烟或开始对电子烟烟油征税，影响电子烟行业增长。

全球电子烟监管政策呈现收紧趋势，影响深远。马尔代夫宣布自2024年11月15日起禁止电子烟产品及零部件进口，12月15日起全面禁止使用、生产、销售和广告。该国2018年至2023年7月期间进口电子烟总值达1.2434亿拉菲亚（约5,724万元人民币）。目前，**全球已有约50个国家实施电子烟禁令**。法国议会提出对电子烟烟油征收每毫升0.15欧元的税收提案，预计年增财政收入1.5至2亿欧元，但可能导致烟油价格上涨40%。意大利类似政策已致20%电子烟用户重返传统卷烟。以上事件显示，电子烟行业面临多重挑战，包括广告禁令、使用场所限制和严格产品标准，导致专卖店倒闭增多，影响电子烟行业未来增长。<sup>[17]</sup>

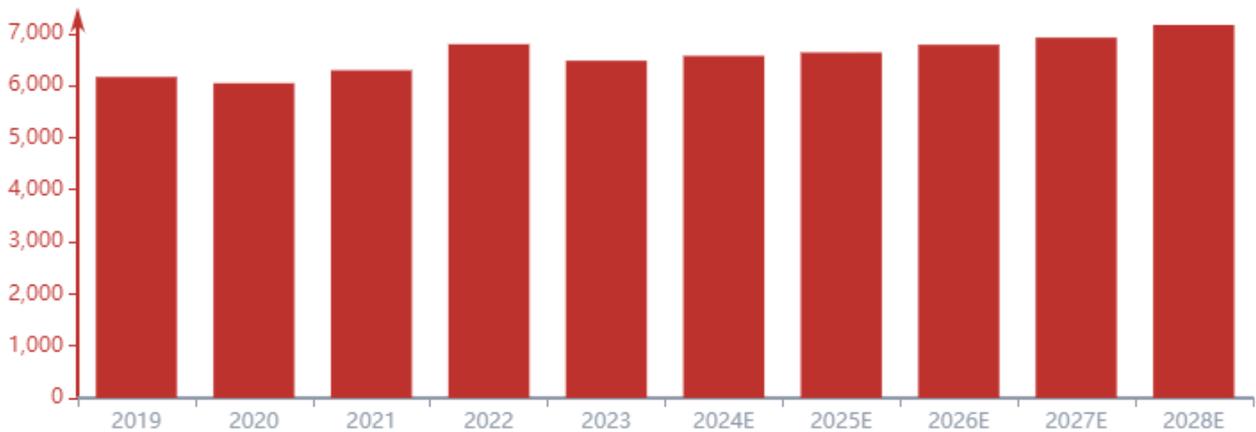
企业VIP免费

### 烟草行业规模

★★★★★ 4星评级

#### 烟草行业规模

全球（不含中国大陆）烟草市场规模，2019-2028E



数据来源：烟草市场、烟草在线、国家烟草专卖局经济研究所

[14] 1: <http://www.etmoc...> 2: <http://www.etmoc...> 3: <https://www.tobac...> 4: <http://111.229.73...>

5: <https://www.tobac...> 6: <http://www.etmoc...> 7: 烟草市场、烟草在线

[15] 1: <http://www.etmoc...> 2: <https://www.tobac...> 3: <http://111.229.73...> 4: <https://www.tobac...>

5: <http://www.etmoc...> 6: <http://www.etmoc...> 7: 烟草市场、烟草在线

[16] 1: <http://www.etmoc...> 2: 国家烟草专卖局经济研...

