

行業概覽

本行業概覽所載資料及統計數據乃由Euromonitor International Limited編製，主要作為市場研究工具，基於公開資料及行業意見調查對市況作出估計。凡提及Euromonitor International Limited不應視為Euromonitor International Limited有關任何證券價值或投資於本集團是否可取的意見。董事相信本行業概覽所載資料及統計數據的來源為該等資料及統計數據的合適來源，並合理謹慎摘錄及轉載有關資料。董事並無理由相信該等資料屬虛假或有誤導成份，或遺漏任何重大事實導致該等資料虛假或有誤導成份。本公司、獨家保薦人、聯席賬簿管理人、包銷商或參與[編纂]的任何其他各方均無獨立核實本行業概覽所載Euromonitor International Limited編製的資料及統計數據，且上述人士及Euromonitor International Limited亦並無就其準確性發表任何聲明，因此投資者在決定是否作出任何投資時不應依賴有關資料及統計數據。

中國卷煙市場概覽

政府產業政策對煙草市場有重大影響

中國卷煙市場由政府(主要為國家煙草專賣局和中國煙草總公司)壟斷。國家煙草專賣局是為管理中國煙草行業及實行專賣制度而建立的政府機構及執法代理，其主要職責包括：

- (i) 研發有關煙草行業的策略與規劃；
- (ii) 監管中國煙草專賣法律法規的執行情況；
- (iii) 組織中國境內煙草商品的生產、管理、貯存與運輸及進出口；
- (iv) 就有關煙草行業的稅收與經濟政策、法規、規範及質量標準提供意見；
- (v) 對煙草行業進行適當改革及實現煙草行業現代化；
- (vi) 進行重大研究及推廣與該行業有關的教育發展、科學及技術成果；
- (vii) 實行統一領導、專賣專營、財務控制及內部審計；及
- (viii) 執行國務院指派的事宜。

行業概覽

中國煙草總公司為國家煙草專賣局領導的國有企業，業務範圍涵蓋統一中國煙草生產、管理及進出口貿易以及國有資產經營與管理，其主要職責包括：

- (i) 根據年度國家長期綜合計劃，進行研究投資、基建籌備、技術規劃、重點項目及全行業統計分析；
- (ii) 開發及推廣煙草行業新技術；
- (iii) 落實國家煙草種植、收購及分配計劃；
- (iv) 實施年度卷煙行業生產計劃，推行現代化管理方法及加強煙草行業企業管理；
- (v) 安排及規劃國家卷煙市場及分配；
- (vi) 為煙草製造商提供先進技術與設備；及
- (vii) 貫徹國家對外貿易政策，統一管理煙草行業出口業務。

中國煙草實業發展中心乃直屬於國家煙草專賣局和中國煙草總公司的國有企業，負責指導、協調及管理九間附屬公司的生產、改革及經營活動。近年來，中國煙草行業正在改組及整合。

年份	事件
----	----

2000年	中國有1,180多個卷煙品牌，市場極為分散。
2001年	國家煙草專賣局發佈「關於加快卷煙產品結構調整的意見」，擬定「中國卷煙品牌戰略研究提綱」，並公佈「2001年度全國煙草行業名優卷煙品牌」名單，列出36個品牌。另一方面，實施中國卷煙行業的品牌戰略以來，小工廠或遭淘汰出市場或遭併購。
2004年	國家煙草專賣局發佈「100個卷煙牌號目錄」列出保留的卷煙品牌，旨在減少卷煙品牌數目。
2006年	國家煙草專賣局公佈「中國卷煙品牌發展綱要」，指定重點培育10個重點品牌和10家重點企業的計劃。
2008年	國家煙草專賣局提出「20+10」計劃，確定30個重點卷煙品牌。
2010年	國家煙草專賣局公佈532計劃和461計劃，促進整合進程並擴大頂級卷煙品牌的業務規模。

行業概覽

年份 事件

2012年 達成培養出年產量超過三百萬箱之雙喜•紅雙喜、紅塔山、白沙及雲煙三大卷煙品牌的目標。

行業整合減少卷煙製造商及品牌數目

2011年，貴州中煙的成立是完成全部16家省級中煙工業公司和上海煙草改革的里程碑。卷煙製造商的組織架構改變或會穩固管理體制，成為集中資源，日後壯大規模和競爭力的積極因素。

