

2016-2022年中国卷烟行业发展现状及十三五投资 前景评估报告

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《2016-2022年中国卷烟行业发展现状及十三五投资前景评估报告》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/244440244440.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

《2016-2022年中国卷烟行业发展现状及十三五投资前景评估报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行相关部门也具有极大的参考价值。

第一章 中国经济运行及居民收支

第一节 中国宏观经济运行

一、2016-2022年中国宏观经济回顾

二、2016-2022年的经济发展

三、2016-2022年宏观经济运行情况

四、2012—2016-2022年人口统计及社会消费

第二节 中国居民收支情况

一、2012—2016-2022年（）居民收支情况

二、1980—2016-2022年居民收入差距扩大

第二章 消费者环境

第一节 中国卷烟市场消费状况分析

一、我国卷烟消费市场规模

二、消费者特征分析

三、城乡消费市场结构

四、区域消费市场结构

五、卷烟消费结构

第二节 中国卷烟消费者消费行为分析

一、购买动机分析

二、购买地点分析

三、购买频率分析

四、购买品牌及忠诚度分析

第三节 中国烟民吸烟心理分析

第四节 中国吸烟者吸食口味及趋势

一、吸食口味特点分析

二、卷烟消费者吸食口味变化趋势

三、国际流行的主要卷烟牌号及口味特点

四、国际卷烟流行口味对我国消费者的影响

第五节 我国卷烟消费存在的问题

一、我国卷烟消费存在的问题

二、解决我国卷烟市场问题的几条建议

第三章 十大城市卷烟消费者调查

第一节 十大城市消费者总体汇总对比情况

一、十大城市消费者抽烟频率

二、十大城市消费者抽烟比例

三、十大城市卷烟礼品情况

第二节 北京卷烟消费者调查

一、不同性别和收入阶层抽烟的数量和频率

二、不同性别年龄收入阶层卷烟消费者品牌偏好

三、消费者选择香烟的考虑因素

四、不同性别年龄收入阶层卷烟口味偏好

五、不同性别年龄收入阶层卷烟包装选择偏好

第三节 上海卷烟消费者调查

一、不同性别和收入阶层抽烟的数量和频率

二、不同性别年龄收入阶层卷烟消费者品牌偏好

三、消费者选择香烟的考虑因素

四、不同性别年龄收入阶层卷烟口味偏好

五、不同性别年龄收入阶层卷烟包装选择偏好

第四节 广州卷烟消费者调查

一、不同性别和收入阶层抽烟的数量和频率

二、不同性别年龄收入阶层卷烟消费者品牌偏好

三、消费者选择香烟的考虑因素

四、不同性别年龄收入阶层卷烟口味偏好

五、不同性别年龄收入阶层卷烟包装选择偏好

第五节 深圳卷烟消费者调查

一、不同性别和收入阶层抽烟的数量和频率

二、不同性别年龄收入阶层卷烟消费者品牌偏好

三、消费者选择香烟的考虑因素

四、不同性别年龄收入阶层卷烟口味偏好

五、不同性别年龄收入阶层卷烟包装选择偏好

第六节 成都卷烟消费者调查

- 一、不同性别和收入阶层抽烟的数量和频率
- 二、不同性别年龄收入阶层卷烟消费者品牌偏好
- 三、消费者选择香烟的考虑因素
- 四、不同性别年龄收入阶层卷烟口味偏好
- 五、不同性别年龄收入阶层卷烟包装选择偏好

第七节 重庆卷烟消费者调查

- 一、不同性别和收入阶层抽烟的数量和频率
- 二、不同性别年龄收入阶层卷烟消费者品牌偏好
- 三、消费者选择香烟的考虑因素
- 四、不同性别年龄收入阶层卷烟口味偏好
- 五、不同性别年龄收入阶层卷烟包装选择偏好

第八节 武汉卷烟消费者调查

- 一、不同性别和收入阶层抽烟的数量和频率
- 二、不同性别年龄收入阶层卷烟消费者品牌偏好
- 三、消费者选择香烟的考虑因素
- 四、不同性别年龄收入阶层卷烟口味偏好
- 五、不同性别年龄收入阶层卷烟包装选择偏好