[17] 1: <http://www.etmoc...> 2: <http://www.etmoc...> 3: 烟草市场

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》	国家市场监督管理总局、国家烟草专卖局	2018-08	10
政策内容	各类市场主体不得向未成年人销售电子烟，并对生产销售“三无”电子烟等各类违法行为依法及时查处。			
政策解读	该政策严格禁止向未成年人销售电子烟，加强市场监管和社会监督。这将影响电子烟市场规模，促使烟草行业更加重视产品安全和合规销售，同时可能推动传统烟草制品向更安全的替代品发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于印发加强免税出口和境外生产卷烟监管的规定的通知》	国家烟草专卖局	2018-06	9
政策内容	经销客户一年内累计单品牌卷烟回流达到500万支以上的，取消该品牌的经销资格。			
政策解读	这项政策严格规范了烟草出口和境外生产，旨在防止卷烟非法回流。通过设立严格的包装要求、销售合同规范、回流数量处罚机制以及经营资格管理，有效加强了对烟草行业的监管，促进了行业的规范化发展，同时也有助于维护国内烟草市场秩序和税收利益。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于明确申领烟草专卖许可证从事烟草专用机械生产应具备的条件等有关事项的通知》	国家烟草专卖局	2018-03	9
政策内容	明确了有八类设备从严控制市场准入：（1）烟用叶梗分离机械、（2）烟用烘烤机械、（3）烟用切丝机械、（4）烟用烘丝机械、（5）烟丝膨胀机械、（6）烟用卷接机械、（7）烟用包装机械、（8）烟用滤棒机组。			
政策解读	该政策调整了烟草专用机械生产许可证申领条件，限制了八类关键设备的市场准入。这将优化烟机产能结构，促进行业供需平衡，有助于控制卷烟产能增长，推动烟草行业高质量发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于加强烟草行业行政许可标准化建设的意见》	国家烟草专卖局	2017-11	8
政策内容	建成涵盖烟草行业行政许可“全事项、全过程、各环节”相互配套协调的标准体系，建立高效便捷的行政许可标准实施、监督和评价体系，以标准化促进烟草行业行政许可规范化。			
政策解读	这项政策推动烟草行业行政许可标准化建设，规范了许可事项管理、流程和服务。通过建立全面的网上办理平台和监督评价机制，提高了行政效率，优化了服务质量，促进了烟草行业管理的现代化和规范化。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步做好“放管服”改革相关专卖管理工作的通知》	国家烟草专卖局	2017-11	8
政策内容	进一步推动“互联网+政务服务”工作，加强线上线下服务平台的融合建设。			
政策解读	该政策推动烟草行业“放管服”改革，简化零售许可准入，推广网上办证和电子许可证。加强市场监管信息化，实施“双随机、一公开”监管。完善专卖管理信息系统，提高行政效率和监管水平，促进行业现代化管理。			
政策性质	指导性政策			

[18] 1: <https://www.waizi...>

2: <https://www.waizi...>

3: <https://ycjqjd.toba...>

4: <https://ycjqjd.toba...>

5: 中国政府网、国家烟草...

## 竞争格局

烟草行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有中国烟草总公司，基于完全专卖制，该梯队企业占据中国绝大部分市场，且旗下品牌众多；第二梯队公司为帝国烟草、英美烟草、菲莫国际、奥驰亚集团，四大烟草集团，该梯队企业品牌知名度较高，全球化布局完整；第三梯队公司为印度烟草、盐仓集团等企业。该梯队企业主要负责本土国家烟草销售和出口。<sup>[22]</sup>

烟草行业竞争格局的形成主要包括以下原因：<sup>[22]</sup>

## **企业通过并购重组扩大商业版图。**

全球烟草业自20世纪90年代经历了深刻变革，在东欧市场开放、企业战略调整及全球经济一体化等因素推动下，通过一系列跨境并购重组，形成了菲莫国际、英美烟草、日本烟草及帝国烟草四大巨头垄断格局，合计占据全球（除中国外，按销量计）75.7%的卷烟市场份额。以帝国烟草为例，其在2005年收购德国利是美后又并购阿塔迪斯，不仅获得了Gauloises、Fortuna等知名卷烟品牌和Romeoy Julieta雪茄品牌，还将全球市场份额提升至6%-7%。近期，奥驰亚集团以29亿美元收购了NJOY公司——美国唯一获得FDA许可的换弹式和一次性电子烟制造商，使其电子烟市场占有率升至3.7%，并购优势凸显。