根據國家煙草專賣局的資料，截至2010年中國卷煙製造商數目減少至26家，而2000年有近200家企業從事卷煙生產。該26間公司隸屬中國煙草總公司，包括1家卷煙集團上海煙草、16家省級中煙工業公司以及其他9家中國煙草實業發展中心非省級企業。

2013年中國卷煙製造商

身份	公司名稱(英文)	公司名稱(中文)	市場份額 (銷量)
煙草集團	Shanghai Tobacco Group Co., Ltd.	上海煙草(集團)有限責任公司	6.6%
省級中煙工業公司	China Tobacco Yunnan Industrial Co., Ltd.	雲南中煙工業有限責任公司	88.2%
	China Tobacco Hunan Industrial Co., Ltd.	湖南中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Jiangsu Industrial Co., Ltd.	江蘇中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Zhejiang Industrial Co., Ltd.	浙江中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Hubei Industrial Co., Ltd.	湖北中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Fujian Industrial Co., Ltd.	福建中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Anhui Industrial Co., Ltd.	安徽中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Guangdong Industrial Co., Ltd.	廣東中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Chuanyu Industrial Co., Ltd.	川渝中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Guizhou Industrial Co., Ltd.	貴州中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Guangxi Industrial Co., Ltd.	廣西中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Henan Industrial Co., Ltd.	河南中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Shaanxi Industrial Co., Ltd.	陝西中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Hebei Industrial Co., Ltd.	河北中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Jiangxi Industrial Co., Ltd.	江西中煙工業有限責任公司	
	China Tobacco Shandong Industrial Co., Ltd.	山東中煙工業有限責任公司	

行業概覽

身份	公司名稱(英文)	公司名稱(中文)	市場份額 (銷量)
中國煙草實業發展中心	Heilongjiang Tobacco Industry Co., Ltd.	黑龍江煙草工業有限責任公司	5.2%
	Hongta Liaoning Tobacco Co., Ltd.	紅塔遼寧煙草有限責任公司	
	Jilin Tobacco Industry Co., Ltd.	吉林煙草工業有限責任公司	
	Gansu Tobacco Industry Co., Ltd.	甘肅煙草工業有限責任公司	
	Shenzhen Tobacco Industry Co., Ltd.	深圳煙草工業有限責任公司	
	Inner Mongolia Kunming Cigarette Co., Ltd.	內蒙古昆明卷煙有限責任公司	
	Shanxi Kunming Tobacco Co., Ltd.	山西昆明煙草有限責任公司	
	Hainan Hongta Cigarette Co., Ltd.	海南紅塔卷煙有限責任公司	
	Jilin Tobacco Imp & Exp Co., Ltd.	吉林煙草進出口有限責任公司	

資料來源：歐睿、國家煙草專賣局

2013年按零售量計算的頂級卷煙製造商

排名 (附註)	生產商	2011年		2012年		2013年	
		零售量 十億支	市場份額 (%)	零售量 十億支	市場份額 (%)	零售量 十億支	市場份額 (%)
1	雲南中煙	536.2	20.7%	471.9	17.7%	496.0	18.4%
2	廣東中煙	175.1	6.8%	225.0	8.5%	229.0	8.5%
3	湖南中煙	166.5	6.4%	220.2	8.3%	226.2	8.4%
4	湖北中煙	164.4	6.3%	181.3	6.8%	182.8	6.8%
5	上海煙草	138.8	5.4%	175.0	6.6%	178.0	6.6%
—	其他	1,411.7	54.4%	1,387.9	52.1%	1,383.4	51.3%
		<u>2,592.7</u>	<u>100</u>	<u>2,661.3</u>	<u>100.0%</u>	<u>2,695.4</u>	<u>100.0%</u>

資料來源：來自歐睿對國家煙草專賣局等的案頭調研和貿易專訪

附註：2013年排名

煙草行業在中國政府集中整合卷煙市場的倡導下演變。根據中國煙草及歐睿的資料，卷煙品牌數目由2001年的1,183個減少至2009年的138個，再減至2013年的90個。2012年十大品牌市場份額為45.3%，2013年上升至47.5%。同時，十大生產商銷量份額由2012年的73.8%增加至2013年的74.9%。

