

2017-2022年中国烟草制品产业专项调查及发展规划分析报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国烟草制品产业专项调查及发展规划分析报告》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/290374290374.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

传统烟草制品作为一种嗜好品已经有几百年的历史，已经融入到大多数烟民的生活之中。然而，近年来人们重新思考吸烟与健康及二手烟等问题，这些传统烟草制品所带来的弊端日渐突出。与此同时，随着世界控烟力度的加强，世界各个国家也出台了一系列控烟法律、政策。在这些法律、政策的影响下，烟草制品的发展环境发生了重大而深刻的变化，烟草制品结构正朝着多样化和无烟化的发展方向加快调整。

鉴于此，研究并开发能够满足当前消费者需求、降低吸烟以及二手烟带来危害的新型烟草制品已经成为烟草行业未来发展的重要任务。本文就新型烟草制品的发展进行了综述，并分析了当前新型烟草制品市场状况，旨在为新型烟草制品研究和开发提供参考借鉴。

传统烟草制品是指燃吸式的烟草制品，通过烟草燃烧发生化学反应，释放出各类化学物质，供吸烟者吸食。而新型烟草制品目前并没有权威的定义，其概念区别于传统烟草制品，与非燃吸式的烟草制品含义基本相同。与传统烟草制品相比，新型烟草制品大大减少了吸烟对消费者及周围人群的危害。

(1) 对吸烟者的危害小。这是由于吸烟者在吸食新型烟草制品时不经过燃烧，因此产生的有害物质少。

(2) 对环境的危害小。新型烟草制品不产生二手烟，减少了传统烟草制品对环境污染及他人的危害。

(3) 安全性高。传统烟草制品燃烧残留的烟蒂很容易造成火灾，而新型烟草避免了这一隐患的存在。

(4) 具有传统烟草制品的某些特性。新型烟草制品含有烟碱，能够在一定程度上满足吸烟者的生理需求。

1新型烟草制品分类

1.1无烟气烟草制品

无烟气烟草制品是指未经过燃烧过程并通过口腔或鼻腔吸食消费的烟草制品，按照使用方式分为口用型和鼻用型两大类。

据资料记载，南美洲土著人是最早食用无烟气烟草制品的。公元1500年前后，无烟气烟草从美洲被引入挪威、瑞典等北欧国家。1560年，这种烟叶的粉末被荷兰人正式命名为“鼻烟”。1620年塞维利亚成立的“Royal Snuff Factory”促进了鼻烟的发展。到1850s，鼻烟

作为奢侈品供皇家及贵族使用。

口用型烟草制品分为口含型、含化型和咀嚼型等。口用型含烟最早出现于17世纪。1730年美国成立了口含烟加工厂。到1822年，瑞典出现了“Ettan”品牌的含烟。从此之后，含烟迅速发展。

1880至1930年间，美国含烟年产量由0.18万t增长至1.8万t；1945年，美国孟菲斯成为当时最大的含烟生产商。20世纪90年代，各个品牌的含烟产品相继出现，包括当时备受欢迎的General及RodaLocket。1977年，TreAnkare公司推出了袋装型含烟，2009年出现了超高烟碱含量的含烟，其烟碱含量最高可达到2mg/g。在我国，上海新型烟草制品研究院已经成功试制“金鹿”牌口含烟。

近年来，随着人们对吸烟与健康的认识及世界控烟禁烟措施的实施，无烟气烟草制品逐渐被吸烟者广泛使用。其中美国无烟气烟草制品的年销售总额超过雪茄烟达到44亿美元，消费人群达到600万。在瑞典，无烟气烟草制品从20世纪70年代盛行，到90年代中期销售比例已超过传统卷烟。

1.2加热非燃烧型烟草制品

加热非燃烧型烟草制品（又名低温卷烟）是通过特殊的加热源对烟丝进行加热，加热时烟丝中的尼古丁及香味物质通过挥发产生烟气来满足吸烟者需求的一种新型烟草制品。与传统卷烟不同，在抽吸间歇加热非燃烧型烟草制品的烟丝处于非燃烧状态，从而尽可能减少烟草高温燃烧裂解产生的有害成分^[1]。加热非燃烧型烟草制品由菲莫、雷诺等大型烟草国际公司最早开发研制，后来随着加热非燃烧技术的不断发展，日本烟草公司发明了一种完全不加热的低温卷烟，采用特有气流控制技术，通过薄荷气体带动烟草气息和尼古丁的传送。

