

2021年中国烟草市场分析报告- 市场竞争现状与发展战略评估

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国烟草市场分析报告-市场竞争现状与发展战略评估》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/537735537735.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

据数据统计显示，2016年，我国烟草行业推进供给侧改革，集中清理库存，销量降低至2.31万亿支。2019年，卷烟销售量2.37万亿支，同比减少0.17%。

2015-2019年我国卷烟销售量走势情况 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 公共关系优势 中国烟草企业对经济建设有着重要的贡献，每年烟草行业向国家提供的税收要占到国家总税收的10%左右，一些省区烟草上缴的税收成为当地的财政支柱,为国家的经济建设做出了重要的贡献,在保持与政府及社会各界的顺畅沟通方面处于较为有利的优势。根据数据显示，2020年，全国烟草行业实现工商税利总额12803亿元，同比增长6.2%。

2015-2020年我国烟草行业税收总额 数据来源：公开资料整理

(2) 市场优势 中国近十三亿人口占世界人口的五分之一，目前全球有13亿多吸烟者，其中3亿多人在中国，占吸烟总人数的三分之一左右,中国已经成为全球烟草生产和消费量的第一大国。根据数据显示，2019年我国吸烟人数达到32004万人。

2015-2019年我国吸烟人数情况 数据来源：公开资料整理

(3) 技术优势

中国的烟草企业经过几年的改革和整合，特别是经过技术引进和改造，中国烟草企业目前已拥有较为庞大资产规模,在硬件装备及制造能力方面具有较高水平,部分重点企业的技术装备与跨国烟草公司相媲美甚至已领先于他们。

(4) 成本优势

在我国市场上，中国烟草企业，特别是各卷烟工业基本建立了自己的烟叶生产基地,有着成本相对较低的烟叶原料、劳动力和基础设施等要素资源，以相对较低的资源成本生产出符合国内消费者口味的烤烟型产品。根据资料显示，我国香烟生产基地根据水热条件可以可以分为3个二级区。我国烟草主要生产区

名称

位置

主要内容

松嫩三江平原晒烟区

松花江——嫩江平原和松花江下游的三江平原，即黑龙江、吉林的中部

晒烟种植面积占全国的1.4%，占总产量的1.8%，近几年烤烟种植面积发展到12万亩。

辽宁平原丘陵烤烟区

辽宁省中部平原、辽西走廊和辽东半岛

烤烟分部在西丰、开原、清源海城、兴城、锦西等县，面积约5万亩。

长白山山地烤烟晒烟区

黑龙江东南部、吉林东部及辽宁东部的长白山山地和它延伸的丘陵地带

是关东烟的主要产地，烟草传入已达300多年，有名晒烟较多。目前主要分布在辽宁省的风城、宽甸，吉林省的延吉、和龙、安固、汪清，黑龙江的牡丹地区。数据来源：公开资料整理

(5) 网络优势 目前中国烟草商业是卷烟工业在国内的唯一分销商，而且中国烟草经过12年的卷烟销售网络建设，已经建立起以“电话订货、网上配货、电子结算、现代物流”为特点的现代流通网络，已经具有较高的市场控制力，卷烟零售网络覆盖全国。

二、劣势分析 (1) 体制性障碍

与国外几大跨国烟草公司相比，中国烟草企业在产权制度和治理结构等方面仍不够完善，企业作为独立利益主体和市场竞争主体，却在资源和权属方面无法得到根本保障，受到很多的行政干预。(2) 对“专卖专营”制度性依赖过强

许多烟草企业没有自己的核心理念，对自己的目标和定位不大清楚，缺乏参与市场竞争的意识和能力。(3) 市场适应能力较弱

由于我国烟草企业走出国门去拓展国际市场的经验和能力严重不足，市场适应能力较弱，导致我国烟草市场在承受外来竞争压力的情况下，行业发展将会受阻。(4) 技术及经营管理水平较低

我国烟草卷烟工业尚处于分散状态，品牌过多过散，还缺乏具有较强竞争力且规模较大的名牌产品，散和弱依然是制约我国烟草做大做强的一個软肋。我国烟草企业在生产集中度、节约生产及交易成本、提升品牌竞争力等方面与国际品牌相比存在着极其较大的差距。

