

2013-2017年中国烟草市场专项调研及投资方向研究

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国烟草市场专项调研及投资方向研究》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：<https://www.huaon.com/detail/133169.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

到2015年，中国在世界烟草消费中所占的比例将增加到45%，增加大约850万名吸烟者。在中国严格执行公共场所吸烟禁令，可能会改变全球市场的方向。但是会执行这样的严格禁令以及它将对普通中国烟民有很大影响吗？这都是一个未解之谜。这是主观预测所需要考虑的程度——根据过去的记录，可以假定，在短期内(到2015年)，公共禁烟令不会影响到在中国的销售。同时各家卷烟工业企业的勇气是非常可嘉的。有勇气，一切皆有可能。至少这卷烟品牌“十二五”规划，能够给目前中国卷烟行业，注射一针“兴奋剂”，有助于中国卷烟品牌迎接国外品牌竞争并逐步走出国门，走向国际市场。2011年，这是“十二五”规划的开局之年，也是中国烟草“卷烟上水平”总体规划正式实施的第一年。2011年已经过去，在这一年里，“532”品牌格局已经进一步明朗，特别是“红塔山”、“白沙”、“双喜”这三个超300万箱代表品牌的强势崛起，标志着“532”品牌格局已经开始迈入了超300万箱的大品牌时代；“461”品牌格局已经初显，特别是“中华”这个代表品牌2011年已经率先跨过了超1000亿元大关，成为了“461”品牌格局中首个超1000亿元的代表品牌。在这一年里，全国低焦油卷烟进入了一个高速增长周期，全国低焦油卷烟产销规模取得了远超预期的大幅度增长。

国家局已经提出了未来15年烟草行业科技发展的总体思路、指导方针、主要任务和发展目标，正式出台《烟草行业中长期科技发展规划纲要》。到2020年，要实现以下主要目标：一是构建系统、完整的行业标准体系；二是全面建立烟草和烟草制品以及相关产品的质量综合评价体系；三是打造一支高水平的标准化专业队伍；四是完成若干“以我为主”制修订的国际标准；五是构建运行有效的行业技术性贸易措施体系；六是建立完整的行业计量体系。

世界经济在飞速发展，随着中国在世界经济与政治舞台上的作用越来越大，中国经济越来越朝着全球化的方向发展。作为国有烟草企业如何面对愈来愈激烈竞争的大趋势，是我们应该深刻研究和探讨的大问题，也是关乎到企业生死存亡的大问题。在这里，除了要建立健全一整套科学、系统的企业管理机制，进一步改变现有条块分割，各自为政的零散体制外，就是要用现代化企业管理理念，实行烟草行业内部打破工商界线，地域界线，强强联合，引入竞争机制，优胜劣汰，真正打造中国烟草驶向世界经济舞台坚不摧的“航空母舰”。因此，当前和今后一段时期，烟草行业除了进行新一轮整合、再造、创新性地改革烟草体制之外，就必须紧紧抓住烟草网建这一

艾凯咨询集团报告网发布的《2013-2017年中国烟草市场专项调研及投资方向研究》共十三章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家烟草总局、国家商务部、中国农业部、国家环保局、中国烟草总公司、中国产业研究报告网以及国内外相关刊物杂志的大量基础信息和统计数据，运用图、表等分析工具，结合相关的经济学理论，从宏观着

