

# 2008-2012年中国雪茄行业 市场监测与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2008-2012年中国雪茄行业市场监测与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200812/8325.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

目前，在国内市场销售的国产雪茄产品包括川渝中烟、武烟集团、安徽中烟、山东中烟等几家公司的品牌，主要品牌有长城、狮牌、茂大、三峡等，主要分为手工型和机制型两种，前者是传统的纯手工制作的雪茄，市场价格更高，也更符合传统意义上的雪茄；后者是采用机器规模化生产，从外观上看已经与普通的卷烟并无二异，主要是降低了雪茄的进入门槛。目前，在国内市场雪茄烟总销量中，高档雪茄烟的销量一般占25%左右，中档雪茄烟销量占30%左右，低档雪茄烟的销量比例最大，占45%左右，而且还有继续上升的趋势。这与欧美国家的雪茄烟消费结构有所不同，欧美国家中、高档雪茄烟销量的比例接近50% 50%，几乎没有低档雪茄烟销售。

一般来说，各档次雪茄烟的消费人群有限且相对固定：高档雪茄烟的消费者一般是企业的高层管理人员或私有企业的老板；中档雪茄烟的消费者一般是企业的中层管理人员或城市白领人群，低档雪茄烟的消费者一般是工薪阶层，还有部分农村消费者。目前中国雪茄市场的总量在3.7亿支，消费额约为22亿元以上。其中，单支零售价在0.3元以下的极低端雪茄市场为2亿支左右，扣除这部分极低端市场，真正意义上的雪茄烟市场总量为1.7亿支左右，消费额为21亿元。目前，我国雪茄市场消费总量呈逐年递增的趋势，一个颇具规模的雪茄消费市场正在逐步形成。随着国民经济的发展、雪茄烟市场的扩张，部分城市工薪阶层消费者正在逐渐加入消费雪茄烟的行列，而且这部分人群的数量在逐年增加。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助雪茄企业准确把握行业发展动向、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、中国烟草工业协会和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对雪茄产业的实地调研，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研究分析。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，具有重要的参考价值！

### 【目录】

第一章 2007-2008年国际雪茄业市场动态分析	10
第一节 2007-2008年国际烟草行业发展综述	10
第二节 2007-2008年国际雪茄行业运营状况分析	10
一、行业生产状况分析	10
二、行业消费状况分析	12
三、行业市场规模分析	13

#### 四、行业技术水平现状 14

#### 第三节 2007-2008年主要国家地区雪茄行业市场现状分析 14

##### 一、美国 14

##### 二、西欧 15

##### 三、古巴 16

##### 四、多米尼加 16

##### 五、洪都拉斯 16

#### 第四节 2008-2012年国际雪茄行业市场变化趋势预测 17

### 第二章 2007-2008年中国雪茄行业发展环境分析 19

#### 第一节 2007-2008年中国雪茄行业经济发展环境分析 19

##### 一、2007年中国宏观经济运行状况 19

##### 二、2007年中国经济增长情况 19

##### 三、中国区域经济对比分析 21

##### 四、中国中产阶级和高富阶层逐步形成 22

#### 第二节 中国雪茄行业国家政策法规环境分析 22

##### 一、《烟草专卖许可证管理办法》 22

##### 二、反垄断立法对中国雪茄行业的影响 23

##### 三、雪茄行业内部相关标准、法规分析 23

#### 第三节 中国雪茄行业社会、人文环境分析 23

#### 第四节 中国雪茄行业产业链环境分析 24

### 第三章 2007-2008年中国雪茄行业发展现状分析 25

#### 第一节 中国雪茄行业发展历程分析 25

#### 第二节 2007-2008年中国烟草行业发展现状分析 26

#### 第三节 2007-2008年中国雪茄行业发展现状分析 27

##### 一、行业规模分析 27

##### 二、行业结构分析 28

##### 三、行业特点分析 29

##### 四、行业技术现状分析 29

#### 第四节 中国雪茄行业发展存在的问题分析 32

##### 一、雪茄文化缺失，消费市场不够成熟 32

- 二、雪茄市场价格混乱 32
- 三、雪茄走私现象严重 33

#### 第四章 2007-2008年中国雪茄行业市场现状分析 35

##### 第一节 2007-2008年中国雪茄行业市场发展现状分析 35

- 一、雪茄产品结构 35
- 二、雪茄市场地区结构 35
- 三、雪茄产品销售渠道 35
- 四、雪茄产品消费特点 36

##### 第二节 2007-2008年中国雪茄行业市场供需状况分析 36

- 一、2007-2008年中国雪茄行业产品供给能力分析 36
- 二、2007-2008年中国雪茄行业市场需求状况分析 37
- 三、2007-2008年中国雪茄行业市场供需总体态势分析 38