2013年，卷煙行業保持集中，五大品牌佔據市場的29.4%，而五大生產商佔據市場的48.7%。2013年，雙喜•紅雙喜表現最佳，銷量達2,122億支。

行業概覽

2013年按零售量計算的五大卷煙品牌

排名 (附註)	生產商	2011年		2012年		2013年	
		零售量 十億支	市場份額 (%)	零售量 十億支	市場份額 (%)	零售量 十億支	市場份額 (%)
1	雙喜•紅雙喜	—	—	208.3	7.80%	212.2	7.90%
2	雲煙	115.1	4.40%	150.0	5.60%	170.6	6.30%
3	紅塔山	155.0	6.00%	153.0	5.70%	149.2	5.50%
4	白沙	152.5	5.90%	152.5	5.70%	147.4	5.50%
5	黃山	100.0	3.90%	106.0	4.00%	113.4	4.20%
—	其他	2,070.1	79.8%	1,891.5	71.2%	1,902.6	70.6%
總計		2,592.7	100.0%	2,661.3	100.0%	2,695.4	100.0%

資料來源：來自歐睿對國家煙草專賣局等的案頭調研和貿易專訪

附註：2013年排名

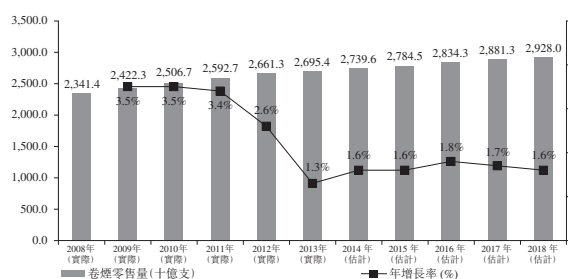
中國的吸煙人口和中國卷煙市場增長

中國吸煙人口於2013年達276.7百萬人，2008年至2013年複合年增長率為1.2%。中國卷煙市場於2013年的零售額為人民幣12,694億元，較2012年上升9.8%。2013年頂級品牌(包括中華、雲煙、雙喜•紅雙喜、芙蓉王、利群、玉溪及黃鶴樓)的年銷售額均超過人民幣400億元。預計截至2018年中國卷煙市場規模將達人民幣31,871億元，相當於2013年以來的複合年增長率20.2%。

2013年中國卷煙市場按零售量計溫和增長1.3%，達26,954億支，預計2013年至2018年間的年增長率為1.7%。

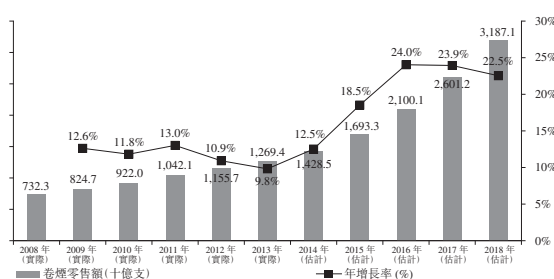
卷煙市場價值的增速遠高於零售量增速，顯示卷煙單價上升。根據政府計劃，中國整個卷煙行業(尤其領先品牌)將繼續產品升級以提高盈利能力和競爭力，換言之，卷煙均價在未來數年將穩步增長。