眼、以微观入手，分析中国烟草产业面临的市场环境。

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。

报告目录

第一章 烟草行业概述

第一节 烟草的概念与分类

一、烟草概述

二、烟草的种类及其分布

三、烟草工业概述

四、烟草行业的矛盾分析

第二节 烟草行业的主要特征

一、烟草行业的特殊性

二、中国烟草行业的垄断特征

第三节 烟草业现状与趋势

一、现状特点

二、发展中的问题

三、2013-2017年行业趋势

四、2013-2017年烟草企业的品牌道路

第二章 中国烟草行业概况

第一节 烟草行业发展历史

一、2013-2017年把握经营控制总量

二、2013-2017年推进行业内部改革

第二节 2011-2012年中国烟草行业处境

一、2011-2012年行业基本情况

二、迎来跨国公司竞争

三、品牌经营情况

四、行业发展误区

五、2012年我国各省市卷烟产量数据

第三节 烟草经济地位

一、烟草经济财政

二、烟草的超高利税

三、烟草的危害

四、对控烟的期待

第四节 中国的雪茄市场状况

一、2011-2012年雪茄烟销售现状

二、销售主要对策

三、雪茄在中国的发展

第三章 国际烟草市场情况

第一节 2011-2012年国际烟叶种植情况

一、探寻新的生产方式

二、坦桑尼亚积极发展烟叶生产

三、美国白肋烟发展亚洲市场

第二节 2011-2012年国际烟草市场情况

一、美国烟草市场竞争情况

二、日本烟草市场情况

三、印尼国内烟草市场情况

四、印度烟草的情况

五、英国烟草市场情况

六、俄罗斯烟草市场情况

第三节 世界烟草非法贸易

一、危害社会与市场的毒瘤

二、打击非法卷烟贸易

三、埃塞俄比亚应对非法烟草贸易

第四节 2013-2017年世界烟草行业未来情况分析

一、烟草业发展未知因素

二、2012年世界烟草业十大看点

第四章 2013-2017年行业发展政策环境分析

第一节 烟草行业政策分析

一、“控烟令”的影响分析

二、中国烟草行业相关政策的解读

第二节 国际烟草管理体制趋势

一、各国烟草产业管理体制和特点

二、日本烟草管理体制对我国的影响

第三节 烟草行业中长期发展战略

一、总体思路分析

二、主攻任务分析

第五章 中式卷烟的情况与发展

第一节 2011-2012年中烟的特征与现状

一、中式卷烟基本特征

二、中式卷烟的市场定位

第二节 中式卷烟发展之路

一、2011-2012年中式卷烟品类如何构建

二、中式卷烟特色工艺

三、中式卷烟可否降低危害

第三节 中式卷烟的知识产权情况

一、中式卷烟知识产权现状

二、知识产权对中式卷烟的重要性

三、国外企业的知识产权管理

第四节 2013-2017年中国烟草的战略选择

一、烟草行业的战略性决策

二、品类的构建与创新

第六章 中国农村烟草市场

第一节 透视农村卷烟市场现状

一、一个被忽视的超级市场

二、假烟在农村泛滥成灾

第二节 农村市场特点

一、农村卷烟市场的现状

二、农村卷烟市场的管理

三、农村卷烟市场分析

第三节 农村卷烟市场的瓶颈

一、农村卷烟市场差异

二、挖掘农村卷烟市场潜力

三、培育品牌增强服务

第七章 烟草行业发展规划

第一节 烟草行业总体规划

一、《总体规划》的实施要点要求

二、烟草行业规划关键

三、关于产业政策的思考

第二节 2013-2017年烟草行业发展政策环境分析

一、行业监管环境

二、税收政策的主要问题

三、中国烟草在变革中成长

第三节 中国烟草发展格局的分析

一、国内烟草企业市场情况

二、基层烟草商业管理情况

第八章 烟草行业竞争情况

第一节 2013-2017年烟草行业竞争结构分析

一、烟草行业的竞争结构要素

二、烟草行业竞争态势分析

第二节 烟草企业竞争演化分析

一、中国烟草行业竞争焦点演化

二、竞争优势演化分析

三、演化分析结论

第三节 跨国烟草公司并购重组的启示

一、跨国烟草公司并购重组背景

二、跨国烟草公司并购重组动态

三、并购重组的特征及发展趋势

四、跨国烟草公司并购重组的启示

第四节 2013-2017年中国烟草工业的机遇与挑战

一、我国烟草企业兼并重组背景

二、中国烟草联合重组的动因分析

三、中国烟草企业联合重组的主要问题

四、中国烟草企业联合重组的对策建议

第九章 烟草行业代表企业情况

第一节 菲莫国际烟草公司

一、企业概况

二、2010-2012年卷烟销售情况

第二节 英美烟草集团