##### 第三节 2007-2008年中国雪茄行业进出口状况分析 38

- 一、2007-2008年中国雪茄行业进出口分析 38
- 二、中国雪茄出口的优劣势分析 38

#### 第五章 2007-2008年中国雪茄行业主要经济指标分析 40

##### 第一节 2007-2008年中国雪茄行业工业总产值分析 40

- 一、2007-2008年中国雪茄行业工业总产值分析 40
- 二、不同规模企业工业总产值分析 40
- 三、不同所有制企业工业总产值比较 41

##### 第二节 2007-2008年中国雪茄行业市场销售收入分析 42

- 一、2007-2008年中国雪茄行业市场总销售收入分析 42
- 二、不同规模企业总销售收入分析 42
- 三、不同所有制企业总销售收入比较 43

##### 第三节 2007-2008年中国雪茄行业产品成本费用分析 44

- 一、2007-2008年中国雪茄行业成本费用总额分析 44
- 二、不同规模企业销售成本比较分析 45
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析 46

##### 第四节 2007-2008年中国雪茄行业利润总额分析 46

- 一、2007-2008年中国雪茄行业利润总额分析 46

- 二、不同规模企业利润总额比较分析 47
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析 47

## 第六章 2007-2008年中国雪茄行业竞争格局分析 49

### 第一节 2007-2008年雪茄行业的发展波动性分析 49

- 一、雪茄行业的经济周期分析 49
- 二、雪茄行业的增长性与波动性分析 49
- 三、雪茄行业的成熟度分析 49

### 第二节 2007-2008年雪茄行业竞争格局分析 49

- 一、雪茄行业集中度分析 49
- 二、雪茄行业竞争程度分析 49
- 三、雪茄企业产品市场占有率 50

### 第三节 2007-2008年雪茄行业价格情况分析 50

- 一、雪茄行业平均价格情况 50
- 二、雪茄价格变动影响因素 50

### 第四节 2007-2008年雪茄行业企业竞争状况分析 50

- 一、领导企业的市场力量 51
- 二、其他企业的竞争力 51

## 第七章 2007-2008年中国雪茄行业优势企业竞争分析 52

### 第一节 川渝中烟 52

- 一、2007-2008年企业经营与财务状况分析 52
- 二、企业产品结构与销售市场分布 52
- 三、企业竞争优势与发展战略 52

### 第二节 武烟集团 53

- 一、2007-2008年企业经营与财务状况分析 53
- 二、企业产品结构与销售市场分布 54
- 三、企业竞争优势与发展战略 54

### 第三节 山东中烟 54

- 一、2007-2008年企业经营与财务状况分析 54
- 二、企业产品结构与销售市场分布 57
- 三、企业竞争优势与发展战略 58

#### 第四节 安徽中烟 58

一、2007-2008年企业经营与财务状况分析 59

二、企业产品结构与销售市场分布 61

三、企业竞争优势与发展战略 62

#### 第五节 上海烟草（集团）公司 62

一、2007-2008年企业经营与财务状况分析 62

二、企业产品结构与销售市场分布 65

三、企业竞争优势与发展战略 65

#### 第六节 湖南中烟 66

一、2007-2008年企业经营与财务状况分析 66

二、企业产品结构与销售市场分布 68

三、企业竞争优势与发展战略 69

### 第八章 2007-2008年中国雪茄相关行业发展现状分析 70

#### 第一节 2007-2008年中国烟草包装业发展状况 70

一、我国烟草包装外观设计专利授权的现状 70

二、我国烟草行业过度包装问题分析 70

三、未来国际烟草包装行业走势分析 71

四、烟草用BOPP膜的发展趋势分析 72

#### 第二节 2007-2008年中国烟草广告业发展状况 73

一、烟草广告业的现状分析 73

二、中国烟草广告业面临政策限制 73

三、对烟草广告策略的几点看法与建议 74

#### 第三节 2007-2008年中国烟草机械业发展状况 76

一、烟草机械的发展 76

二、中式卷烟新机遇 76

三、烟草机械国产化潮流 77

四、烟草机械未来方向 77

#### 第四节 2007-2008年中国烟草物流业发展状况 77

一、物流资源共享的作用及方式 77

二、物流资源共享中需要解决的问题 78

三、搭建物流资源信息平台的策略 79

- 四、烟草行业与逆向物流分析 80
- 五、烟草行业的物流配送渠道分析 81

## 第九章 2008-2010年中国雪茄行业发展趋势分析 84

### 第一节 2008-2010年中国雪茄行业发展趋势 84

- 一、主要市场的产品结构发展趋势分析 84
- 二、行业内各市场竞争状况的发展趋势分析 84
- 三、行业内技术发展趋势分析 84
- 四、行业内客户群发展趋势分析 84