2008年至2013年(實際)、2014年至2018年
(估計)中國卷煙市場零售量



資料來源：歐睿資料庫

2008年至2013年(實際)、2014年至2018年
(估計)中國完稅卷煙零售價值



資料來源：歐睿資料庫

行業概覽

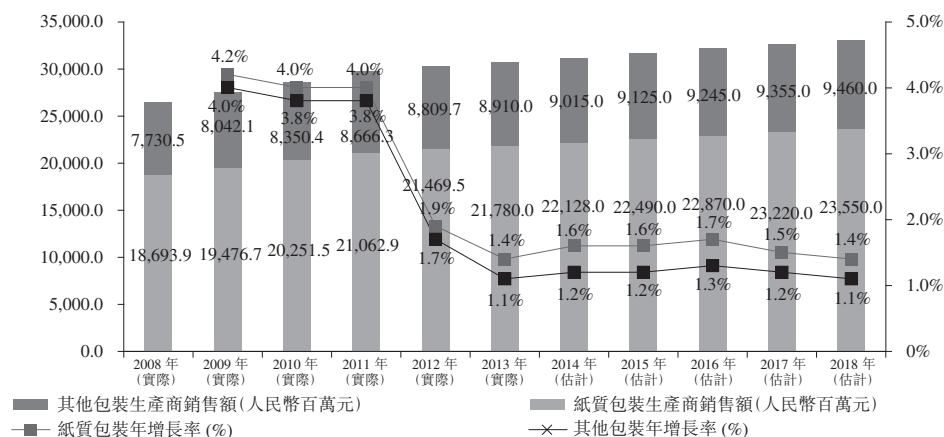
卷煙行業煙草控制措施的影響

作為全球最大的煙草消費者及出產國，中國於2003年簽署世界衛生組織制訂的煙草控制框架公約，並批准兩年後執行。中國表達了煙草控制的承諾，然而，回顧過往五年，煙草控制似乎對中國卷煙市場未產生重大不利影響。預測中國卷煙市場未來數年仍會保持穩定。儘管如此，煙草控制措施可能會對中國卷煙行業的未來增長有不利影響。

中國卷煙包裝市場概覽

中國卷煙包裝行業增速緩慢，複合年增長率約為3.0%，約等於2008年至2013年卷煙零售量的複合年增長率，2013年市值為人民幣30,690.0百萬元。卷煙包裝行業的表現與卷煙市場一致，過去五年增長緩慢。卷煙市場增長滯緩很大程度上是由於產品升級或產品組合調整所致，最終對卷煙包裝行業的成長有不利影響。預計2013年至2018年中國卷煙包裝行業複合增長率會維持1.5%，而卷煙市場零售量則為1.7%。中國煙草控制措施亦可能對中國卷煙包裝行業的未來增長有負面影響。

2008年至2013年(實際)及2014年至2018年(估計)中國卷煙包裝生產商銷售額



資料來源：歐睿貿易專訪及案頭調研

紙質包裝是2013年卷煙包裝市場價值的最大貢獻者，市場份額為71.0%。其他包裝類型包括軟質電化鋁、金屬罐及軟質塑料，市場份額合共不足30%。由於卷煙升級無疑會刺激包裝需求，可帶動卷煙包裝提升質量，故在所有包裝類型中，紙質包裝於未來五年最具潛力。此外，紙質包裝的便攜性亦深受消費者青睞。

