



“九五至尊”标价150元/包。 快报记者 路军 摄

# 周久耕“倒”了 “天价烟”却火了

“买的人不抽，抽的人不买”这条“潜规则”，更加凸显反腐倡廉的必要性和紧迫性

南京卷烟厂办公楼的电梯里，“九五至尊”的海报贴得方方正正，员工和外来访客们进进出出一眼就能看到。

自从被动打上了“周久耕”的烙印，“九五至尊”的命运格外受到关注。坊间流传着两种版本：一说的不许再卖、停止生产了；另一说是知名度大涨、卖得更火了。对这两种说法，南京卷烟厂一位负责人笑着反问记者：“你觉得哪种更可信？”

**“九五至尊”销量同比上涨七成**

“我给你个数字。”没等记者回答，南京卷烟厂一位负责人拿过来一份报表，“现在‘九五至尊’的销量和去年同期相比出现了明显的增长！”

报表显示，今年以来截至3月22日，“九五至尊”共销售545箱，去年同期是317箱，增幅为70%多。在这样一种增幅的带动下，今年前3个月的销量，已经超过去年全年的半——2008年“九五至尊”的销量是1000箱左右。

“周久耕事件确实对我们‘上量’起到了一定的作用。”该负责人对此毫不避讳，“九五至尊是2006年底开发出来的，这些年走势一直都不错。不过今年受金融危机影响，我们的产品结构总体上有所下降，‘南京’系列下降了4%左右，唯独‘九五至尊’是上升的，这与周久耕事件发生后，这包烟的知名度增加有关系。”

上述变化，在零售市场也得到了印证。南京中央商场的烟酒专柜中，高档香烟琳琅满目，明黄色包装的“九五至尊”仍然抢眼。售货员说，“这烟原来销量就不错，现在也很好，可能周久耕也算是给南京‘九五至尊’做广告了吧。”

在苏果、沃尔玛、苏捷烟酒连锁店，千元以上的高档烟都很畅销。记者一提到“送礼要用”，南京“九五至尊”一般都在推荐之列。售货员说，过年期间一直是香烟销售高峰期，今年过节时，一个柜台一天可卖出十几条“九五至尊”。

**墙里开花墙外香？**

网络论坛中，千元以上一条的香烟被笼统称作

“天价烟”。在烟草销售行业，四五百元以上一条的香烟即归入“高端产品”一类。

当前的金融危机，多多少少波及到了一些“天价烟”。以南京市场为例，南京市烟草公司有关人士说，今年以来，千元以上的高端香烟销量总体有所下降，例如去年同期销量达到三四十箱的一些品种，现在只有十箱左右。

值得一提的是，在这样的总体走势中，“九五至尊”的销量是持平的，“这个时候能够站得住，从某种角度来说就是增长的。”

然而，将南京市烟草公司统计的“南京市场销量持平”，与南京卷烟厂统计的“增幅70%多”两相对照后不难发现，眼下“九五至尊”颇有些“墙里开花墙外香”的意味。

“我们这70%多的增长不光是南京市场，而是整个市场的。”南京卷烟厂负责人表示，增量部分主要来自南京之外的省内市场，且集中在苏南、苏中，省外则以山东、浙江为主。

周久耕事件发生后，作为生产厂家的南京卷烟厂首先是“惊讶”，随后很快就意识到这可能会增加自己产品的“知名度”。事实也证明，“全国对这个烟感兴趣的地区明显多了，找这烟的人也多了。”该负责人坦言，“确实有不少人好奇，‘九五至尊’究竟是怎样一种烟。”

今年以来，不但一些原来就销售“九五至尊”的烟草公司、销售点增加了销量，一些原来没有销售该品种的也下了订单，其中有不少是南京之外的城市。

在记者走访的一些零售市场，售货员也同样表示，“买这个烟的有不少是外地人，要买一些南京的特色烟带回去，往往指明了要‘九五至尊’，有的按包买，有的按条买，买得多的一次就是3条！”

**“买的人不抽，抽的人不买”**

周久耕“倒”了，天价烟“火”了，这不能不说是个耐人寻味的现象。“天价烟”的背后，究竟有着怎样的一个消费群体？

周久耕“倒”了，“天价烟”却火了。周久耕不经意间竟成了“天价烟”最佳形象代言人。

**“天价烟”因叨在一个涉嫌贪腐的官员嘴上而走红，确实有点讽刺的意味。应该说周久耕的“天价香烟门”在南京官场上引发的不啻是一场地震，最明显的是让一些干部的抽烟习惯从此发生了改变。从前拿不出手的20元的“金南京”、30元的“红南京”咸鱼翻身重登“大雅之堂”。个别干部在公开场合碰面时会戏谑对方，查查他抽的是什么烟，当然“天价烟”在这种场合几乎杳无踪迹。但是记者从南京烟草系统获得的消息是“天价烟”销量在大幅上升。**

**是谁在买，是谁在抽，这确实是个问题。**

**“买的人不抽，抽的人不买”，连商场卖烟的营业员都明白这条早已浮出水面的“潜规则”，更加凸显反腐倡廉的必要性和紧迫性。**

“买的人不抽，抽的人不买！”南京多家超市、烟酒专卖店的营业员回答得都十分干脆，“我们会问顾客是自己抽还是送人，一般买这么贵的烟都是送礼的。”

而送礼后这种天价烟的结果，一个是送给别人后，别人又继续转送他人；另一个就是转手卖掉，进入“回收”环节。尽管在我国，个体商贩收购香烟属于违法行为，但是“烟酒回收”的字样还是或明或暗地出现在一些小杂货店的招牌上，还有一些出现在网络论坛上。

