

电子烟行业再起风云谁和谁坐上同一条船？

一叶知秋，又或是见微知著。

近期云南中烟工业有限责任公司的一则专利“一种智能加热不燃烧电子烟”被媒体报道后，不少行业人士感慨，这或许预示着传统烟草企业将进军电子烟领域，从而加速行业的洗牌。

那么，面对传统烟企即将入局的消息，电子烟品牌、代工厂、线下经销商是泰然处之，还是顾虑重重？

中小品牌“最担心的事”来了？

早在2019年11月，有关部门发布《关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》之后，电子烟行业便正式宣告“断网”，销售渠道也由线上电商转为线下渠道。

由此开始，头部电子烟品牌大规模开拓线下专柜、连锁店，中小品牌也拼命发力蒸汽馆、便利店、烟酒店，以便弥补和消化原本一度达45%的线上销量。

“电子烟利润是比较大，但过去一年我们品牌基本上没赚到钱。”陈泽浩（化名）是深圳某电子烟品牌的负责人，他告诉懂懂笔记：2020年，品牌旗下电子烟烟杆出货量为3万支，烟弹出货量为28万颗左右，相比2019年，其销量下滑了将近56%。

按照电子烟杆的利润约在50%、烟弹约有25%的利润来计算，销售利润仍有近400万。要说这收入还算可观了，为何有不赚钱一说？

“仅2020年上半年，为了拓展线下渠道我们便投入了近一千万。”陈泽浩表示，目前公司在华南地区共有380家线下销售专柜，1000余家代理销售旗下产品的便利店、烟酒店、蒸汽馆。为了提振专柜、代理店推销旗下电子烟产品的热情，公司给予销售网络的奖励返点约为15%，其中一些主力专柜的返点甚至高达20%以上。

同时，线下专柜、代理店的广告宣传物料、区域地推人员薪资支出，也占了公司全部经营成本的六成以上，这一切都是为了在行业激烈竞争中不被淘汰。

根据天眼查披露的数据显示，截止2020年11月4日，国内有超过2.1万家企业名称或经营范围包含“电子烟、电子雾化器”，且状态为在业、存续、迁入、迁出的电子烟相关企业。

但与此同时，有超过2200家电子烟相关企业已经注销或吊销，宣告正式“消失”。其中，仅2020年注销或吊销的企业就有600家，约占消失企业总数的27%。

“所以，最近几天云南中烟公开电子烟专利的新闻一出，我就更担忧了。好不容易烧了这么多钱，在行业竞争的夹缝中生存下来了，现在又要面临新的挑战。”

陈泽浩留意到，云南中烟公开的电子烟专利显示为“智能加热不燃烧电子烟”，他猜测实现形式应该类似于iQos含有真实烟草成分的低温加热烟，但目前受制于相关政策，国内主流产品均为电子雾化烟。

相比电子雾化烟，低温加热电子烟拥有口感更加接近真实香烟的特点，更能迎合老烟民的喜好，一旦正式推出上市，或将从电子雾化烟领域抢走大批追求香烟口感的用户。

“这对头部品牌在国内的销量肯定会有一定影响，但是对于中小品牌而言就可能是致命的打击，只怕熬得过‘断网’熬不过传统烟企的入局了。”陈泽浩略显无奈地抱怨着。

显然，传统烟草企业涉足电子烟行业，有可能会让中小电子烟品牌“屋漏偏逢连夜雨”，遭受新一轮销量打击。即便那些在激烈的行业竞争中刚站稳脚跟的中小品牌，也将面临淘汰和洗牌浪潮。

代工厂的“大舞台”在海外

看似竞争残酷的电子烟行业，是重供应链、轻品牌的新兴行业。尽管很多新创品牌为了快速抢占市场份额拼得你死我活，但真正掌握原材料、技术专利的，基本是背后的大型代工厂、供应链上游龙头。

因此，这才有了品牌装“孙子”、代工厂真“大爷”的戏说。那么，传统烟企公开电子烟专利的消息，又是否会在代工厂、供应链层面掀起一轮风波呢？

“这几天（新闻）在工厂、材料等上下游企业之间都传疯了。”2016年，廖哥投入了将近四百万元在深圳宝安建立了一家电子烟代工厂，主要生产电子烟烟弹产品，目前拥有60名余员工。