1.3电子烟

电子烟，又称为电雾化卷烟，它是通过电子加热手段向呼吸系统传送尼古丁的电子装置。电子烟主要由三部分构成：烟杆、雾化器、吸嘴；还有充电器，烟弹。烟杆，主要由发光二极管、电池、控制电路、气动开关等原件组成；烟弹，主要由贮液腔和吸嘴组成。电子烟最早由韩力发明，并于2003年申报发明专利，2004年由我国的如烟公司生产销售，2006年如烟公司销售额高达10亿人民币。

2013年电子烟产品专利以7500万美元卖给英国帝国烟草公司。之后电子烟逐渐由中国

销售至欧美及其他国家。目前我国也是电子烟生产的主要国家，生产总量占全球产量的90%。

2新型烟草制品市场现状

2.1无烟气烟草制品市场

2.1.1美国市场美国作为世界无烟气烟草制品的重要市场之一，其含烟市场是北欧市场的5倍。

据美国无烟气烟草公司资料，美国成年卷烟消费者转向无烟气烟草制品已经成为一个趋势，这就意味着成年卷烟消费者逐渐向无烟气烟草制品转型。自1987年以来，每年美国FTC都会对新上市的无烟气烟草制品进行宣传、促销及销售进行统计，并作分析。据FTC最新的报道显示，2012年美国当地上市的无烟气烟草制品总销售量为5.69万t，比2011年5.57万t销量略有增加，其销售额较2011年增长近4.8%。同样，据瑞典火柴公司近年来的资料报道显示，2007年美国卷烟消费量同比下降4%，而无烟气烟草制品消费量却同比增长7.1%，无烟气烟草制品成为零售业增长最快的产品，这也进一步说明越来越多的卷烟消费者减少或放弃传统卷烟，转而消费无烟气烟草制品。美国约有4500万成年烟草消费者，其中约2200万卷烟消费者希望能够找到代替卷烟的其他烟草制品，尽管目前仅有约610万消费者选择无烟气烟草制品，但在可预见的未来，无烟气烟草制品的消费群体将越来越庞大，有相当大的市场空间可供挖掘。

2.1.2欧州市场

目前，欧洲市场主要的无烟气烟草制品主要以含烟为主，且以瑞典市场最大。据统计，2014年含烟消费量比1997年增长1.2倍，火柴公司作为北欧最大的供应商，瑞典70%市场份额及挪威60%左右的份额来自该公司，2014年销售量达2亿罐以上，销售额达3.8亿美元。

2.2加热非燃烧烟草制品市场

近年来，加热非燃烧烟草制品备受世界烟草市场的关注，其相关新技术及产品不断涌现。虽然当前在法律、法规以及相关技术开发上对新型烟草制品存在着很大的争议以及许多的不确定性，但世界各大烟草公司纷纷将其作为未来烟草制品长期战略目标给予高度的重视。目前加热非燃烧烟草制品尚处于初级阶段，暂时还没有作为商业化生产，但菲利普莫里斯

公司、日本烟草公司、RJ雷诺兹烟草公司等已成功研发储备了几个低温卷烟产品。

2.3电子烟市场

根据国家烟草专卖局报道，近年来，世界电子烟的销售总额呈递增的趋势，由2010年销售总额为9.1亿美元增加至2013年的25亿美元，年平均增速高达40%左右。电子烟最初以“烟草替代品”及“戒烟产品”的定位抓住消费者的心理，但有些消费者在以尝试的态度购买后，并未能成功戒烟，进而对电子烟的戒烟功效产生了怀疑，甚至一些消费者感觉电子烟的味道与传统卷烟味道差别很大，有时会有异味出现。电子烟的价格高，普通消费者难以满足。因此，电子烟还存在许多的弊端需要改进。当前，公众对于电子烟的知晓率和使用率在迅速提高。据估计，美国2010年时，32.2%~40.9%的吸烟者和已戒烟者知道电子烟。而到了2011年，这个百分比增加到了57.9%~73.4%。2011年，英国的吸烟者和已戒烟者的知晓率为54.4%，加拿大为39.5%，澳大利亚为20%，印度尼西亚为10.9%。

