

# 2009-2010年中国卷烟行业市场调研与投资发展预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2010年中国卷烟行业市场调研与投资发展预测报告》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/3585135851.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6000元 电子和纸介版: 6000

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

2007年1-12月份，行业累计生产内销卷烟21413.8亿支（4282.76万箱），同比增长5.9%。2007年1-12月份，行业累计销售卷烟21395.9亿支（4279.18万箱），同比增长5.1%。

2008年1-12月份，行业累计完成内销卷烟产量22059.0亿支（4411.8万箱），比2007年同期21257.0亿支（4251.4万箱）增加802.0亿支（160.4万箱），增长3.8%。

世界卷烟业降低成本的压力增加、从发达国家向发展中国家转换和国际品牌在全球的市场份额增加的趋势都更加明显。因此我国正在实施大企业、大品牌、大市场战略。预计“十一五”期间，烟草大省、烟草强省将基本完成省内资源整合，以省为单元的工业集团格局将出现，全国烟草的竞争层面由企业间竞争上升到省烟草工业之间的竞争。加上资产管理体制理顺，现代企业产权制度和现代公司制度的建立，届时，工业企业规模会越来越大，实力会越来越强，业内任何一个企业都会面临更加强劲对手的挑战，生存和发展压力与日俱增。

随着我国加入WTO的过渡期逐渐结束，烟草产业国内市场国际化的压力增大，加上自2009年起，《烟草控制框架公约》实施的三年缓冲期将正式结束，中国烟草企业将面临诸多无法回避的问题，而其中最直接的影响将出现在包装上。此外《公约》对于跨国界烟草广告、促销和赞助也进行了严格的规定，2009年开始实施之后国内卷烟希望通过广告等方式在国外市场扩大知名度，扩大市场份额将变得更加艰难。2008年又是北京“无烟奥运”年。预计到2025年烟民的总数仍将维持在3.2亿。因此在未来的20-30年内，烟草总消费量不会明显减少。那么，在当前的形势下，我国烟草行业应如何发展呢？

本报告依据国家统计局、国家海关总署、国家商务部、中国农业部、国家烟草专卖局、中国烟草总公司、中国烟草学会等单位提供的大量资料，对我国卷烟市场的发展现状、产量及进出口、竞争格局、重点企业、发展趋势及策略等进行了深入分析。在对我国卷烟整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国卷烟消行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

### 目录

#### 第一章 2008-2009年中国烟草行业环境分析

##### 第一节 我国烟草行业发展国内环境分析

###### 一、国内烟草市场竞争国际化

###### 二、国内发展环境日趋复杂

###### 三、行业改革进入攻坚阶段

##### 第二节 烟草行业影响因素分析

###### 一、“控烟令”对烟草行业影响分析

###### 二、2008年“两会”控烟议题分析

###### 三、“大部制”对烟草行业影响分析

##### 第三节 我国卷烟消费税政策的变化及改革建议

- 一、卷烟消费税政策的变化
- 二、卷烟消费税政策调整对烟草行业产生的影响
- 三、卷烟消费税政策改革建议
- 第四节 烟草专卖制度
  - 一、统一领导，垂直管理和专卖专营的专卖管理体制
  - 二、中国烟草专卖制度前景分析
  - 三、加大专卖执法力度
- 第五节 卷烟内部改革分析
  - 一、卷烟工业企业组织结构调整
  - 二、行业管理体制变革
- 第六节 卷烟工业技术环境分析
  - 一、“中式卷烟”与“英式卷烟”
  - 二、配方技术
    - (一) 国内外配方理念差异
    - (二) 中国卷烟配方技术的发展
  - 三、卷烟降焦减害技术研究进展
- 第二章 2008-2009烟草产业的上游行业发展分析
  - 第一节 烟叶
    - 一、2008-2009年我国烟叶复烤业主要经济指标
    - 二、我国烟叶生产分析
    - 三、中国烟叶生产可持续发展分析
  - 第二节 烟草机械设备
    - 一、世界卷烟机械市场活力再现
    - 二、中国卷烟包装设备制造业的发展
  - 第三节 烟草物资
    - 一、2008年湖南省首条高档卷烟纸生产线投产
    - 二、国产卷烟纸面对市场的发展分析
    - 三、国高档卷烟纸产量分析
    - 四、卷烟纸制造行业未来发展分析
- 第三章 2008-2009国际卷烟市场分析
  - 第一节 2008-2009年国际卷烟行业发展分析
    - 一、2008年世界卷烟市场分析
    - 二、2009年世界卷烟市场分析
    - 三、世界主要卷烟产销大国烟草税征收方式及税率
  - 第二节 2008-2009年美国卷烟市场分析