与周边其他电子烟代工厂相比，他经营的工厂规模并不算太大，但是也能够实现年产烟弹300万颗的产能。尽管最近圈内都在疯传传统烟企巨头入局电子烟领域的新闻，可是廖哥认为目前应该不会对电子烟代工厂产生太大负面影响，“毕竟很多工厂目前代工的产品主要都是销往海外的。”

“我们工厂代工的品牌，重心都在欧美等海外市场，一直是走高端路线。”他告诉懂懂笔记，早在创业之初，厂里也曾和国内中小电子烟品牌、初创团队合作过，生产了一些电子烟产品。有一段时间，他们还根据客户需求，代为加工生产了一些高仿知名电子烟品牌的烟杆、烟弹，然后由客户通过微商渠道出货。

但是近一段时间以来行业市场竞争激烈，太多中小品牌迭代、消亡，山寨产品代工的体量也越来越少，厂里感觉风险大、利润低。因此，半年前廖哥就开始琢磨转型了。

“升级了新技术、生产线，进一步加大对外销品牌合作代工的力度。”目前，他所经营的电子烟工厂有近90%的代工产品都是销往海外市场，即便受传统烟企入局的冲击，国内电子雾化器市场面临新的竞争压力，他认为只需砍掉厂里剩余的10%国内订单就能应对。

事实上，受市场竞争激烈、行业政策变化的影响，部分电子烟品牌以及代工厂都在积极拓展欧美市场的代工业务。据廖哥透露，目前深圳的很多代工厂均将国内代工订单控制在50%甚至更低比例，以便应对突如其来市场风险。

根据“电子烟第一股”思摩尔上市前发布的招股说明书显示，2016~2019年四年间，思摩尔直接和间接向美国销售产品获得的收益，占比为55.4%、49.9%、52.4%及46.5%。有消息称，思摩尔有八成的产品均销往欧美和日本等地区。

从部分公开的第三方数据来看，截止2019年，美国占全球各地区电子烟市场的份额为66%，欧盟及英国为33%，远超中国的7%。

显然，对于国内大部分电子烟代工厂而言，其更大的“舞台”在海外。即便国内电子烟市场面临新一轮的大洗牌，对于代工厂的影响也十分有限。

线下“一米柜台”反而更安心了

随着电子烟“断网”，品牌开拓线下渠道，最近一年多时间里大量的电子烟线下门店纷纷开业，成为各大品牌争夺市场份额的主力。那些小小的一米柜台，也承载了各电子烟品牌国内销量的全部希望。

那么，随着传统烟企或涉足电子烟行业的新闻持续发酵，线下电子烟渠道家是否会担心，日后的经营将受到进一步冲击？

在多数人看来，显然不会。

“其实我觉得这倒是件好事儿，起码作为终端商家不再担惊受怕了。”小李在惠州临深的一家综合体内经营着某主流品牌的电子烟专柜，尽管这一两个月来专柜都是门可罗雀，但他坦言自己做的是“熟客”生意。

每天从早到晚，都会有顾客在手机上下单向他购买烟弹，更有“熟客”经常介绍“新客”上门购买电子烟，这个小小的一米柜台对小李而言，只是“获客”一个渠道和手段罢了。

“我手机里有近4000多好友，基本上都是跟我买过电子烟的顾客。”尽管有大量“熟客”维系着专柜的日常经营，但他整天还是担惊受怕。尤其是最近这半年多，他一直害怕相关管理规定再次出台收紧电子烟的“命脉”。

小李告诉懂懂笔记，电子烟产品相对比较特殊，受众也很单一，他潜心经营了两年时间才积累了几千位“好友”常客，若电子烟行业面临着证照新规甚至叫停，这些顾客人脉也销不动其它的商品。