行業概覽

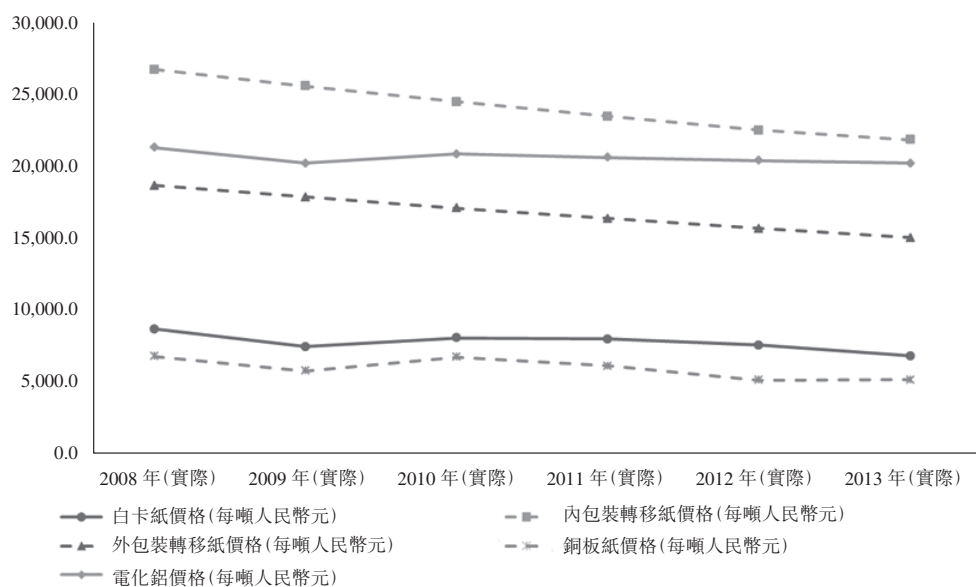
煙草生產的原材料採購受政府監督

2010年11月，國家煙草專賣局發佈煙用物資採購管理規定。該規定全面覆蓋供應商管理、採購程序及監督。卷煙製造商須評估潛在供應商的資質，被視為不合資格的供應商不得參與日後採購。煙草生產的原材料採購有多種形式，其中公開招標為主要方法。各招標邀請須通過媒介公開，而為保障成本控制，參與競標的合資格供應商數目須不少於3名。為防止惡性競爭，卷煙製造商須規定採購定價上下限，預計上限是為降低卷煙保障的平均價格。最後，監督部門負責監督，打擊採購程序的非法活動。

近年大多數原材料價格回升

根據貿易資料，2008年金融危機導致整體市場需求低迷，2009年所有卷煙包裝重要材料需求均有所下降。2010年至2013年，由於競爭加劇、原材料成本下降以及政府實施有關簡化卷煙包裝的政策，材料價格下降。

2008年至2013年原材料價格



資料來源：歐睿基於對萬得信息技術股份有限公司的貿易專訪及案頭調研所作估計

行業概覽

競爭格局

中國卷煙包裝市場

中國卷煙包裝行業市場日漸成熟，有上百家具規模的公司以及數千家中小型包裝生產商主力經營卷煙包裝業務。2010年底實行招標制度前，中國卷煙製造商採用「核准供應商」制度，據此，卷煙製造商僅從各自的「核准供應商」名單中採購卷煙包裝。

2013年就生產商銷售額而言的中國頂級卷煙包裝生產商

排名	生產商	生產商銷售額 (人民幣百萬元)	市場份額 %	地點	上市或非上市
1	中國競爭者A	2,953.9	9.6%	香港	上市
2	中國競爭者B	1,890.0	6.2%	湖南省常德市	非上市
3	中國競爭者C	1,869.8	6.1%	廣東省深圳市	上市
4	中國競爭者D	1,576.5	5.1%	廣東省汕頭市	上市
5	中國競爭者E	1,481.7	4.8%	廣東省深圳市	上市
—	本集團	469.5	1.5%	湖北省宜昌市	非上市
—	其他	20,448.6	66.7%		
—	總計	30,690.0	100.0%		

資料來源：歐睿自貿易專訪及案頭調研中得出的估計

准入門檻

卷煙包裝行業競爭者數目受多個准入門檻限制，包括：

大筆創辦資金

進入卷煙包裝行業須承諾為設備及機器投入大筆創辦資金以生產優質產品。卷煙包裝生產包括三大主要生產階段(即印刷階段、印後階段及質量控制階段)且各主要生產階段均須綜合使用不同的工業設備及機器。由於卷煙製造商訂立的卷煙包裝質量標準通常要求嚴格及卷煙包裝規格因產品而各有不同，卷煙包裝生產商或須進口昂貴精密機器及購買各類機器以確保產品質量及生產不同規格產品的能力。市場參與者投產的先決條件是須購買機器、建立廠房及基地以及僱用技巧精湛且經驗豐富的僱員，而這均須大量資金投入。

行業概覽

行業知識、技術知識及產品性能

卷煙包裝生產商須具備行業知識、技術知識及產品設計能力以了解及滿足卷煙製造商的需求。行業要求卷煙包裝生產商具備豐富的行業知識及技術知識以滿足卷煙製造商訂立的嚴格質量標準並跟上行業日益增加的嚴格要求(例如環境相關的行業標準)。中小型卷煙包裝生產商因技術不足而無法與領先從業者競爭。由於卷煙包裝因產品不同而規格各異，故卷煙包裝生產商亦須具備行業知識及技術知識以提高其生產不同類型卷煙包裝產品的能力。隨著中國卷煙行業的卷煙品牌不斷整合及專注生產更優質的產品，產品設計能力對卷煙包裝生產商能否把握卷煙行業目前趨勢所創造的機遇愈加重要。卷煙包裝的產品設計是該行業獲利的關鍵，但僅有少數人員精於此道。因此，市場參與者短期內難以發展該能力。