一、2000-2007年美国卷烟销售分析

二、2008年美国卷烟消费分析

三、2009年美国卷烟销量分析

四、大烟草公司的美国前景分析

第三节 2008-2009年巴西卷烟市场分析

一、2008年巴西批准了进口中国产烟叶卫生要求

二、2009年巴西卷烟价格可能提三成

第四节 2008-2009年俄罗斯卷烟市场分析

一、近年俄罗斯卷烟市场动态

二、外国卷烟制造商逐鹿俄罗斯烟草市场

三、俄罗斯卷烟消费税指标将提高20%

第五节 2008-2009年日本卷烟市场分析

一、2008年增税使日本卷烟销售量下降

二、2009年日本推出新包装“七星牌”卷烟

三、日本现行卷烟物流体系

第六节 东南亚四国卷烟市场分析

一、菲律宾

二、马来西亚

三、泰国

四、印度尼西亚

第四章 2008-2009年中国卷烟市场发展分析

第一节 2008年烟草行业经济运行情况分析

一、卷烟生产

二、卷烟销售

三、卷烟库存

四、卷烟税利

五、低档卷烟

第二节 2008年1-12月份烟草各子行业运营状况分析

一、2008年1-12月烟草制品行业运行状况分析

二、2008年1-12月烟叶复烤行业运行状况分析

三、2008年1-12月卷烟制造行业运行状况分析

第三节 2009年烟草行业经济运行分析

一、2009年1月份烟草行业经济运行情况

二、2009年2月份烟草行业经济运行情况

三、2009年3月份烟草行业经济运行情况

#### 第四节 中式卷烟发展历程

- 一、中式烤烟型卷烟的发展
- 二、中式混合型卷烟的发展
- 三、中药型卷烟的发展
- 四、其它类型卷烟的发展

#### 第五节 中国卷烟品牌发展存在的问题分析

- 一、规模实力和市场集中度与国际卷烟品牌差距较大
- 二、对国内和省内市场依赖度过高
- 三、相关的配套及保障措施亟需跟进
- 四、品牌基础素质有待提高
- 五、社会环境压力日趋加大

#### 第六节 农村卷烟市场现状及对策

- 一、农村卷烟市场现状
- 二、推进农村市场发展的对策

#### 第七节 卷烟新品牌的机遇与挑战

- 一、特点
- 二、机遇
- 三、挑战

### 第五章 2008-2009年中国卷烟产量及进出口分析

#### 第一节 2008-2009年中国卷烟产量分析

- 一、2008-2009年全国卷烟产量统计
- 二、2008-2009年华北地区卷烟产量统计
- 三、2008-2009年东北地区卷烟产量统计
- 四、2008-2009年华东地区卷烟产量统计
- 五、2008-2009年华中地区卷烟产量统计
- 六、2008-2009年华南地区卷烟产量统计
- 七、2008-2009年西南地区卷烟产量统计
- 八、2008-2009年西北地区卷烟产量统计

#### 第二节 2008-2009年我国卷烟进出口数据分析

- 一、2007年我国卷烟进出口数据统计
- 二、2008年我国卷烟进出口数据统计

### 第六章 2008-2009年中国卷烟制造业行业相关经营数据分析

#### 第一节 2008-2009年东北地区卷烟制造业市场运行情况分析

- 一、行业规模
- 二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第二节 2008-2009年华北地区卷烟制造业市场运行情况分析

一、行业规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第三节 2008-2009年华东地区卷烟制造业市场运行情况分析

一、行业规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第四节 2008-2009年华中地区卷烟制造业市场运行情况分析

一、行业规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第五节 2008-2009年华南地区卷烟制造业市场运行情况分析

一、行业规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第六节 2008-2009年西南地区卷烟制造业市场运行情况分析

一、行业规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第七节 2008-2009年西北地区卷烟制造业市场运行情况分析