“现在好了，我还真盼着巨头烟企赶紧推出加热电子烟。”他强调，原本线下商家最担心的就是目前相关部门对电子烟的管理态度，害怕有朝一日会全面取缔电子烟销售。

但最近疯传的这则专利新闻，似乎给广大渠道商吃了一颗定心丸，预示着短时间内电子烟不会取缔，甚至会有新的发展空间，“现在和传统巨头坐在同一条船上，翻船的可能性就不大了。”

难道线下商家不担心传统烟企出手之后，会影响自家小门店的生意吗？

对此小李回答：并不担心。在他看来，毕竟有大量的“烟民”顾客掌握在手里，只要有电子烟业务便能继续做下去。

商家不会介意雾化烟、低温加热烟的区别，只要还有电子烟产品在市场上，便会有相应的消费需求。事实上，小李在近两年的经营过程中，已经辗转加盟了三家不同的电子烟品牌。

“哪家品牌给力扶持大、利润高、返点多，我就选择哪一家。”他透露业内甚至有部分经销商明着加盟某一品牌电子烟，然后背地里全品牌都在做，实际经营中则只推利润高的产品。

在深圳市内多家商业综合体内，懂懂笔记也发现，几乎所有商家都会邀请咨询的顾客添加好友，以便发展烟民“熟客”的私域流量。电子烟“断网”及品牌线下发力，间接让加盟商掌握了大量顾客资源，也便于日后拓展新的品牌或新的业务。

近两年来，电子烟行业在资本推动下迅速发展，大量新品牌诞生，但至今行业内都尚未出台相关的产品标准，这也导致市场乱象丛生，越来越多的品牌、商家、代工厂开始盲目扩张、野蛮生长。

有行业分析人士指出，若传统大型烟企入局电子烟行业，或许有望加速产品相关标准的制定，同时也会引导电子烟行业向规范化、标准化的方向发展。同时，能将销售、经销网络纳入统一、严格的监管，这也不失是一件好事。

与此同时，行业内大量滥竽充数的电子烟品牌，或许也将在“巨头”入局之后面临新一轮洗牌和淘汰。可以说，电子烟作为一个很难“一限了之”的行业，严格规范或将促进行业真正开始做大和做强。

硬核故乡：钢铁是怎样炼成的？

自元旦之后，新冠疫情在中国出现强烈反弹，其中，最受瞩目的莫过于河北石家庄。这个由村庄发展而来的省会城市，古代又被称作常山，没错，就是赵子龙的故乡，现在又被调侃为“国际庄”。整整一年的时间里，北京、青岛、成都、深圳都曾出现过零星疫情，但都很快地控制住了，而石家庄却成为继武汉之后，第二个因新冠疫情而高度封闭的城市。疫情带来的影响，由石家庄辐射到整个河北，甚至影响了全国的春运政策。笔者曾经多次踏足河北省，也在部分地区做过调研，身边更是有许多河北的朋友，他们均决定春节就地过年，毕竟，要对自己的工作环境、同事负责任，更实际的考虑则来自于“隔离、核酸、健康码”等一系列的麻烦，一种非典型的乡愁正在肆意蔓延。

钢铁生说：故乡，不止于一块固定的土地，更是一种辽阔无比的心情。如果我们能唤醒这种心情，就已经回到故乡了。或许，这段话能给外出打工人员短暂的安慰，而长期来看，打工者更期盼的是平衡地区经济发展，使得大家能够更热爱家乡，即便是离开，也是为了探索世界，而非背井离乡打工。最好是隔着一份核酸报告，也能知道彼此过得很好。

野蛮生长，钢材加工令一部分人先富起来

因疫情原因，石家庄以及整个河北受到关注，这多少有点儿心酸。相比于武汉樱花，光谷创业基地以及长江口岸，石家庄能

吸引人们“非来不可”的筹码并不多，这意味着，新投资、新基建、商务往来会在很大程度上绕开石家庄，而自己的优势产业则面临着“流失”风险。更加尴尬的是，石家庄乃至整个河北究竟有哪些类似BAT、海尔、华为之类的企业吗？仔细盘点一下，还真没有，能拿得出手的估计只有廊坊富士康了。