第九节 西安卷烟消费者系列调查图表

- 一、不同性别和收入阶层抽烟的数量和频率
- 二、不同性别年龄收入阶层卷烟消费者品牌偏好
- 三、消费者选择香烟的考虑因素
- 四、不同性别年龄收入阶层卷烟口味偏好
- 五、不同性别年龄收入阶层卷烟包装选择偏好

第十节 沈阳卷烟消费者调查

- 一、不同性别和收入阶层抽烟的数量和频率
- 二、不同性别年龄收入阶层卷烟消费者品牌偏好
- 三、消费者选择香烟的考虑因素 1
- 四、不同性别年龄收入阶层卷烟口味偏好
- 五、不同性别年龄收入阶层卷烟包装选择偏好

第十一节 南京卷烟消费者调查

- 一、不同性别和收入阶层抽烟的数量和频率
- 二、不同性别年龄收入阶层卷烟消费者品牌偏好
- 三、消费者选择香烟的考虑因素
- 四、不同性别年龄收入阶层卷烟口味偏好
- 五、不同性别年龄收入阶层卷烟包装选择偏

第四章 中国烟草政策环境

第一节 中国烟草专卖制度

- 一、新中国烟草专卖历史沿革
- 二、烟草专卖制度的总体特征
- 三、烟草专卖制度的目的
- 四、烟草专卖制度的核心内容
- 五、烟草专卖制度下的问题

第二节 中国烟草专卖局的改革

- 一、改革的总体战略
- 二、专卖局对三级法人的定位
- 三、烟草业改革方向
- 四、烟草行业的信息化改革

第三节 2016-2022年烟叶税制改革

- 一、烟叶税制的演进
- 二、取消农业特产税政策背景
- 三、烟叶税的作用

第四节 2012版卷烟准运证开始施行

- 一、适应行业企业组织结构调整的要求
- 二、适应卷烟交易方式变革的需要
- 三、适应“按客户订单组织货源”的工作要求

第五节 市场开放对烟草管制的影响

- 一、烟草控制框架公约主要内容
- 二、如何应对烟草控制框架公约
- 三、WTO对中国烟草的影响
- 四、外烟进入中国市场的障碍及劣势
- 五、应对加入世贸带来的机遇

第六节 中国烟草的政治特性

- 一、烟草与财政收入
- 二、烟草与地方利益
- 三、烟草与农民收入
- 四、烟草与行业利益
- 五、烟草行业“十一五”规划

第五章 烟草工业的技术环境

- 一、我国烟草平衡施肥技术研究现状
- 二、烟草种植环节的技术方向

三、中国卷烟降焦减害技术研究进展

四、烟草机械的技术现状

五、信息化在烟草行业应用的现状

六、中国烟草业信息技术的应用趋势

第六章 2012-2022年中国烟草行业最新动态

一、烟草行业专用风机研制成功

二、新型国产烟机在汉通过专家鉴定

三、龙烟在产牌号平均焦油量降至13.21毫克

四、采用互联网的烟叶原料保障系统

五、云南省烟科所获两项国家发明专利

第七章 烟草产业的上游行业环境

第一节 烟草种植

一、2002—2016-2022年烟叶收购情况

二、2016-2022年烟草的种植

三、2012—2016-2022年中国烟叶产量预测

四、中国烟叶生产波动大

五、农业大环境对烟叶生产的影响

六、烟叶的可持续发展策略

第二节 烟草机械设备

一、卷烟包装技术和设备

二、制丝技术和装备

三、沈飞集团拓展烟草机械

第三节 烟草物资

一、国内最大的造纸法烟草生产基地动工

二、国际卷烟纸市场

三、2002—2016-2022年卷烟纸供销情况

四、2002—2016-2022年烟草丝束供销情况

第八章 烟草行业产销情况

第一节 卷烟产量

一、2002—2016-2022年（ ）卷烟总体产量

二、2004—2016-2022年（ ）卷烟地区产量

三、2004—2016-2022年（ ）卷烟产量居于前列的卷烟省市产量增长情况

四、2016-2022年-2015《近几年》（ ）中国卷烟产量增长较快的地区产量及其增长情况

五、2016-2022年-2015《近几年》（ ）中国卷烟产量负增长的地区产量及其增长情况

六、2002—2016-2022年lingxian企业产量

第二节 2012—2016-2022年卷烟产量预测

- 一、2001-2015《近几年》产量
- 二、2012—2016-2022年产量预测

第三节 卷烟销量

- 一、2002—2016-2022年卷烟销量情况
- 二、2002年卷烟销售情况
- 三、2016-2022年卷烟销售情况
- 四、2016-2022年卷烟销售情况
- 五、2016-2022年卷烟价格情况
- 六、2016-2022年卷烟销售情况