一、企业概况

二、经营情况

三、2010-2012年绩效报告

第三节 日本烟草公司

一、企业概况

二、发展战略

三、2010-2012年经营分析

第四节 帝国烟草公司

一、企业概况

二、品牌经营与扩张

三、2010-2012年经营策略

第五节 联一国际公司情况

一、基本情况

二、2010-2012年业绩情况

三、云南建基地分析

第六节 红塔烟草集团

一、基本情况

二、2010-2012年经营状况

三、技术发展情况

第七节 湖南中烟工业有限责任公司

一、基本情况

二、2010-2012年发展规划和科技情况

第八节 上海烟草（集团）公司

一、基本情况

二、发展情况

三、2010-2012年信息化建设情况

第九节 中国烟草总公司

一、基本情况

二、培训培养情况

第十章 烟草行业物流及信息化建设

第一节 中国烟草物流建设情况

一、我国烟草物流建设要求

二、2011-2012年完善烟草物流建设的步骤

三、国际巨头对中国烟草物流的启示

第二节 中国烟草物流的现状

一、中国烟草物流的短板

二、2013-2017年中国烟草物流业发展目标

三、中国物流的转型

第三节 烟草行业信息化现状及方向

一、信息化基础情况

二、烟草行业信息化建设的进程

三、2013-2017年烟草信息化建设展望

第四节 2013-2017年烟草物联网发展展望

一、2013-2017年物流网的应用及发展趋势

二、烟草物流中的应用现状

三、2013-2017年的烟草物联网建设思路

第十一章 低焦油卷烟趋势分析

第一节 中式卷烟低焦油情况

一、2013-2017年中式卷烟低焦油的发展趋势

二、2013-2017年中式卷烟的新跨越

三、2013-2017年混合型卷烟的发展空间

第二节 国内低焦油背景与现状

一、国内低焦油发展背景

二、国外低焦油卷烟市场概况

三、我国低焦油卷烟水平

第三节 2013-2017年国内低焦油卷烟发展前景

一、低焦油卷烟市场程度

二、培育低焦油卷烟品牌

三、低焦油卷烟品牌的发展情况

第十二章 区域烟草行业情况

第一节 2012年云南烟草行业情况

一、云南烟草产业的形势

二、云南烟草产业思路及措施

三、云南烟草转变发展方式

第二节 2012年湖南中烟烟叶基地建设

一、发展创新理念及人才建设

二、转变方式提升品牌价值

三、烟叶基地建设的湖南模式

第三节 2012年贵州烟草种植情况

一、烤烟现状与成本分析

二、烟草种植应对风险建议

三、烟叶产业科技创新

第四节 山东省烟草生产情况

一、2012年山东烟叶生产的问题

二、提高生产优质烟叶的意义

三、生产优质烟叶的对策

第五节 湖北现代烟草农业情况

一、2012年湖北现代烟草农业现状

二、现代烟草农业的矛盾

第十三章 烟草行业投资情况分析

第一节 烟草企业投资体制分析

一、母子体制的投资管理情况

二、烟草行业利润分配的讨论

三、烟草行业多元化经营情况

第二节 烟草行业未来发展趋势展望

一、中国烟草业的优劣势分析

二、中国烟草业的重大机遇

三、对行业未来发展趋势的分析

第三节 烟草行业投资前景分析

一、“十二五”烟草行业投资思路

二、2013-2017年烟草行业趋势情况分析

三、2013-2017年烟草行业投资机会分析

四、2013-2017年行业的投资风险分析

图表目录

图表：2006-2012年世界烤烟增长情况

图表：2000、2005、2007年卷烟企业生产牌号统计

图表：主抽烟保持率（1）

图表：主抽烟保持率（2）

图表：2002-2010年全国市场产量及增长率

图表：2010-2012年中国卷烟统计分析

图表：2012年一至三类烟销量前十五名情况（1）

图表：2012年一至三类烟销量前十五名情况（2）

图表：2012年销售收入前十五名品牌情况

图表：2012年8月份销售收入前十五名品牌集中度情况

图表：户均盈利，从业需求及发证率理想模型（模型1）

图表：竞争状态发证率模型（模型1-2）

图表：户均盈利水平，供需方及发证率模型（模型2）

图表：市场管理效率，市场覆盖面，成本及发证率模型（模型3）

图表：2011年我国烟草产量情况

图表：2012年中国烟草主要产量分布

图表：礼品烟选择率排名（前九名）

图表：2011年《中国500最具价值品牌》烟草品牌排名

图表：2011年1-12月卷烟产量全国合计

图表：2012年1-9月卷烟产量全国合计

图表：2005-2012年中国卷烟制造业资产总额趋势