据估计，在2010—2011年，美国6%的吸烟者和已戒烟者在使用电子烟，英国为4%，加拿大和澳大利亚为1%，印度尼西亚男性中的使用率为0.5%。英国药品及保健品监管局最近的一项报告发现，目前英国10%的吸烟者在使用电子烟，在英国电子烟的使用者人数已经从2012年的70万上升到了2013年的130万。美国疾病预防控制中心最近的一项研究表明，2011—2012年间，尝试过和最近使用过电子烟的美国中学生人数翻了一番，2012年曾经使用过电子烟的学生人数达到了178万。

美国、欧洲是电子烟主要消费市场，日本、韩国及部分东南亚国家是新兴电子烟消费市场。美国针对电子烟的管制措施主要包括产品登记、不得向未成年人销售等管制办法；欧盟《烟草产品指令》加强了对电子烟的监管，同时提高了卷烟消费税水平；意大利、葡萄牙对电子烟征收消费税。受到传统烟草制品加税提价等因素影响，亚洲部分国家电子烟快速升温，引起了监管部门的高度重视，可能陆续出台管制措施。

3新型烟草制品安全性

目前，国内外有关新型烟草安全性方面有着不同的见解。口含烟中亚硝胺（TSNAs）可导致口腔及咽喉发生癌变。而美国等发达国家的研究发现，无烟气烟草制品较卷烟制品能够有效降低危害。研究表明，无烟气烟草制品对人体的危害比卷烟制品要低两个数量级。新型烟草制品中主要以TSNAs、醛酮类的低分子有机化合物以及农药残留有机分子化合物为主。新型烟草制品中的口含烟TSNAs主要是通过口腔中唾液的浸润，并且通过口腔被人体所吸收，且TSNAs是被国际公认的强致癌物质，已被确认为与食道、口腔及肝脏等部位癌

变有关，因此TSNAs是无烟气烟草制品安全性的重要指标。其中TSNAs主要包括N-亚硝基降烟碱(NNN)、4-甲基亚硝基吡啶基丁酮(NNK)、N-亚硝基新烟草碱(NAT)和N-亚硝基假木贼碱(NAB)4种烟草特有的亚硝胺。不同新型烟草制品中的TSNAs含量存在一定的差异。

表：烟草制品行业主要产品大类 资料来源：公开资料，中国报告网整理

4对我国新型烟草制品发展的建议

4.1充分利用国内烟草资源，培育独特和多样性的中式风格由于传统消费者习惯了普通卷烟的口味、吃味和吸食方法，许多新型烟草制品难以满足传统消费者的需求。而新型烟草制品的使用者，其口味、习惯、使用目的则更加多元化。中式卷烟以国内烟叶为主体原料，具有明显的中国烤烟烟叶香气特征，在香气风格和口味特征上与英式、美式、日式等卷烟不同，具有明显的浓郁的中国烟叶烟气风格，这是中式卷烟抵御外烟的重要基础。因此，国内新型烟草制品的核心原料必须和仍然以国内烤烟、地方晾晒烟为主，发展具有独特风味的多元化产品。我国某些具有独特风味的地方晾晒烟资源可能进入口含烟或低温卷烟配方。

4.2提高新型烟草制品的安全性减少新型烟草制品中TSNAs含量，是当前新型烟草制品发展的重点之一。首先应当制定合理的新型烟草制品产品质量标准来规范产品的生产，形成规范的生产体系。第二应降低原料尤其是烟叶原料的TSNAs含量。第三应通过配方的筛选及生产工艺保证产品的质量。配方的筛选及产品的工艺流程可以生产出不同的产品，根据产品检测结果对产品安全性进行评价。

4.3关注功能型新型烟草制品研究与开发未来新型烟草原料不仅仅局限于烟草提取物，还可能利用中草药等天然草本植物提取物作为新型烟草制品辅助原料，使新型烟草制品兼具多种新功能。

中国报告网发布的《2017-2022年中国烟草制品产业专项调查及发展规划分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