一、行业规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

## 第七章 卷烟市场消费者分析

### 第一节 卷烟消费者消费行为分析

一、卷烟消费者分类及消费水平

二、卷烟产品的消费者吸味测试

### 第二节 消费心理与卷烟包装设计分析

一、消费心理与包装设计

二、消费者对卷烟包装使用过程的心理学分析

三、卷烟包装设计的一般要素

四、卷烟包装材料、文字与消费心理

五、卷烟包装装潢色彩、图案与消费心理

六、卷烟包装设计策略、定位与消费心理

七、卷烟包装设计存在的问题及对策

### 第三节 北京卷烟消费市场调查分析

一、北京地区各档次卷烟市场表现

二、北京地区卷烟消费群体特征

三、北京地区卷烟群体的消费行为特征

### 第四节 上海卷烟市场消费分析

一、上海卷烟市场的特征

二、沪产烟的市场表现

三、沪产烟面临的挑战和机遇

四、沪产烟的发展对策

### 第五节 农村卷烟消费市场调查

一、农村卷烟消费市场现状分析

二、农村卷烟消费者行为分析

三、农村卷烟消费市场存在的主要问题

### 第六节 高档卷烟消费市场分析

一、高档烟消费市场现状

二、高档烟消费者分析

三、高档烟消费市场主要问题分析

## 第八章 卷烟行业市场营销分析

### 第一节 卷烟新产品的营销策划



一、做好新产品上市前的市场调研与分析

二、注重卷烟新产品包装设计

三、提供新产品上市推广专项服务

四、加强工业企业形象的宣传力度

五、提高市场预测质量

第二节 国际卷烟品牌的营销分析

一、烟支规格与包装的变与不变

二、品牌和形象定位

三、不断革新赢得成功

第三节 边远农村卷烟市场分析

一、边远农村卷烟市场仍然存在的问题

二、边远农村卷烟零售户存在的必然性

三、边远农村卷烟零售户的销售心理

四、开拓农村边远卷烟市场的思路

第四节 卷烟流通企业的服务营销分析

一、卷烟流通企业服务营销的现状

二、卷烟流通企业服务营销必须实现“三个满意”

三、卷烟流通企业服务营销策略的创新

第五节 赢得卷烟零售客户持久忠诚度的策略

一、树立正确的服务意识

二、增强与客户的情感交流

三、提高客户的满意度

四、满足客户需求

五、增强客我互动

六、让零售客户获利

第六节 卷烟品牌营销策略分析

一、市场定位策略

二、产品价格策略

三、卷烟组合策略

四、广告宣传策略

第九章 中国卷烟行业竞争格局分析

第一节 名优卷烟竞争因素分析

一、潜在竞争者分析

二、名优卷烟内竞争日益激烈

三、WTO的相关制约

四、供应商进一步成熟

五、烟草公司趋于理性

六、应对市场的转型

第二节 中国卷烟品牌竞争力分析

一、卷烟品牌综合竞争力评价分析

二、卷烟品牌竞争力分类评述

三、提高卷烟品牌竞争力的思考

第三节 中国烟草企业与世界发达烟草企业竞争分析

一、中国烟草企业的发展历程及竞争能力分析

二、中国烟草企业发展与竞争态势及其面临的挑战

三、中国烟草企业存在的差距和亟待解决的难题

第四节 《反垄断法》下烟草行业的竞争

一、烟草行业《反垄断法》下的“垄断”

二、《反垄断法》允许的“垄断”

三、《反垄断法》管制烟草行业“垄断”