## **企业为应对行业趋势，争抢电子烟市场。**

全球主要烟草企业正全面布局新型烟草市场。菲莫国际的VEEV电子烟已进入26个市场，同时在美国市场，继Marlboro Sienna等三款加热烟支获得PMTA审批后，已于2023年10月向FDA提交IQOS ILUMA的PMTA和MRTP申请。2024年初，该公司通过与英美烟草达成全球专利诉讼和解，为IQOS进军美国市场扫清障碍；英美烟草在新型烟草领域表现突出，其Vuse电子烟覆盖市场增至64个国家和地区，美国市场占有率达45.6%，一次性电子烟Vuse Go已覆盖59个市场，计划到2025年实现新品类烟草制品净收入50亿英镑（2023年为33.5亿英镑）；帝国烟草则以blu电子烟、Pulze加热卷烟和Zone X口含烟为主打产品，2023财年推出blu 2.0、blu bar和Pulze 2.0等新品，产品已覆盖欧洲20多个市场，带动下一代烟草制品净收入达2.7亿英镑（同比增长26%），其中欧洲市场贡献2.2亿英镑（同比增长41%）。<sup>[22]</sup>

由于烟草行业发展较久，行业格局早已成型，预计未来集中度将不会有显著改变。<sup>[22]</sup>

烟草行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：<sup>[22]</sup>

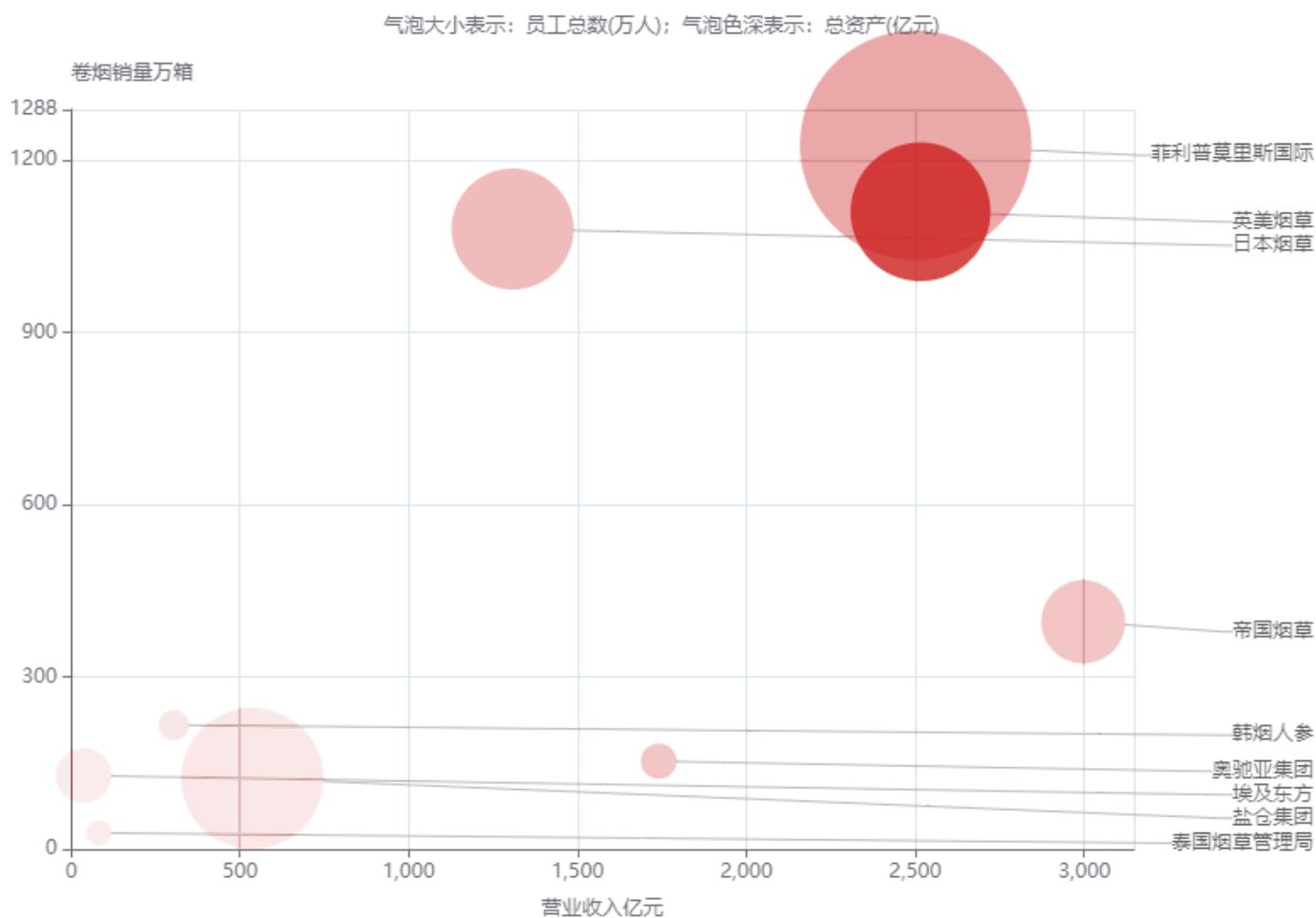