第一章：中国烟草制品行业发展综述

1.1烟草制品行业综述

1.1.1烟草制品行业定义

1.1.2烟草制品行业产品分类

1.1.3行业在国民经济中地位

1.2烟草制品行业产业链分析

1.2.1烟草制品行业产业链结构分析

1.2.2烟草制品行业原料市场分析

(1) 烟叶种植发展分析

(2) 卷烟纸张市场分析

(3) 包装材料市场分析

(4) 滤嘴材料市场分析

(5) 烟标印刷市场分析

1.2.3烟草制品行业流通市场分析

(1) 烟草商品分销渠道类型

(2) 中国烟草物流行业发展分析

(3) 影响分销渠道选择的因素

1.2.4烟草制品消费者规模与特点

(1) 中国吸烟人口现状

(2) 吸烟人口变动的主要因素

(3) 中国吸烟人口的发展趋势

第二章：烟草制品行业市场环境分析

2.1行业政策环境分析

2.2行业经济环境分析

2.2.1国内GDP增长情况

2.2.2居民的收支水平

2.2.3行业固定资产投资

2.3行业社会环境分析

2.3.1社会控烟环境分析

2.3.2行业危机公关分析

2.3.3行业需求特征分析

2.3.4行业需求趋势分析

2.4行业技术环境分析

2.4.1行业专利申请数量

(1) 专利申请量年度趋势

(2) 专利公开量年度趋势

2.4.2烟草行业专利申请人

2.4.3行业技术创新最新动态

第三章：中国烟草制品行业整体运营状况分析

3.1烟草制品行业整体运营效率指标分析

3.1.1烟草制品行业经营效益分析

3.1.2烟草制品行业盈利能力分析

3.1.3烟草制品行业运营能力分析

3.1.4烟草制品行业偿债能力分析

3.1.5烟草制品行业发展能力分析

3.2烟草制品行业整体供需状况分析

3.2.1全国烟草制品行业供给规模分析

3.2.2全国烟草制品行业需求规模分析

3.3烟草制品行业进出口市场分析

3.3.1行业整体贸易总额

3.3.2行业出口市场分析

(1) 行业出口整体情况

(2) 行业出口产品结构

(3) 烟草制品行业出口前景及建议

3.3.3行业进口市场分析

(1) 行业进口整体情况

(2) 行业进口产品结构

(3) 烟草制品行业进口前景及建议

第四章：烟草制品行业子行业运营情况分析

4.1烟叶复烤行业运营状况分析

4.1.1烟叶复烤行业规模分析

4.1.2烟叶复烤行业生产情况

4.1.3烟叶复烤行业需求情况

4.1.4烟叶复烤行业供求平衡情况

- 4.1.5烟叶复烤行业财务运营情况
- 4.1.6烟叶复烤行业发展趋势分析
- 4.2卷烟制造行业运营状况分析
 - 4.2.1卷烟制造行业规模分析
 - 4.2.2卷烟制造行业需求情况
 - 4.2.3卷烟制造行业供求平衡情况
 - 4.2.4卷烟制造行业财务运营情况
 - 4.2.5卷烟制造行业发展趋势分析
- 4.3其他烟草制品加工行业运营状况分析
 - 4.3.1其他烟草制品加工行业规模分析
 - 4.3.2其他烟草制品加工行业生产情况
 - 4.3.3其他烟草制品加工行业需求情况
 - 4.3.4其他烟草制品加工行业供求平衡情况
 - 4.3.5其他烟草制品加工行业财务运营情况
 - 4.3.6其他烟草制品加工行业发展趋势分析

第五章：烟草制品行业市场竞争状况分析

- 5.1行业国际市场发展状况分析
 - 5.1.1国际烟草制品市场规模与份额分布
 - (1) 世界烟草市场消费需求
 - (2) 世界烟草市场供给分析
 - (3) 世界烟草原料供应分析
 - (4) 世界主要烟草公司发展动态
 - 5.1.2跨国公司在中国市场的投资布局
 - (1) 菲莫国际公司（PMI）
 - (2) 英美烟草集团（BAT）
 - (3) 日本烟草公司（JapanTobacco）
 - (4) 帝国烟草公司（ImperialTobacco）
 - (5) 加莱赫集团公司（GallaherGroup）
 - 5.1.3跨国公司在中国市场的地位与竞争策略
- 5.2行业国内市场竞争状况分析
 - 5.2.1国内烟草制品行业市场规模分析
 - 5.2.2国内烟草制品行业集中度分析
 - (1) 行业销售集中度分析
 - (2) 行业利润集中度分析