事实上，离开河北老家奋斗的人员，大都是在外地求学的大学生或者经商人员，正如笔者所接触到的媒体朋友。而河北外出务工人员的规模并不大，主要是因为石家庄、唐山、沧州、廊坊等地，分布着大量“作坊式”钢铁加工厂，向本地打工者提供一份能“糊口”的工作，甚至能吸引一些四川、贵州等地的南方人。这些作坊工厂常起源于小老板们的一次旅游或者一次聚会，他们的视野开阔，是第一批走出河北，走向全国的人，际网络遍布广东、浙江、上海、天津、北京等地，或者经常在河北境内，如唐山、沧州、石家庄转悠。毫无疑问，他们是村里最富裕的人，逢年过节，这些人一定会回到故乡，有些甚至能开着路虎、宝马、奔驰回来，颇有些威风。同时，小老板们也不吝啬，会主动联系村干部，慰问孤寡老人、走访低保户，最拉风的就是资助贫困大学生。这样的事情搞多了，他们在村里的威望渐渐升高，如果时机恰到好处，就会在村委会谋求职位。组织上信任他们，村里人信任他们，都是看中其创造就业的能力，而他们的作坊也需要组织批一块地，各取所需。

作坊生产是粗犷的，“钢铁冲压”最典型：把一块巨型铁板，加工成一段段钢管或者客户需要的形状，这些半成品会送到汽车、拖拉机、摩托车厂，是物美价廉的配件。

在钢铁生意兴起的早期，小老板们都能快速地发家致富，不仅仅是因为竞争者较少，更在于并不规范的工作模式。一来作坊式的工厂肯定没有加班费，更没有五险一金，连工人的安全都无法保证。要知道，冲压机连8mm厚的铁板都能捅破，手指一旦碰到会立刻断掉。事实上，自上世纪九十年代开始，农村工人断掉的手指都有一箩筐了，意外的事情多了，也就不觉得意外了。从业者大都要丢掉一到两根手指，就好像丢掉头发一样。显然，如此状况只能出现在早期野蛮和蒙昧的状态，钢铁工人赚钱靠的是做别人不想做、不敢做的事情，而小老板们则要付出巨大的经济赔偿和心理成本，好不甘心。

正规经营，现代工厂成为故乡的钢铁脊梁

在2017年的时候，河北保定发生了一件大事：雄安新区成立。这个千年大计由国家最高管理组织规划并执行建设。显然，雄安新区成立，不仅带来企业、投资、技术，同时也带来新的思路和文化，一种更加辽阔，更现代的经营制度，经由雄安新区开始逐步辐射到整个河北地区。其中，最重要的变化就是作坊式经营的正规化。

首先，作坊式工厂开始走正规的审批程

序，缴纳相应的税款，所占用的土地也只能申请合法的工业用地，一些私自占用的耕地以及在自家院子里加工的模式越来越少。此外，审批的过程也是指导的过程，此前有人做电镀、烤漆生意，却没有完备的环保措施，对周边的河流、耕地造成污染。如今在审批的环节中，可以评估建立完备的环保措施，或者干脆停掉；其次，越来越多的工厂开始走正规化经营，不仅足额支付加班费，还会缴纳五险一金，如今临近年关，也会发放年终奖。有一些小老板认识到自身之局限，会聘请大学生担任总经理完成日常的运营工作，工龄制、绩效制、末尾淘汰制等管理制度，正在慢慢地渗透于河北农村。最后，也是最重要的，村里人的精神面貌开始变化，越来越多的人开始理解生活的本质和年的本质，特别是过年的时候，迷信活动越来越少，开车到城市里看电影、逛图书馆、参加文化节越来越流行。显然，这就是钢铁的力量，物质决定意识。

从近段的交通数据来看，高铁客流量相较于去年减少70%。河北、黑龙江、辽宁等疫情高风险地区更是遭到冷遇，一些出差人员或者临省的返乡者都会绕开这些地区。显然，人们对于疫情地区的恐惧需要时间来慢慢消化。在这个特殊的春节里，唯愿我们和我们的家乡都能变得更好，就地过年的打工者需要报平安，让家里人知道：我们过得很好。（科技新发现 康斯坦丁/文）