## **烟草巨头角逐全球加热卷烟市场，市场竞争加剧。**

加热卷烟产业自1988年雷诺公司推出Premier起历经多次探索，直至2014年迎来转折性发展。四大烟草巨头均已进入该领域：菲莫国际2014年推出IQOS并在2016年占据四分之三市场份额；英美烟草2016年推出glo；日本烟草通过收购Ploom发展出Tech/S/X系列；帝国品牌2019年推出Pulze。菲莫国际在加热卷烟领域的先发优势、技术积累及市场布局，叠加其在传统卷烟市场的品牌优势，有望巩固其行业领导地位；而其他烟草巨头在新品研发和市场拓展方面的持续发力，将促使行业竞争加剧。

## **技术驱动企业产品力提升。**

2024年电子烟行业将呈现四大技术与市场发展趋势：首先，环保意识的提升推动产品材料革新，以PLA、PBAT等可降解材料在包装和外壳上的应用将成为主流，思摩尔、卓力能等制造商已率先布局环保方案；其次，受监管趋严和环保压力影响，一次性电子烟市场将向换弹式产品转型，汉清达、斯科尔、ANYX等品牌已开始战略调整，同时印尼等东南亚市场的瓶装烟油需求持续攀升；第三，在核心技术层面，MEMS集成咪头将取代传统驻极体咪头，凭借其在耐高温、防油、防挥发及自动化生产等方面的优势，有望实现规模化应用；第四，产品功能升级方面，带屏电子烟将成为新趋势，通过显示油量、电量等信息并引入触控功能，提升用户体验。这些变化预示着电子烟行业正从简单的替烟产品向智能化、环保化、多样化方向发展，未来行业竞争将更加注重技术创新、环保责任和用户体验，具备技术优势和环保布局的企业将在新一轮竞争中占据优势地位。<sup>[22]</sup>