卷煙製造商獲得「核准供應商」地位需時

卷煙製造商授予新卷煙包裝生產商「核准供應商」地位前須耗費大量時間評估有關卷煙包裝生產商。「核准供應商」主要根據評估具有良好紀錄的卷煙包裝生產商的生產能力而授出。並無任何過往經驗的市場參與者或難以向卷煙製造商提供任何令人信服的憑證。

參與投標制度

投標制度自2010年底實施以來已成為所有卷煙包裝生產商(包括市場參與者)自卷煙製造商獲取訂單必須參與的過程。投標制度通常為全面評估標準，包括根據評分系統評估定價、產能、質量控制等不同因素。因此，相較行業經驗較少的市場參與者，評估卷煙包裝生產商整體生產能力的投標制度可能有利於既有卷煙包裝生產商。

未來卷煙包裝市場的機遇及挑戰

分散市場

卷煙包裝市場經整合後仍較分散，生產商數目眾多，部分進行多樣化經營，其他則專注於卷煙包裝。然而，優質卷煙包裝主要由頂級生產商生產。

2013年，政府繼續鼓勵卷煙製造商更努力開發高檔卷煙。該等包裝通常更優質，例如結合多種印刷方法生產的無毒及低VOC油墨包裝，必然對包裝生產商的技術能力的要求更高。中小型生產商技術不足令彼等無法與附加值較高的中高端市場領先從業

行業概覽

者競爭，即卷煙不斷升級帶來的利潤主要由頂級生產商收獲。我們相信，本集團將受惠於上述政府政策。努力提升印刷技術以節省成本及保護環境是我們的策略，而非將本集團定位為純粹的紙質卷煙包裝製造商。憑藉該等策略及市場定位，我們相信本集團應能夠領先於分散卷煙包裝生產行業的其他市場參與者，亦將繼續受益於高檔卷煙的發展趨勢。

環保包裝愈加受重視

隨著環保意識的提高，政府及消費者日漸關注生產卷煙包裝可能對環境造成的危害。除環境保護法外，中國政府亦制定《卷煙條與盒包裝紙中揮發性有機化合物的限量指標》及《卷煙條與盒包裝紙中揮發性有機化合物的測定：頂空一氣相色譜法》等準則以防止包裝生產商使用對環境有害的材料。儘管生產商使用的大部分柔性塑料不可降解，惟現已開發可降解柔性塑料並預計在其成本降低時投入使用。此外，環保材料的使用(例如：水墨)亦受高成本的限制，現時主要用於高檔卷煙包裝。公眾及政府環保意識提高可能導致環保成本增加，因此本集團或會受到影響。

預期卷煙包裝行業即將整合

卷煙行業持續整合推動卷煙包裝進行類似整合。根據行業慣例，(i)卷煙製造商確定兩至五個卷煙包裝生產商作為其供應商；及(ii)卷煙包裝生產商主要擁有兩至五個主要客戶，確保彼此相對穩定及緊密的業務關係。

此外，中國卷煙市場將於未來數年升級，專注開發價格更高並要求更佳包裝的更優質產品。然而，由於眾多中小型包裝生產商技術不足及欠缺設計能力，無法滿足一二級卷煙的更高包裝要求，而大型生產商在確保與卷煙製造商的合同時有競爭優勢。簡言之，卷煙市場的升級趨勢可能對卷煙包裝行業產生相反影響，對大型卷煙包裝生產商有利而對中小型包裝生產商不利，並將加速持續整合。

由於目前客戶基礎規模不一，董事認為本集團或會受卷煙包裝行業持續整合影響。有關擴大客戶基礎策略的其他詳情，請參閱本文件「業務 — 業務策略 — 加強銷售及市場推廣活動，鞏固與現有客戶的關係及與潛在客戶發展業務」及「風險因素 — 由於我