图表：2009-2012年各档雪茄烟所占比例

图表：1942年各省雪茄烟厂及产量表

图表：1979-2000年全国雪茄烟产量表

图表：2012年部分

图表：2000-2010年美国卷烟和其他烟草产品进出口情况

图表：2011年上半年英美烟草公司主要经营指标变动情况

图表：美国市场各类雪茄份额

图表：美国少数制造商和品牌掌控烟草市场

图表：2011年3月日本烟草公司合并业绩

图表：2011-2012年1季度日本比较强劲增长

图表：2011-2012年日烟国际在关键市场的份额

图表：2010年印尼卷烟市场容量

图表：2007-2010年英国卷烟走向低端品牌的趋势

图表：2006-2007年俄罗斯卷烟产量

图表：俄罗斯最畅销的十五个卷烟牌子

图表：烟草云的服务模式

图表：烟草云计算机框架

图表：主抽不同价位烟民的烟瘾

图表：2004-2008年中烟实业所属企业税利情况

图表：四家中烟实业税利情况

图表：中国烟草发展及产业竞争焦点变化（1）

图表：中国烟草发展及产业竞争焦点变化（2）

图表：中国烟草发展及产业竞争焦点变化（3）

图表：中国烟草发展与产业竞争焦点的变化一

图表：中国烟草发展与产业竞争焦点的变化二

图表：中国烟草发展与产业竞争焦点的变化三

图表：中国烟草发展与产业竞争焦点的变化四

图表：中国烟草发展与产业竞争焦点的变化五

图表：中国烟草行业竞争焦点与企业竞争优势演变

图表：中国烟草行业竞争焦点及企业竞争优势演变

图表：2010年世界部分

图表：近年来四大跨国公司烟草主要并购重组活动

图表：2008年七大国际烟草品牌销量

图表：2008年度五大卷烟巨头业绩对比表

图表：帝国烟草公司主要并购案

图表：2008年四大跨国烟草公司主要指标

图表：2009年四大跨国烟草公司主要指标

图表：菲莫国际各部分

图表：英美，菲莫和帝国公司对零售渠道

图表：2010-2011年菲莫国际各地区批发量

图表：2010年菲莫公司部分

图表：2010-2011年第一季度菲莫国际净收益情况

图表：2010-2011年菲莫国际经营公司收入情况

图表：2010-2011年各地区菲莫国际卷烟发货量

图表：2011年第一季度菲莫国际及子公司合并业绩

图表：2010年全球烟草市场份额（不含中国和美国）

图表：2008-2009年英美烟草集团子公司销量的区域分析

图表：2011-2012年英美集团子公司的区域销量

图表：2010年日本烟草公司部分

图表：2010年帝国烟草公司在部分

图表：帝国烟草公司销售渠道

图表：2009年全球四大跨国烟草公司主要指标对比

图表：全球四大跨国烟草公司资产与员工情况

图表：2009年世界部分

图表：2011年第一财季联一国际公司的业绩

图表：烟草物流系统建设规模预测

图表：2012年烟草物流信息化市场前景

图表：烟草商业企业现代化物流体系结构

图表：全球10个主要消费市场上美式混合型卷烟所占比例

图表：2011年低焦油卷烟产量前十名品牌

图表：2009年欧盟部分

图表：2011年低焦油卷烟销量前十名品牌

图表：2004-2012云南卷烟产量及同比增长率

图表：2001-2005年云南烟草产量及增长率

图表：2006-2010年云南烟草产量及增长率

图表：2012年湖南卷烟统计及与往年同期对比分析

图表：2004-2012年湖南烟草产量及同比增率

图表：2001-2005年湖南烟草产量及增长率

图表：2006-2010年湖南烟草产量及增长率

图表：2004-2012年贵州烟草产量及同比增长率

图表：2001-2005年贵州烟草产量及增长率

图表：2006-2010年贵州烟草产量及增长率

图表：2005-2010年中国烟叶复烤企业数量趋势图

图表：两种供电方式成本情况

图表：2010-2012年贵州卷烟产量统计分析

图表：2005-2010年中国烟叶复烤业资产总额趋势图

图表：2005-2010年中国烟叶复烤业销售收入趋势图

图表：2004-2012年山东烟草产量及同比增

图表：2001-2005年山东烟草产量及增长率

图表：2006-2010年山东烟草产量及增长率

图表：2004-2012年湖北烟草产量及同比增长

图表：2001-2005年湖北烟草产量及增长率

图表：2006-2010年湖北烟草产量及增长率

略……

通过《2013-2017年中国烟草市场专项调研及投资方向研究》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/133169.html>