注：本报告重点讨论全球除中国市场<sup>[22]</sup>



## 上市公司速览

### 环球烟草 (UVV.N)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
90.0亿元	195.5亿元	6.96	19.5

### 英美烟草 (BTI.N)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
5.5千亿元	2.5千亿元	-1.35	-

### 菲利普莫里斯国际 (PM.N)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
1.4万亿元	2.5千亿元	10.7	63.35

### 帝国烟草 (IMB.L)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
1.8千亿元	3.0千亿元	-0.23	20.57

### 奥驰亚 (MO.N)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
6.5千亿元	1.7千亿元	-2.44	58.34

### 日本烟草 (2914.T)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
3.8千亿元	1.3千亿元	6.89	56.85

### 印度烟草 (500875.BN)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
5.1千亿元	649.1亿元	0.42	73.5

### 韩烟人参 (033780.KS)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
746.0亿元	304.3亿元	0.19	47.9

### 盐仓集团 (GGRM.JK)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
1.2千亿元	536.6亿元	-4.8	12.27

### 埃及东方 (EAST.E)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
118.2	37.5亿元	-	-

- [19] 1: <http://www.etmoc...> | 2: <http://www.etmoc...> | 3: <http://www.etmoc...> | 4: 国家烟草专卖局经济研...
- [20] 1: <http://www.etmoc...> | 2: 国家烟草专卖局经济研...
- [21] 1: <http://www.etmoc...> | 2: 烟草市场
- [22] 1: <http://www.etmoc...> | 2: 烟草市场
- [23] 1: 国家烟草专卖局经济研...
- [24] 1: 国家烟草专卖局经济研...
- [25] 1: 国家烟草专卖局经济研...
- [26] 1: 国家烟草专卖局经济研...

## · 公司信息

企业状态	存续	注册资本	77744.1784万人民币
企业总部	厦门市	行业	计算机、通信和其他电子设备制造业
法人	林松华	统一社会信用代码	913502005750038518
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2011-05-24
品牌名称	厦门盈趣科技股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；电子元器件... <a href="#">查看更多</a>		
2024半年度业绩	公司实现营业收入15.75亿元，比上年同期下降14.56%，实现归属于上市公司股东的净利润1.36亿元，比上年同期下降33.25%。		

## · 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	0.98	0.9	0.9	1.02	0.87	0.87	1.07	1.14	0.99	-
资产负债率(%)	38.5071	38.6588	34.5387	20.707	22.8832	34.659	32.0847	29.6224	28.8598	-
营业总收入同比增长(%)	52.9684	68.1283	98.2027	-14.9506	38.7124	37.7697	32.7887	-38.4614	-11.1622	-
归属净利润同比增长(%)	39.6815	170.3331	120.8566	-17.2979	19.6017	5.3219	6.6809	-36.5671	-35.0249	-
应收账款周转天数(天)	71.8262	72.6158	69.6244	100.0361	90.9849	104.1456	86.3602	110.0231	107.2725	-
流动比率	2.3797	2.4348	2.6469	4.3958	3.8062	3.06	3.0981	3.2036	2.777	-
每股经营现金流(元)	2.23	1.5	2.4794	1.6041	1.5256	1.524	1.2998	1.5535	0.8834	-
毛利率(%)	33.2911	42.0572	48.9369	43.0267	39.8333	33.747	27.9687	30.4344	30.6984	-
流动负债/总负债(%)	90.7401	90.8752	94.0094	90.4176	87.404	73.7644	72.449	68.756	70.0533	-
速动比率	1.8703	1.9292	1.815	2.1198	3.3382	2.3358	2.4525	2.6574	2.2476	-
摊薄总资产收益率(%)	28.9646	42.8899	49.6411	22.2509	19.2915	16.49	14.1997	8.8027	6.3603	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-	12.2193	-4.2658	7.4285	28.901	18.7706	-	-	-	-

扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-25.0457	-11.3912	20.9811	6.1124	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	50.88	72.25	80.97	24.72	25.43	23.59	21.6	13.02	8.74	-
基本每股收益(元)	0.74	1.17	2.59	1.81	2.13	2.25	1.4	0.9	0.58	0.07
净利率(%)	16.8125	27.0371	30.0552	29.2203	25.4362	20.1089	15.9411	16.3047	12.4603	-
总资产周转率(次)	1.7228	1.5863	1.6517	0.7615	0.7584	0.82	0.8908	0.5399	0.5104	-
归属净利润滚动环比增长(%)	-	1.338	-22.0653	-0.1439	39.0436	12.2305	-	-	-	-
每股公积金(元)	0.7776	0.3951	0.2469	3.7304	3.7419	3.8377	2.1909	2.1945	2.099	-
存货周转天数(天)	52.0984	64.5775	58.837	73.3915	62.1934	76.1921	80.4397	126.0504	111.3896	-
营业总收入(元)	9.80亿	16.48亿	32.67亿	27.79亿	38.54亿	53.10亿	70.61亿	43.45亿	38.60亿	7.64亿
每股未分配利润(元)	3.0614	1.7861	2.67	3.011	4.1369	5.3724	3.541	3.3677	3.1646	-
稀释每股收益(元)	0.74	1.17	2.59	1.81	2.13	2.25	1.4	0.9	0.58	0.07
归属净利润(元)	1.76亿	4.45亿	9.84亿	8.14亿	9.73亿	10.25亿	10.93亿	6.93亿	4.51亿	5561.18万
扣非每股收益(元)	0.55	1.22	2.53	1.62	1.95	1.99	-	-	-	-
经营现金流/营业收入	2.23	1.5	2.4794	1.6041	1.5256	1.524	1.2998	1.5535	0.8834	-

#### 竞争优势



**质控优势：**公司通过自主研发的u8D质量云平台对质量问题反馈、追踪、统计、分析等进行质量管理，并将该系统逐步推广至上游供应链体系使用，通过u8D质量云平台，更快速、更高效、更系统地解决质量问题。产品出货合格率长期保持在99%以上，处于行业领先水平。

## 2 深圳劲嘉集团股份有限公司【002191】



#### 公司信息

企业状态	存续	注册资本	145177.8834万人民币
------	----	------	-----------------

企业总部	深圳市	行业	印刷和记录媒介复制业
法人	乔鲁予	统一社会信用代码	91440300618921880R
企业类型	股份有限公司(台港澳与境内合资、上市)	成立时间	1996-10-14
品牌名称	深圳劲嘉集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	包装材料及印刷材料技术的设计、研发, 商品商标的设计、印刷 (含烟草、药品商标); 转... <a href="#">查看更多</a>		
2024半年度业绩	公司共实现营业总收入14.84亿元, 比上年同期减少27%; 实现归属于上市公司股东的净利润1.81亿元, 比上年同期减少35.26%; 截至2024年6月30日, 公司总资产91.08亿元, 比报告期初减少3.45%, 归属于上市公司股东的所有者权益为66.43亿元, 比报告期初减少3.43%。		

#### 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	0.96	1.16	1.02	0.99	1.04	1.03	1.39	1.18	1.24	-
资产负债率(%)	18.5106	27.9758	17.6405	17.452	16.6151	15.1446	21.5659	18.6052	24.9224	-
营业总收入同比增长(%)	17.08	2.0921	6.062	14.5558	18.2185	5.0826	20.8915	2.3991	-23.959	-
归属净利润同比增长(%)	23.9577	-20.8134	0.6465	26.2698	20.8846	-6.0671	23.8168	-80.6509	-40.0278	-
应收账款周转天数(天)	68.1006	93.577	90.582	76.2308	61.1943	51.9608	61.1747	76.2577	96.2915	-
流动比率	1.9578	1.3621	2.526	2.312	2.5203	3.0253	2.1177	2.3699	1.7809	-
每股经营现金流(元)	0.6078	0.698	0.5484	0.5704	0.81	0.7137	0.5852	0.3383	0.3237	-
毛利率(%)	45.9082	41.3293	44.111	43.6563	41.9495	34.7955	32.2066	27.7546	25.9464	-
流动负债/总负债(%)	97.4242	96.5221	97.3542	96.8537	96.601	91.9701	96.0148	95.453	96.3017	-
速动比率	1.5176	0.9917	1.5394	1.3119	1.8234	2.4275	1.623	1.784	1.4402	-
摊薄总资产收益率(%)	15.6232	10.5908	9.0871	9.9885	11.453	9.7714	10.9163	2.3461	1.5316	-
营业总收入滚动环比增长(%)	51.4838	48.1029	24.8111	29.8308	8.316	7.9728	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	80.1757	35.4983	-3.5063	7.4179	-4.3978	-42.0535	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	19.02	13.3	11.63	11.27	13.06	11.47	13.49	2.46	1.64	-