行業概覽

們相當倚賴紙質卷煙包裝的銷售且中國卷煙行業任何加強煙草控制措施或行業整合或會對本集團業務及前景產生不利影響」兩節。

卷煙包裝商一直嘗試卷煙包裝以外的多樣化經營

卷煙行業的合併令機遇與風險並存。對於與領先卷煙製造商保持牢固關係的生產商而言，彼等繼續受益於客戶採購訂單數量的增加，然而面臨其他方面的激烈競爭，彼等或會失去部分應佔份額。對於專注於與中小型生產商保持關係的生產商而言，預計彼等會因變革而蒙受損失，甚至會失去從事卷煙行業的根基。因此，轉移資源作為將目前業務模式多元化的舉措對避免負面效應及實現穩健的財務表現至關重要。由於紙質卷煙包裝行業與其他紙質包裝行業有若干相似之處，大部分行業知識及技術可自紙質卷煙包裝行業轉至其他紙質包裝行業，後者成為卷煙包裝生產商拓展彼等業務模式的可行選擇。

由於日後招標的採購要求更為嚴格，因此董事認為本集團或會受持續整合影響。有關我們豐富產品組合策略的其他詳情，請參閱本文件「業務 — 業務策略 — 進一步開發社會產品紙質包裝以豐富產品種類」及「風險因素 — 由於我們相當倚賴紙質卷煙包裝的銷售且中國卷煙行業任何加強煙草控制措施或行業整合或會對本集團業務及前景產生不利影響」兩節。

董事的確認

董事確認，經採取合理謹慎步驟後，自歐睿報告日期以來，市場資料概無出現任何重大不利變動可能限定、否定或影響本節所載資料。

資料來源

歐睿乃一間專注於行業、國家、公司及消費者生活方式研究的市場研究公司，為獨立第三方。

本公司委託歐睿就中國卷煙行業及卷煙包裝行業編製歐睿報告，總費用為人民幣600,000元，董事認為符合市場價格。

研究方法

歐睿主要以自上而下的研究為中心，輔以自下而上的情報，更全面準確地呈現中國及湖北省卷煙及卷煙包裝市場情況。所採用的研究方法如下。

行業概覽

歐睿在與卷煙市場及卷煙包裝市場的相關行業協會、行業專家及領先生產商進行獨立貿易訪談時留意到，卷煙包裝市場較為分散，有諸多生產商參與其中，因此難以達成業內共識。

歐睿利用現有2014年煙草綜合數據(包括2014年前的數據)對照國家煙草專賣局公佈的數據確定中國卷煙市場規模及市場份額。由於歐睿不斷更新及改善數據質量，並定期進行研究，因此全國數據可能有別於過往及後續版本。

為作出對中國及湖北卷煙包裝市場規模、份額及預測的最終估計，歐睿訪問領先行業參與者，了解彼等對市場整體規模、排名及份額、趨勢及動力、預測及主要參與者的市場地位及銷售業績以及卷煙包裝產品增長的看法。歐睿分析中亦使用公司年度報告、行業協會公佈的數字等二手資料來源。

歐睿報告所呈報市場份額數據通過實地考察(包括案頭調研及貿易專訪)釐定。雖然部分公司提供經審核數據，惟該等數據一般不能將收益數字劃分為所研究的相關類別。對於該等公司及計入市場份額之非上市公司，歐睿根據各類商業資料來源(並非僅僅該等公司)所作估計預計彼等之市場份額，並盡可能對該等估計達成共識。謹此說明，上表所載市場份額估計乃基於受訪貿易資料之意見而非歐睿的市場份額意見。

假設及參數

歐睿編製歐睿報告時已採用以下假設：

- 宏觀經濟及人口統計乃預測卷煙市場規模的重要因素，進而重大影響卷煙包裝市場的發展；
- 假設中國宏觀經濟於整個預測期內保持穩定增長；
- 預測期內，中國的吸煙文化將保持穩定而不會重大改變；及
- 預測期內，卷煙替代物的可接受程度仍保持較低水平。

行業概覽

歐睿於其市場規模及預測模型考慮以下參數：

- 2008年至2013年期間 — (i)中國完稅卷煙零售價值；(ii)中國卷煙市場零售額；(iii)按性別劃分的中國吸煙人口；(iv)中國卷煙包裝生產商銷售額；及(v)原材料價格；及
- 2013年年度 — (i)按零售量銷售額計算的中國頂級卷煙製造商；(ii)就生產商銷售價值而言的中國頂級卷煙包裝生產商；及(iii)按零售量計算的中國頂級卷煙品牌。

歐睿研究或會受上述假設之準確度及上述參數之選擇影響。