四、烟草行业也需要《反垄断法》

五、培育适度竞争市场机制

第五节 中国卷烟品牌企业竞争趋势分析

一、按老价类标准划分的卷烟品牌生产情况

二、按新价位划分的卷烟品牌分析

三、烟草行业初步预测

第六节 烟草企业可持续发展竞争优势的措施及其战略

一、可持续发展竞争优势的科学内涵

二、中国烟草企业持续竞争优势的措施

三、中国烟草企业发展的竞争战略

第十章 中国卷烟行业主要企业分析

第一节 上海烟草(集团)公司

一、企业概况

二、2008年经营业绩分析

三、2009年经营业绩分析

第二节 红塔烟草(集团)有限责任公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营业绩分析

三、优势分析

四、红塔加快布局世界品牌

## 五、品牌战略分析

### 第三节 湖南中烟工业公司

#### 一、企业概况

#### 二、2008-2009年经营业绩分析

#### 三、品牌发展分析

#### 四、“中华”与“芙蓉王”品牌对比分析

### 第四节 红云红河集团

#### 一、企业概况

#### 二、红云烟草

##### （一）2008-2009年红云经营业绩分析

##### （二）2008-2009年红云发展分析

#### 三、红河烟草

##### （一）2008-2009年红河经营业绩分析

##### （二）红河管理特点

#### 四、红云红河三大优势分析

### 第五节 广东中烟工业公司

#### 一、企业概况

#### 二、2008-2009年经营状况分析

#### 三、发展目标

### 第六节 江苏中烟工业公司

#### 一、企业概况

#### 二、2008-2009年经营业绩

### 第七节 安徽中烟工业公司

#### 一、企业概况

#### 二、品牌整合策略

### 第八节 武汉烟草（集团）有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、优势分析

#### 三、业绩分析

### 第九节 浙江中烟工业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2008-2009年经营发展分析

#### 三、“利群”品牌价值分析

## 第十一章 中国卷烟行业发展趋势与对策

### 第一节 中国卷烟品牌发展趋势

- 一、品牌发展“强者趋强”
- 二、品牌集中度不断提高
- 三、高档价位卷烟品牌增长强劲
- 四、全国统一大市场逐步形成
- 五、工商企业共同培育卷烟品牌的意识在迅速增强

## 第二节 软包与硬包卷烟的发展趋势

- 一、软包与硬包卷烟的发展趋势
- 二、创新支撑卷烟包装发展

## 第三节 我国卷烟行业技术发展趋势分析

- 一、卷烟的包装材料将更加注重环保
- 二、使用单张纸凹版印刷机
- 三、中国卷烟包装的防伪技术将不断提高
- 四、卷烟包装的外观和设计将更加新颖、实用和个性化

## 第四节 开拓国际卷烟市场的对策

- 一、直面国际巨头
- 二、调整战略，资产整合效益最优化
- 三、学会控制国外市场的风险

## 第五节 烟草企业战略扩张成功的对策

- 一、烟草企业战略扩张和行业发展时机的失衡
- 二、分析对扩张战略中的烟草企业的重要意义
- 三、科学制定企业扩张战略

## 第六节 卷烟新产品投放策略分析

- 一、产品的核心特色
- 二、小规模投放测试
- 三、适当的产品促销活动
- 四、果断的中止投放

## 第七节 中式卷烟的发展对策

- 一、国产烟叶是形成中式卷烟特征的基础
- 二、配方理念是强化中式卷烟的核心
- 三、特色工艺是生产中式卷烟的保证
- 四、特色管理是中式卷烟发展壮大的基石
- 五、降焦减害是发展中式卷烟的关键
- 六、艺术包装是中式卷烟的卖点

## 第八节 推动中国卷烟品牌持续发展的对策

- 一、着力培育壮大10多个重点骨干品牌

二、推动卷烟工业企业跨省联合重组

三、加强烟叶基础工作

四、加强工商协同和批零互动

五、加大研发创新力度

六、加大打假打私力度

部分图表目录

图表 世界主要卷烟产销大国烟草税征收方式及税率

图表 烟吸味测试的概念模型

图表 北京地区畅销品牌价位区间分布

图表 北京地区各档次卷烟消费群体比例

图表 北京地区各档次卷烟日均购买人流量比例

图表 北京地区各档次卷烟消费群体对不同档次卷烟的接受程度

图表 北京地区各档次卷烟消费群体性别比例

图表 北京地区各档次卷烟消费群体的职业分布

图表 北京地区各档次卷烟消费群体平均年龄

图表 北京地区各档次卷烟消费群体收入水平走势

图表 北京地区高档卷烟消费群体受教育程度

图表 北京地区中档卷烟消费群体受教育程度

图表 北京市各档次卷烟消费群体日均品吸量

图表 北京地区各档次卷烟消费群体卷烟日品吸量

图表 高档卷烟消费群体日品吸量变化状况

图表 中档卷烟消费群体日品吸量变化状况

图表 低档卷烟消费群体日品吸量变化状况

图表 北京地区卷烟消费群体购买行为目的

图表 北京地区各档次卷烟消费群体偏好类型

图表 北京地区各档次卷烟消费群体购买卷烟地点

图表 北京地区各档次卷烟消费群体对媒体广告接受程度

图表 卷烟品牌综合竞争力评价分析表

图表 卷烟品牌竞争力分类

图表 新旧卷烟分类标准的对比

图表 红塔集团主要品牌基本情况

图表 红塔集团品牌整合思路

图表 红塔集团品牌整合目标规划

图表 红塔集团品牌战略支撑体系

图表 略.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/3585135851.html>