基本每股收益 (元)	0.56	0.44	0.43	0.49	0.6	0.56	0.7	0.14	0.08	0.08
净利率(%)	29.0167	22.9706	22.838	24.1679	24.229	20.6079	20.8271	4.4685	3.6625	-
总资产周转率 (次)	0.5384	0.4611	0.3979	0.4133	0.4727	0.4742	0.5241	0.525	0.4182	-
归属净利润滚动 环比增长(%)	74.7279	46.132	5.0263	8.0025	-2.4389	-34.4731	-	-	-	-
每股公积金(元)	0.248	0.1898	1.105	1.1026	0.9841	0.9808	0.9459	0.9694	0.9497	-
存货周转天数 (天)	108.2804	115.4549	147.2935	141.5206	130.8758	101.4456	88.9262	97.9432	107.9978	-
营业总收入(元)	27.20亿	27.77亿	29.45亿	33.74亿	39.89亿	41.91亿	50.67亿	51.89亿	39.45亿	7.94亿
每股未分配利润 (元)	1.7196	1.9849	1.9258	2.0762	2.3932	2.7421	3.0338	2.7919	2.503	-
稀释每股收益 (元)	0.55	0.43	0.43	0.49	0.6	0.56	0.7	0.14	0.08	0.08
归属净利润(元)	7.21亿	5.71亿	5.74亿	7.25亿	8.77亿	8.24亿	10.20亿	1.97亿	1.18亿	1.21亿
扣非每股收益 (元)	0.5265	0.3366	0.4083	0.47	0.58	0.53	-	-	-	-
经营现金流/营 业收入	0.6078	0.698	0.5484	0.5704	0.81	0.7137	0.5852	0.3383	0.3237	-

### 竞争优势



**产业规模优势：**公司及下属分子公司、参股公司在全国拥有多个生产基地，其中位于深圳的劲嘉产业园，占地面积约24.8万平方米，为烟标、彩盒、新型烟草以及复合集流体产业的研发、生产基地。公司及下属子公司、参股公司生产的烟标基本覆盖了国内烟草行业的规模品牌，能够就近为客户提供优质服务，有利于迅速响应客户需求以及大幅减少物流运转带来的产品损耗及时间成本。

## 3 华宝香精股份有限公司【300741】



### 公司信息

企业状态	存续	注册资本	61588万人民币
企业总部	拉萨市	行业	化学原料和化学制品制造业
法人	夏利群	统一社会信用代码	91310000607355000X
企业类型	股份有限公司(中外合资、上市)	成立时间	1996-06-27

<b>品牌名称</b>	华宝香精股份有限公司	<b>股票类型</b>	A股
<b>经营范围</b>	香精产品的开发、研制、生产及相关应用，天然食品添加剂和食品的开发、生产，销售本公... <a href="#">查看更多</a>		
<b>2024半年度业绩</b>	公司实现营业收入66,166.59万元，较上年同期下降4.52%。其中，由于整体下游市场需求变化以及公司产品结构调整，食用香精业务本期销售收入下降3.71%，食品配料业务本期销售收入下降10.92%，日用香精业务本期销售收入增长17.15%。报告期内，公司实现归属于上市公司股东的净利润11,136.83万元，较上年同期下降47.56%；基本每股收益为0.18元，较上年同期下降47.06%，加权平均净资产收益率1.55%，较上年同期下降1.38个百分点。		