根据网络论坛里的几个手机号码，记者采访了几位烟酒回收者。其中一位自称“做得比较大”，一天能做十几万元的生意。他向记者透露，大部分做得好的烟酒回收者都拥有一批“固定客户”，“有的人一年要给我们十几次货呢！”这些卖主都是些什么人呢？大部分回收者回答：“我们只管做生意，不管客户是谁人。”也有的回收者直言：“我们都跟领导打交道！”

“烟酒回收”行业的存在，某种程度上显然是“买的人不抽，抽的人不买”的一个印证。

“从单纯的销售环节上，看不出这烟的最终消费群体。”南京市烟草公司有关人士认为，“高档香烟产

品较为特殊，光从购买人来看是无法与消费群等同的，肯定还有流通环节。”根据他们的了解，高档香烟的消费群一般以私营企业主、白领、高档婚宴用烟、宾馆酒店为主，千元以上的除了上述群体外，还包括建筑企业老板、上市企业老总等。

周久耕事件发生后，网上曾一度爆出这是某单位“招待用烟”的说法，且不论这一说法是否属实，但多少说明了“天价烟”的其中一种消费用途。

**南京官场“香烟交际”悄然改变**

周久耕事件中，“九五至尊”被视为“腐败烟”，并进而推至整个“天价烟”领域。

走访市场，“天价烟”的品种之多，的确远不止一个“九五至尊”。目前，南京市场上的“九五至尊”每条最低1200元，一般是1500元。价格接近的还有每条1200元的“盛世典藏金圣”和“苏烟”（硬壳铂晶），每条1000元的“熊猫”等。比这些还要贵，被网友们称作“太空价”的品牌也有不少，例如每条2000元的“黄鹤楼1916”、每条1980元的硬壳“玉溪”等。

但在采访中，受访者几乎都回避将天价烟等同于“腐败”。最常见的类比，便

是LV等国际名牌箱包、名酒、名车，“任何一种奢侈品都有它的消费群，只要买的人认为值得，那就是合理的。关键是使用人是不是购买人，购买人买了它的目的又是什么。”持这一观点的受访者均认为，香烟本身只是一种消费品，本身不具备“腐败”的属性。

不过，即便“天价烟”与腐败的关系扯得再清，南京某局的一位处长告诉记者，还是悄然发生了一些变化。

通常，同事之间或社交场合，相互递根烟是种正常现象，不过如今最受关注的是递过来的“是什么烟”。南京某局的一位处长告诉记者，“有时候挺尴尬的，给别人11元、20元一包的‘南京’吧，容易被人说‘小气’；要是给40多元一包的苏烟吧，人多的时候还真有点舍不得。当然，100多元一包的好烟，是绝对不敢掏出来的！”

另一机关的办公室主任说起“香烟交际”则有点哭笑不得，“大会小会上，大家往往下意识会留意主席台上领导手边放的烟，反正‘九五至尊’是没见过了。”他说，大家现在开玩笑，干脆把烟放在口袋里，手直接伸进口袋里掏烟，这样不管“档次”高低都无所谓了……

**“天价烟”与平价烟质量差多少**

那么，究竟“档次”的高低与香烟质量、口感的优劣是否绝对相关呢？生产、销售企业以及一些“烟民”都告诉记者，“有关系。”不过，价格上的悬殊，是否等同于质量与口感上的悬殊呢？

“不管在原料、生产工艺，还是过滤嘴和外壳包装上，高档烟的要求都是很高的。”南京卷烟厂负责人以“九五至尊”为例说，该产品选取的烟丝都来自云南产的烟叶的中上部分，在生产的技术含量上相比于其他产品也有很多突破，口感更加绵柔、香醇。

至于150元一包的“九五至尊”与11元一包的“红南京”相比，“性价比”是不是也差了有100多元，该负责人未正面回答，但他表示，这里面的确还有品牌效应的问题，就像几万元一只的名牌箱包，和几十元一

只的廉价包，性价比同样未必就差这么多……

就整个香烟市场而言，“天价烟”的比例并不大。仍以南京市场为例，南京市烟草公司2008年的购进量（与销售量基本持平）略超过30万箱，其中每条100元左右的大众消费仍占主导，销量占全年购进量的20%；每条400—500元价位的高档烟如“苏烟”“中华”等约8000箱，而千元以上的更高端产品只有200多箱。

显然，中低端产品的市场流量更大。那么，厂家又为何仍不惜培育高端产品市场呢？业内人士透露，关键仍在于一个重要因素“利润”。

香烟是高税率的产品，“一条1000元的香烟，交给国家的税收就有400多元。”业内人士给记者算了一笔账，一二类香烟的各项税率加起来约有45%，另外每箱还要交150元的定额税，这部分是由生产企业交的，另外流通环节还要交17%的增值税，“所以，扣除这些税收，烟价越高，利润绝对值就越高。”

**尴尬的“周久耕与天价烟”**

在周久耕事件后，一度传出国家要为高档烟“限价”的说法，每条超过1000元的香烟不再允许生产和销售。不过，记者通过求证获悉，这不过是国家有关部门对零售价的指导意见，并不具备强制效应，而市场上比比皆是的天价烟，也从另一个角度说明了“需求市场”的存在。

而“需求市场”的存在，又被质疑是为“腐败”留下了空间。一些网民建议，应该为“公款购烟”“招待用烟”限定标准。对此，南京市纪委有关人士告诉记者，目前对公务招待的限定主要仍是从财务制度上着手，“没有也很难”具体到某一个消费品种上。

再联系到今年全国两会上，被广泛关注的“官员财产申报立法”，同样面临着“标准难定”的尴尬。在一系列难题尚未解开之前，周久耕“带火”九五至尊之类的怪现象很难根绝。

快报记者 郑春平 实习生 刁艳阳