第四节 2012—2016-2022年卷烟销量及预测

- 一、我国卷烟销量变化的影响因素分析
- 二、2012 . 销售情况
- 三、2016-2022年销量预测
- 四、2012—2016-2022年销量预测

第九章 行业经济运行 2

第一节 2003—2016-2022年（ ）中国卷烟制造业运行数据分析 2

- 一、2003—2016-2022年（ ）卷烟制造业企业数量变动情况分析 2
- 二、2003—2016-2022年（ ）卷烟制造业总体运营情况分析 2
- 三、2003—2016-2022年（ ）卷烟制造业不同规模企业运营对比
- 四、2003—2016-2022年（ ）卷烟制造业不同所有制企业对比分析
- 五、2003—2016-2022年（ ）卷烟制造业各地区运营对比

第二节 2012—2016-2022年卷烟销售收入及预测

- 一、2002-2012我国卷烟销售收入变化的因素分析
- 二、2016-2022年销售收入
- 三、2012—2016-2022年销售收入预测

第十章 卷烟进出口

第一节 2001-2015《近几年》（ ）我国卷烟进出口的总体情况

- 一、2001-2015《近几年》我国卷烟进出口的总体情况分析
- 二、2016-2022年（ ）我国卷烟进出口的情况分析

第二节 2016-2022年卷烟和卷烟废料进出口情况分析

- 一、2016-2022年卷烟和卷烟废料进口分析
- 二、2016-2022年卷烟和卷烟废料出口分析

第三节 05年卷烟或卷烟代用品制成的雪茄及卷烟进出口情况

- 一、2016-2022年卷烟或卷烟代用品制成的雪茄烟及卷烟进口情况

二、2016-2022年卷烟或卷烟代用品制成的雪茄烟及卷烟出口情况

第四节 2016-2022年其它卷烟制品、“均化”卷烟进出口情况

一、2016-2022年其它卷烟制品、“均化”卷烟和其他卷烟制品进口情况

二、2016-2022年其它卷烟制品、“均化”卷烟和其他卷烟制品出口情况

第十一章 行业发展趋势策略

第一节 中国卷烟行业发展趋势分析

一、行业重组合并是大势所趋

二、地区分割将会逐渐取消

三、卷烟宣传空间在日益缩小

四、中国卷烟品牌的未来走势分析

五、中式卷烟是中国烟草的必然选择

六、卷烟包装的绿色发展趋势

第二节 中国卷烟行业SWOT分析

一、中国卷烟行业优势分析

二、中国卷烟行业劣势分析

三、中国卷烟行业面临的机遇

四、中国卷烟行业面临的挑战

第三节 中国卷烟行业发展对策探讨

一、产业发展战略探讨

二、品牌发展策略探讨

三、卷烟产品发展方向及对策探讨

第十二章 中国烟草竞争

第一节 中国烟草竞争环境

一、卷烟消费量增势趋缓甚至下降

二、国家局扶持名优烟

三、中式卷烟是中国企业的共同价值

四、国家垄断地区障碍仍然存在

第二节 中国烟草竞争格局

一、中国烟草企业大规模重组

二、针对进口卷烟的特零证取消

三、品牌优势日益凸现

第三节 竞争格局预测

一、兼并重组将继续进行

二、市场因素推动跨省兼并重组

三、烟草三大集团格局日渐清晰

第十三章 区域发展销售预测分析

第一节 我国卷烟区域发展销售预测概述

一、2016-2022年-2015《近几年》（）中国卷烟区域竞争格局论述

二、2016-2022年中国三大烟系竞争格局分析

第二节 华北发展销售预测分析

一、2004-2015《近几年》（）华北卷烟发展销售预测总体概述

二、2004-2015《近几年》（）华北市场企业数量变化分析

三、2004-2015《近几年》（）华北市场资产总额变化分析

四、2004-2015《近几年》（）华北市场产量变化分析

五、2004-2015《近几年》（）华北市场销售收入变化分析