#### ▪ 财务数据分析

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.26	1.04	1.25	1.23	1.2	1.11	1.23	1.11	1.28	-
资产负债率(%)	29.0387	14.9111	8.093	5.4608	5.894	5.9507	6.5804	13.969	10.662	-
营业总收入同比增长(%)	-13.0142	-6.3332	-15.9565	-1.3037	0.7498	-4.1586	-7.309	-2.4463	-21.6093	-
归属净利润同比增长(%)	-14.5913	-4.77	-9.1281	2.4077	5.0894	-4.4534	-14.9002	-27.8216	-47.7205	-
应收账款周转天数(天)	147.6106	130.2083	140.9885	115.2111	94.4708	98.1916	108.2391	110.1497	132.119	-
流动比率	1.8983	4.7091	9.1945	15.1755	13.5625	13.8711	11.8181	6.0689	8.8086	-
每股经营现金流(元)	2.87	2.07	2.6	2.06	2.11	1.77	2.0277	1.1205	1.1103	-
毛利率(%)	72.9754	73.9289	78.443	77.6388	76.7453	76.4431	71.8681	63.0585	55.0743	-
流动负债/总负债(%)	98.4442	98.0028	98.8105	99.5281	99.4285	95.9406	96.4564	85.8714	76.3555	-
速动比率	1.6227	4.1983	8.3444	13.74	12.5983	12.8449	11.0174	5.604	8.0833	-
摊薄总资产收益率(%)	16.0132	18.4331	20.1015	15.0644	13.9285	14.3487	12.2232	8.4253	4.3463	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	49.9049	37.4178	31.8811	28.4751	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	54.642	46.5493	31.9708	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	-	22.61	22.29	14.57	15.5	15.64	13.3	9.7	5.19	-

基本每股收益 (元)	-	2.46	2.07	1.94	2.01	1.92	1.63	1.18	0.62	0.12
净利率(%)	49.402	48.8412	53.0804	55.0326	57.3809	57.3024	52.7051	38.7087	25.2441	-
总资产周转率 (次)	0.3241	0.3774	0.3787	0.2737	0.2427	0.2504	0.2319	0.2177	0.1722	-
归属净利润滚动 环比增长(%)	-	-	76.9344	51.2994	52.2383	31.7184	-	-	-	-
每股公积金(元)	17.6969	4.2515	4.2506	7.4792	7.4821	7.5266	7.5273	7.3201	7.3201	-
存货周转天数 (天)	311.8503	269.6225	257.2531	263.3697	286.7155	304.1054	275.8621	239.0121	266.8446	-
营业总收入(元)	27.92亿	26.15亿	21.98亿	21.69亿	21.85亿	20.94亿	19.41亿	18.94亿	14.85亿	3.32亿
每股未分配利润 (元)	51.2206	2.3058	4.3472	5.5714	3.5775	3.5078	3.5386	3.3957	2.811	-
稀释每股收益 (元)	-	2.46	2.07	1.94	2.01	1.92	1.63	1.18	0.62	0.12
归属净利润(元)	13.27亿	12.67亿	11.48亿	11.76亿	12.36亿	11.80亿	10.04亿	7.25亿	3.79亿	7677.71 万
扣非每股收益 (元)	-	2.03	1.87	1.76	1.81	1.72	-	-	-	-
经营现金流/营 业收入	2.87	2.07	2.6	2.06	2.11	1.77	2.0277	1.1205	1.1103	-

## 竞争优势



客户优势：经过多年的发展，公司已成长为国内香精行业领先企业，旗下拥有“华宝”“孔雀”“奕方”“华芳”“天宏”“喜登”“澳华达”“琥珀”等一系列知名品牌，并在业内有着较高的知名度和美誉度。

[27] 1: 盈趣科技、劲嘉股份、...

## 法律声明

**权利归属：**头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

**尊重原创：**头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

**内容使用：**未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

**合作维权：**头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

**完整性：**以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

# 业务合作

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告库、募投、市场地位确认、二级市场数据引用、白皮书及词条报告**等产品，以及其他以企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等。
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展。

## 合作类型

### 会员账号

阅读全部原创报告和百万数据

### 定制报告/词条

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

### 白皮书

定制行业/公司的第一本白皮书

### 招股书引用

内容授权商用、上市

### 市场地位确认

赋能企业产品宣传

### 云实习课程

丰富简历履历

13080197867 李先生

18129990784 陈女士

[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

深圳市华润置地大厦E座4105室

# 诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