### 第二节 2008-2010年中国雪茄行业规模预测 85

### 第三节 2008-2010年中国雪茄行业结构预测 85

### 第四节 2008-2010年中国雪茄行业市场前景展望 85

- 一、行业产销状况预测 85
- 二、行业市场需求状况预测 85
- 三、行业进出口状况预测 86
- 四、行业盈利状况预测 86

## 第十章 2008-2012年雪茄烟业投资机会分析与风险预警 87

### 第一节 2008-2012年雪茄烟行业投资机会 87

- 一、2008-2012年雪茄烟行业主要区域投资机会 87
- 二、2008-2012年雪茄烟行业主要出口投资机会 87
- 三、2008-2012年雪茄烟企业的多元化投资机会 87

### 第二节 2008-2012年雪茄烟行业投资风险预警 88

- 一、宏观调控风险 88
- 二、行业竞争风险 89
- 三、供需波动风险 90
- 四、经营管理风险 90
- 五、其他风险 90

## 第十一章 2008-2012年雪茄烟企业经营战略建议 92

### 第一节 2008-2012年雪茄烟企业的标杆管理 92

- 一、国内企业的经验借鉴 92



## 二、国外企业的经验借鉴 93

### 第二节 2008-2012年雪茄烟企业的资本运作模式 95

#### 一、雪茄烟企业国内资本市场的运作建议 95

#### 二、雪茄烟企业海外资本市场的运作建议 97

### 第三节 2008-2012年雪茄烟企业营销模式建议 97

#### 一、雪茄烟企业的国内营销模式建议 97

#### 二、雪茄烟企业海外营销模式建议 99

### 【图表目录】

图表 1 世界雪茄市场份额比例情况 8

图表 2 世界雪茄销量比例情况 10

图表 3 2000-2006年雪茄产量和消费量情况 13

图表 4 西欧主要国家雪茄销量对比图 14

图表 5 2007年~2008年上半年我国GDP季度增幅比较 17

图表 6 2008年上半年我国三个产业GDP增加值比较 17

图表 7 2004年~2008年上半年我国GDP增长趋势图 18

图表 8 2004年~2008年上半年我国烟草行业利税金额增长趋势图 23

图表 9 2004年~2008年上半年我国卷烟产销增长趋势图 24

图表 10 中国雪茄行业对雪茄烟的分类 26

图表 11 我国雪茄烟消费结构 26

图表 12 我国雪茄销量结构比例情况 35

图表 13 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业工业总产值分析 37

图表 14 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业工业总产值分析 37

图表 15 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同所有制企业工业总产值分析 38

图表 16 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业销售收入分析 39

图表 17 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业销售收入分析 39

图表 18 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同所有制企业销售收入分析 40

图表 19 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业成本费用分析 40

图表 20 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业成本费用分析 41

图表 21 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同所有制企业成本费用分析 42

图表 22 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业销售收入分析 42

图表 23 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业销售收入分析 43

- 图表 24 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业销售收入分析 44
- 图表 25 2006-2007年我国主要雪茄企业经营情况 47
- 图表 26 2007年川渝中烟主要经营指标分析 47
- 图表 27 2007年山东中烟主要经济指标 50
- 图表 28 2006年~2007年山东中烟工业公司企业盈利能力分析 50
- 图表 29 2006年~2007年山东中烟工业公司资产结构分析 51
- 图表 30 2006年~2007年山东中烟工业公司成本费用结构分析 52
- 图表 31 2006年~2007年蚌埠卷烟厂蒙城生产部企业盈利能力分析 55
- 图表 32 2006年~2007年蚌埠卷烟厂蒙城生产部资产结构分析 55
- 图表 33 2006年~2007年蚌埠卷烟厂蒙城生产部成本费用结构分析 56
- 图表 34 2006年~2007年上海烟草（集团）公司企业盈利能力分析 58
- 图表 35 2006年~2007年上海烟草（集团）公司资产结构分析 59
- 图表 36 2006年~2007年上海烟草（集团）公司成本费用结构分析 60
- 图表 37 2006年~2007年湖南中烟企业盈利能力分析 62
- 图表 38 2006年~2007年湖南中烟资产结构分析 62
- 图表 39 2006年~2007年湖南中烟成本费用结构分析 63
- 图表 40 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 97
- 图表 41 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 98
- 图表 42 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 99

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/8325.html>