六、2004-2015《近几年》（）华北市场利润总额变化分析

第三节 东北发展销售预测分析

一、2004-2015《近几年》（）东北卷烟发展销售预测总体概述

二、2004-2015《近几年》（）东北市场企业数量变化分析

三、2004-2015《近几年》（）东北市场资产总额分析

四、2004-2015《近几年》（）东北市场产量变化分析

五、2004-2015《近几年》（）东北市场销售收入变化分析

六、2004-2015《近几年》（）东北市场利润总额变化分析

第四节 华东发展销售预测分析

一、2004-2015《近几年》（）华东发展销售预测总体概述

二、2004-2015《近几年》（）华东市场企业数量变化情况分析

三、2004-2015《近几年》（）华东市场资产总额变化分析

四、2004-2015《近几年》（）华东市场产量变化分析

五、2004-2015《近几年》（）华东市场销售收入变化分析

六、2004-2015《近几年》（）华东市场利润总额变化分析

第五节 中南发展销售预测分析

一、2004-2015《近几年》（）中南发展销售预测总体概述

二、2004-2015《近几年》（）中南市场企业数量变化分析

三、2004-2015《近几年》（）中南市场资产总额变化分析

四、2004-2015《近几年》（）中南市场产量变化分析

五、2004-2015《近几年》（）中南市场销售收入变化分析

六、2004-2015《近几年》（）中南市场利润总额变化分析 3

第六节 西南发展销售预测分析

一、2004-2015《近几年》（）西南发展销售预测总体概述

二、2004-2015《近几年》（）西南市场企业数量变化分析

三、2004-2015《近几年》（）西南市场资产总额变化分析

四、2004-2015《近几年》（）西南市场产量变化分析

五、2004-2015《近几年》（）西南市场销售收入分析

六、2004-2015《近几年》（）西南市场利润总额分析

第七节 西北发展销售预测分析 3

一、2004-2015《近几年》（）西北发展销售预测总体概述 3

二、2004-2015《近几年》（）西北市场企业数量变化分析 3

三、2004-2015《近几年》（）西北市场资产变化分析

四、2004-2015《近几年》（）西北市场产量变化分析

五、2004-2015《近几年》（）西北市场销售收入变化分析

六、2004-2015《近几年》（）西北市场利润总额变化分析

第十四章 国际烟草市场环境

第一节 国外卷烟市场特征

一、全球卷烟消费量基本稳定

二、国际禁烟活动推动健康意识上升

三、国外卷烟法律环境不良

四、国外卷烟企业重视发展中国家市场

第二节 部分国家地区烟草市场概况

一、美国烟草市场概况

二、俄罗斯烟草市场

三、亚洲卷烟总体状况分析

四、欧洲烟草市场概况

第三节 国外烟草政策

一、官方支持禁烟

二、世界各国对烟草消费税的征收对比

三、欧盟补贴政策改变

四、德国未能实施欧盟烟草广告禁令

第十五章 烟草营销环境

第一节 烟草营销现状

一、卷烟营销的特性

二、卷烟营销策略本身存在缺陷

三、工商双方陷入营销误区

四、品牌营销建设走了形式

五、卷烟营销中关系成分太重

第二节 烟草营销趋势

- 一、品牌经营受到重视
- 二、向服务管理型市场转变
- 三、烟草连锁经营受到关注

第十六章 烟草营销策略

第一节 烟草定位

- 一、卷烟品牌的定位依据
- 二、定位女性卷烟
- 三、烟草定为中的“美国”

第二节 卷烟包装

- 一、中国卷烟包装发展现状
- 二、卷烟包装与消费心理
- 三、健康警句对行业的影响
- 四、通过包装凸现卷烟文化
- 五、企业与卷烟包装
- 六、卷烟包装的发展趋势