(5) 高素质人才紧缺

由于烟草行业有高税和集一、二、三产业于一体两个特点，烟草行业成为我国所有行业中较为特殊的一个行业。在烟草专卖管理体制的保护和约束下，烟草行业从业队伍发展始终处于一种相对封闭的状态。在这种状态下，我们烟草行业缺乏与外界实现较好的交流、联系与沟通。那些适合烟草行业需要的高能力人才，还无法进入到烟草行业中来，烟草行业从业队伍的素质和能力提高较为缓慢，用人方面的机制始终处于一种僵化的局面。(6) 自主创新程度和能力不强

目前我国烟草行业自主创新方面存在较多的问题和不足。一方面，烟草行业没有树立自主创新的观念，在自主创新上认识不深。另一方面，烟草行业还没有有效建立自己发展的自主创新体系，自主创新能力不强。

三、机遇分析

(1) 中国成为WTO成员

中国成为WTO正式会员为外国烟草进入国内市场打开方便之门的同时，也为中国烟草企业“走出去”拓展国际市场提供了环境及条件。根据数据显示，2019年，我国烟草及其制品进出口贸易总额为33.24亿美元。其中，出口贸易金额为14.20亿美元，进口贸易金额为19.05亿美元，贸易逆差扩大为4.85亿美元。2020年1-2月，我国烟草及其制品出口贸易金额为6369万美元，同比下降41.1%；进口贸易金额为1.43亿美元，同比下降66.1%。

2015-2020年1-2月我国烟草制品进出口金额统计情况 数据来源：公开资料整理

(2) 科学发展顺应历史潮流 我国烟草坚持以科学发展观为指导，以平稳发展的指导方针。行业正处于发展最好、发展最快、贡献最大的有利时期。企业还采取一系列措施支持社会主义新农村建设，顺应了建设小康社会和谐社会的要求，在外部环境方面赢得了主动权。

(3) 固本强基取得成效 烟草行业牢固树立“国家利益至上、消费者利益至上”行业共同价值观，坚持“消费者满意、零售户满意、烟农满意”的服务理念，并在在打破地区封锁、净化交易行为、规范市场秩序、扶持烟叶生产等方面取得实质性成效，用实际行动有力地巩固和维护了烟草专卖制度，为中国烟草企业的健康成长提供内外环境。

(4) 合作双赢带来新机会 在国内及国际市场上与跨国烟草公司展开竞争与合作，为中国烟草企业提供了许多学习和提升的机会，也面临很多有利的发展机遇。

四、威胁分析 (1) 控烟和反吸烟的影响

由于世界卫生组织倡导《烟草控制框架公约》条约出现，对我国烟草企业的未来发展将产生诸多方面的限制和约束,烟草产业发展环境将面临更加严峻的形势。 (2)

跨国公司的直接冲击

我国烟草企业即将面临的威胁主要来自如英美烟草公司、菲利普 莫里斯公司、日本烟草公司等几大跨国烟草公司的冲击，由于跨国烟草强力渗透将导致中国烟草原有市场份额不断减少。

(3) 消费理念的转变

我国随着各方面改革的不断深入与全球经济与文化的日益融合，我国烟草企业对主要由“灰色消费”支撑起来的“高档高价卷烟”存在较高的依赖度将逐渐下降，以购买和消费“高档高价卷烟”为主的顾客群体极有可能不断流失和转向。同时，随着无危害香烟替代品的研究及产品开发上市,将会吸引一定数量的烟民。这些对我国烟草企业的发展和生存与将产生不小的影响。(TJL)

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国烟草市场分析报告-市场竞争现状与发展战略评估》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询

机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国烟草行业发展概述

第一节 烟草行业发展情况概述

- 一、烟草行业相关定义
- 二、烟草行业基本情况介绍
- 三、烟草行业发展特点分析
- 四、烟草行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、烟草行业需求主体分析

第二节 中国烟草行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、烟草行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国烟草行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国烟草行业生命周期分析

- 一、烟草行业生命周期理论概述
- 二、烟草行业所属的生命周期分析
- 第四节 烟草行业经济指标分析
 - 一、烟草行业的赢利性分析
 - 二、烟草行业的经济周期分析
 - 三、烟草行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国烟草行业进入壁垒分析
 - 一、烟草行业资金壁垒分析
 - 二、烟草行业技术壁垒分析
 - 三、烟草行业人才壁垒分析
 - 四、烟草行业品牌壁垒分析
 - 五、烟草行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球烟草行业市场发展现状分析