5.2.3烟草制品行业五力模型分析

- (1) 上游议价能力分析
- (2) 下游议价能力分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 新进入者威胁分析
- (5) 行业内部竞争
- (6) 五力结论分析

5.2.4中国高端卷烟市场竞争分析

- (1) 高端卷烟市场政策导向
- (2) 高端卷烟市场需求分析
- (3) 高端卷烟市场品牌格局

5.2.5中国中低档卷烟市场竞争分析

- (1) 中低档卷烟市场政策导向
- (2) 中低档卷烟市场细分方式
- (3) 中低档卷烟市场产销分析
- (4) 中低档卷烟市场竞争格局

5.3行业投资兼并与重组整合分析

5.3.1烟草制品行业投资兼并与重组整合动向

5.3.2烟草制品行业投资兼并与重组整合趋势

第六章：烟草制品行业主要产品市场分析

6.1烟草制品行业产品结构特征

6.2卷烟产品结构及特点分析

6.2.1按香味分类的卷烟产品分析

- (1) 烤烟型卷烟产品市场分析
- (2) 混合型卷烟产品市场分析
- (3) 雪茄型卷烟产品市场分析
- (4) 其他型卷烟产品市场分析

6.2.2按价格分类卷烟产品分析

- (1) 按价格分类的卷烟产品结构
- (2) 各价类卷烟消费特点与趋势

6.3

6.2.3特殊卷烟产品发展分析

- (1) 低焦油卷烟产品产销规模
- (2) 低焦油卷烟产品竞争格局

6.2.4全球新型烟草制品发展分析

第七章：中国烟草制品行业区域发展状况

7.1行业总体区域结构特征分析

7.1.1行业规模区域分布

7.1.2行业规模集中度分析

7.1.3行业效益指标区域分布分析

7.2云南省烟草制品行业发展分析

7.2.1云南省烟草制品行业发展规划及配套措施

7.2.2云南省烟草制品行业在行业中的地位变化

7.2.3云南省烟草制品行业运行状况分析

7.37

7.2.4云南省烟草制品行业发展趋势预测

7.3湖南省烟草制品行业发展分析

7.3.1湖南省烟草制品行业发展规划及配套措施

7.3.2湖南省烟草制品行业在行业中的地位变化

7.3.3湖南省烟草制品行业运行状况分析

7.3.4湖南省烟草制品行业发展趋势预测

7.4四川省烟草制品行业发展分析

7.4.1四川省烟草制品行业发展规划及配套措施

7.4.2四川省烟草制品行业在行业中的地位变化

7.4.3四川省烟草制品行业运行状况分析

7.4.4四川省烟草制品行业发展趋势预测

7.5湖北省烟草制品行业发展分析

7.5.1湖北省烟草制品行业发展规划及配套措施

7.5.2湖北省烟草制品行业在行业中的地位变化

7.5.3湖北省烟草制品行业运行状况分析

7.5.4湖北省烟草制品行业发展趋势预测

7.6贵州省烟草制品行业发展分析

7.6.1贵州省烟草制品行业发展规划及配套措施

7.6.2贵州省烟草制品行业在行业中的地位变化

7.6.3贵州省烟草制品行业运行状况分析

7.6.4贵州省烟草制品行业发展趋势预测

7.7河南省烟草制品行业发展分析

7.7.1河南省烟草制品行业发展规划及配套措施

7.7.2河南省烟草制品行业在行业中的地位变化

7.7.3河南省烟草制品行业运行状况分析

7.7.4河南省烟草制品行业发展趋势预测

7.8江苏省烟草制品行业发展分析

7.8.1江苏省烟草制品行业发展规划及配套措施

7.8.2江苏省烟草制品行业在行业中的地位变化

7.8.3江苏省烟草制品行业运行状况分析

7.8.4江苏省烟草制品行业发展趋势预测

第八章：烟草制品行业主要企业生产经营分析

8.1烟草制品企业发展总体状况分析

8.1.1烟草制品行业企业规模

8.1.2烟草制品行业销售收入

8.1.3烟草制品行业利润总额

8.1.4主要烟草制品企业创新能力分析

7.26

8.2卷烟制造行业领先企业个案分析

8.2.1湖南中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.2.2上海烟草集团有限责任公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.2.3红云红河烟草（集团）有限责任公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.2.4红塔烟草（集团）有限责任公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.2.5广东中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.2.6湖北中烟工业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.3烟叶复烤行业领先企业个案分析