第三节 烟草品牌策略

- 一、品牌文化塑造
- 二、品牌文化与媒介传播
- 三、广告策略分析

第十七章 中国烟草企业

第一节 烟草工业企业

- 一、工业企业生产经营管理特点
- 二、工业企业现状
- 三、构建工业企业核心竞争力
- 四、工业企业品牌整合的步骤
- 五、工业企业的战略取向
- 六、烟草企业整合模式

第二节 烟草商业企业

- 一、工商分离后卷烟商业企业的新职责
- 二、商业企业现行的营销运行模式
- 三、整合商业资源培育核心竞争力
- 四、重新整合物流供应链系统
- 五、着眼工商新关系，调整发展战略

第三节 烟草企业的SWOT分析

第十八章 烟草行业lingxian企业分析

第一节 云烟系—玉溪红塔卷烟集团分析

- 一、企业基本状况
- 二、2003 - 2016-2022年（ ）生产经营状况
- 三、发展战略分析
- 四、综合竞争力分析

第二节 云烟系—昆明卷烟厂分析

- 一、企业基本状况
- 二、2003 - 2016-2022年生产经营状况
- 三、企业综合分析 4

第三节 云烟系—红河卷烟厂

- 一、企业基本状况
- 二、2003 - 2016-2022年生产经营状况
- 三、发展战略分析
- 四、企业综合分析

第四节 沪烟系—上海烟草（集团）公司分析

- 一、企业基本状况
- 二、2003 - 2016-2022年生产经营状况
- 三、企业战略分析 4
- 四、综合竞争力分析

第五节 沪烟系—杭州卷烟厂分析

- 一、企业基本状况
- 二、2003 - 2016-2022年生产经营状况
- 三、企业战略分析

第六节 沪烟系—宁波卷烟厂分析

- 一、企业基本状况
- 二、2003 - 2016-2022年生产经营状况
- 三、营销策略分析

第七节 湘烟系—长沙卷烟厂分析 4

- 一、企业基本状况 4
- 二、2003 - 2016-2022年生产经营状况 4
- 三、企业战略分析 4

第八节 湘烟系—常德卷烟厂分析

- 一、企业基本状况
- 二、2003 - 2016-2022年生产经营状况
- 三、竞争战略分析

四、综合竞争力分析 4

第十九章 企业态势战略 4

第一节 企业发展趋势 4

一、中国卷烟企业的国际差距 4

二、烟草企业集团化

三、卷烟商业企业的几种发展方向

四、工业企业工艺质量管理发展方向

五、企业物流系统化

六、电子商务运用助推企业发展

第二节 企业市场运作及多元化

一、企业管理创新的核心

二、市场运作要突破同质化

三、烟草企业多元化经营的必然性

四、烟草企业多元化经营的风险

第三节 工业企业渠道策略

一、中国卷烟营销模式分析

二、现阶段卷烟营销渠道的影响力

三、中国卷烟网络建设现状分析

四、对卷烟销售渠道的发展探析

图表目录

图表 1 2016-2022年人口主要构成情况

图表 2 2016-2022年居民消费价格比上年上涨情况

图表 3 2003—2016-2022年中国农村居民收入增长图

图表 4 2016-2022年中国各地区城镇居民家庭收支基本情况

图表 5 1980—2016-2022年中国基尼系数增长图

图表 6 中国吸烟人口统计表

图表 7 2002年我国吸烟者性别结构图

图表 8 2002年我国吸烟者年龄结构分布图

图表 9 2002年我国城乡卷烟市场消费情况图

图表 10 2002年卷烟销售量地区分布图

图表 11 2002年我国卷烟消费结构图

图表 12 四大城市卷烟购买地点分布图

图表 13 不同包装类别的卷烟购买地点比较图

图表 14 各商店类型的人群比例与卷烟销售量比例

图表 15 消费者买烟的频率图

图表 16 烟民改换品牌的主要影响因素分析图

图表 17 烟民选择替代产品的最主要标准

图表 18 2016-2022年（4-7）月抽烟频率（多少/每天）的比例

图表 19 2016-2022年（4-7月）抽烟频率（多少/每天）的比例图

图表 20 2016-2022年（4—7月）各城市购买卷烟的消费者数量对比表
（GY ZX）

图表详见正文•••••

特别说明：观研天下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/244440244440.html>