- 第一节 全球烟草行业发展历程回顾
- 第二节 全球烟草行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲烟草行业地区市场分析
 - 一、亚洲烟草行业市场现状分析
 - 二、亚洲烟草行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲烟草行业市场前景分析
- 第四节 北美烟草行业地区市场分析
 - 一、北美烟草行业市场现状分析
 - 二、北美烟草行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美烟草行业市场前景分析
- 第五节 欧洲烟草行业地区市场分析
 - 一、欧洲烟草行业市场现状分析
 - 二、欧洲烟草行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲烟草行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界烟草行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球烟草行业市场规模预测

第三章 中国烟草产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品烟草总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国烟草行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国烟草产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国烟草行业运行情况

第一节 中国烟草行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国烟草行业市场规模分析

第三节 中国烟草行业供应情况分析

第四节 中国烟草行业需求情况分析

第五节 我国烟草行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国烟草行业供需平衡分析

第七节 中国烟草行业发展趋势分析

第五章 中国烟草所属行业运行数据监测

第一节 中国烟草所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国烟草所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国烟草所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国烟草市场格局分析

第一节 中国烟草行业竞争现状分析

一、中国烟草行业竞争情况分析

二、中国烟草行业主要品牌分析

第二节 中国烟草行业集中度分析

一、中国烟草行业市场集中度影响因素分析

二、中国烟草行业市场集中度分析

第三节 中国烟草行业存在的问题

第四节 中国烟草行业解决问题的策略分析

第五节 中国烟草行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国烟草行业需求特点与动态分析

第一节 中国烟草行业消费市场动态情况

第二节 中国烟草行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 烟草行业成本结构分析

第四节 烟草行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国烟草行业价格现状分析

第六节 中国烟草行业平均价格走势预测

- 一、中国烟草行业价格影响因素
- 二、中国烟草行业平均价格走势预测
- 三、中国烟草行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国烟草行业区域市场现状分析

第一节 中国烟草行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区烟草市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区烟草市场规模分析
- 四、华东地区烟草市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区烟草市场规模分析
- 四、华中地区烟草市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区烟草市场规模分析
- 四、华南地区烟草市场规模预测

第九章 2017-2020年中国烟草行业竞争情况

第一节 中国烟草行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国烟草行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国烟草行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 烟草行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国烟草行业发展前景分析与预测

第一节 中国烟草行业未来发展前景分析

一、烟草行业国内投资环境分析

二、中国烟草行业市场机会分析

三、中国烟草行业投资增速预测

第二节 中国烟草行业未来发展趋势预测

第三节 中国烟草行业市场发展预测

一、中国烟草行业市场规模预测

二、中国烟草行业市场规模增速预测

三、中国烟草行业产值规模预测

四、中国烟草行业产值增速预测

五、中国烟草行业供需情况预测

第四节 中国烟草行业盈利走势预测

一、中国烟草行业毛利润同比增速预测

二、中国烟草行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国烟草行业投资风险与营销分析

第一节 烟草行业投资风险分析

一、烟草行业政策风险分析

二、烟草行业技术风险分析

三、烟草行业竞争风险

四、烟草行业其他风险分析

第二节 烟草行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国烟草行业发展战略及规划建议

第一节 中国烟草行业品牌战略分析

- 一、烟草企业品牌的重要性
- 二、烟草企业实施品牌战略的意义
- 三、烟草企业品牌的现状分析
- 四、烟草企业的品牌战略
- 五、烟草品牌战略管理的策略

第二节 中国烟草行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国烟草行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 烟草行业竞争力提升策略

- 一、烟草行业产品差异性策略
- 二、烟草行业个性化服务策略
- 三、烟草行业的促销宣传策略
- 四、烟草行业信息智能化策略
- 五、烟草行业品牌化建设策略
- 六、烟草行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国烟草行业发展策略及投资建议

第一节 中国烟草行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国烟草行业营销渠道策略

一、烟草行业渠道选择策略

二、烟草行业营销策略

第三节 中国烟草行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国烟草行业重点投资区域分析

二、中国烟草行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/537735537735.html>