8.3.1云南省烟草烟叶公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.3.2云南省烟草公司文山州公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.3.3天昌国际烟草有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.3.4云南曲靖天然烟叶复烤有限责任公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.3.5四川烟叶复烤有限责任公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

8.3.6红河烟叶复烤有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第九章：中国烟草制品行业品牌发展与营销战略分析

9.1烟草行业“532”、“461”品牌战略发展分析

9.1.1烟草行业“532”、“461”品牌战略蓝图

9.1.2“532”、“461”品牌规模与结构分析

9.1.3烟草行业超百万箱品牌市场发展分析

9.1.4“532”、“461”品牌市场

9.2烟草产品品牌的定位与运作策略

9.2.1烟草企业品牌的定位及运行情况

9.2.2烟草企业产品品牌运作策略分析

9.3烟草制品行业营销现状与问题

9.3.1国内烟草行业的营销现状

9.3.2行业主要产品销售渠道与策略

(1) 行业产品销售渠道发展分析

(2) 行业产品销售渠道发展策略

9.3.3卷烟品牌营销的误区与病症分析

(1) 品牌侏儒症

(2) 品牌过时症

(3) 品牌自大症

(4) 品牌虚幻症

(5) 品牌牵强症

9.4烟草制品行业营销策略分析

9.4.1烟草品牌传播的SNS营销

(1) 提升品牌知名度和扩大品牌影响

(2) 汇聚一批对品牌感兴趣的忠实粉丝

(3) 倾听来自消费者的声音

9.4.2构建面向消费者的精准营销体系

- (1) 加强直接面向消费者的零售终端管理
- (2) 把握消费者需求脉搏，加强信息互通

9.4.3烟草行业跨界营销策略体系

- (1) 产品及品类的跨界营销
- (2) 客户和渠道的跨界营销
- (3) 品牌的跨界营销

9.5烟草行业知名企业营销案例分析

9.5.1万宝路的市场定位策略

9.5.2中华的营销策略分析

9.5.3大红鹰的品牌战略透析

- (1) 发展历程
- (2) 品牌策略

9.5.4芙蓉王品牌发展的成功要素

9.5.5白沙的品牌企业文化内涵

第十章：烟草制品行业发展趋势分析与预测

10.1中国烟草制品市场发展趋势

10.1.1中国烟草制品市场发展趋势分析

10.1.2中国烟草制品市场发展前景预测

10.2烟草制品行业投资特性分析

10.2.1烟草制品行业市场壁垒分析

10.2.2烟草制品行业盈利模式分析

10.2.3烟草制品行业盈利因素分析

10.2.4中国烟草制品行业投资风险

- (1) 烟草制品行业政策风险
- (2) 烟草制品行业技术风险
- (3) 烟草制品行业供求风险
- (4) 烟草制品行业宏观经济波动风险
- (5) 烟草制品行业关联产业风险
- (6) 烟草制品行业产品结构风险
- (7) 烟草制品企业生产规模及所有制风险
- (8) 烟草制品行业其他风险

10.3中国烟草制品行业投资现状分析

10.3.1中国烟草制品行业投资主体结构

10.3.2中国烟草制品行业投资规模分析

10.4关于中国烟草制品行业投资建议

10.4.1烟草制品行业投资机会分析

10.4.2关于烟草制品行业投资趋势分析

10.4.3关于烟草制品行业主要投资建议

图表目录

图表1：烟草制品行业产品及代码

图表2：烟草制品行业主要产品大类

图表3：烟草制品行业占国内生产总值比重（单位：%）

图表4：烟草制品行业产业链结构图

图表5：中国纸箱（瓦楞纸箱）产量情况（单位：万吨）

图表6：商品分销渠道的类型

图表7：以来度烟草物流工程市场规模变化情况（单位：亿元，%）

图表8：以来度烟草物流系统市场规模变化情况（单位：亿元）

图表9：以来度烟草物流系统市场规模增长速度（单位：%）

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/290374290374.html>