

2008年中国卷烟市场分析及投资 前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008年中国卷烟市场分析及投资前景预测报告》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/200807/3509.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

第一章 全球化中的中国卷烟市场

第一节 中国烟草市场在全球市场中的地位分析

一、跨国烟草公司眼中的中国烟草市场

二、国烟品牌在国际市场中的地位

第二节 烟草产业的国际化趋势分析

一、烟草产业的国际化趋势分析

二、中国烟草国际竞争能力

三、全球化中的中国卷烟市场

第二章 中国卷烟运行状况分析与预测

第一节 2007-2008年卷烟行业运行状况

一、2007年我国卷烟行业运行情况

二、2007年我国卷烟行业存在的问题分析

三、2008年我国卷烟行业发展

第二节 我国烟草业市场结构实证分析

一、我国烟草企业市场集中度

二、企业规模

三、产品差异化及空间分布

四、市场壁垒

第三节 2007—2008年卷烟工业运行数据分析

一、2005—2008年3月卷烟制造累计总产值统计分析

二、2007-2008年中国卷烟制造企业评价指标统计分析

三、2005—2007年中国卷烟制造企业盈亏情况分析

四、2007-2008年中国卷烟制造企业资产负债指标分析

五、2005—2008年中国卷烟制造企业产销存统计分析

第三章 2007-2008我国卷烟市场发展分析及预测

第一节 2007年我国卷烟市场分析

一、我国卷烟市场特点

二、卷烟市场结构分析

三、2007年我国卷烟市场

第二节 2007-2008年我国卷烟产销情况

一、2007年我国卷烟总体产销情况

二、低档卷烟产销

三、重点品牌卷烟产销

四、2007-2008年各区域市场生产情况

第四章 中国卷烟对外贸易分析

第一节 进出口总况

一、2007-2008年我国卷烟进出口总数分析

二、卷烟产品主要进出口国家及地区

第二节 出口

一、2007-2008年我国卷烟出口

二、卷烟产品主要出口国家及地区

第三节 进口

一、2007年我国卷烟进口

二、产品主要进口国家及地区

第五章 区域市场

第一节 华东地区卷烟市场运行情况分析

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 华南地区卷烟市场运行情况分析

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 华北地区卷烟市场运行情况分析

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 东北地区卷烟市场运行情况分析

- 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 西北地区卷烟市场运行情况分析

- 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 西南地区卷烟市场运行情况分析

- 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 卷烟行业省市运行情况分析

- 一、2007年北京卷烟市场分析
- 二、2007年天津卷烟市场分析
- 三、2007年河北卷烟市场分析
- 四、2007年山西卷烟市场分析
- 五、2007年辽宁卷烟市场分析
- 六、2007年吉林卷烟市场分析
- 七、2007年黑龙江卷烟市场分析
- 八、2007年上海卷烟市场分析
- 九、2007年江苏卷烟市场分析

- 十、2007年浙江卷烟市场分析
- 十一、2007年安徽卷烟市场分析
- 十二、2007年福建卷烟市场分析
- 十三、2007年江西卷烟市场分析
- 十四、2007年山东卷烟市场分析
- 十五、2007年河南卷烟市场分析
- 十六、2007年湖北卷烟市场分析
- 十七、2007年湖南卷烟市场分析
- 十八、2007年广东卷烟市场分析
- 十九、2007年广西卷烟市场分析
- 二十、2007年重庆卷烟市场分析
- 二十一、2007年四川卷烟市场分析
- 二十二、2007年贵州卷烟市场分析
- 二十三、2007年云南卷烟市场分析
- 二十四、2007年甘肃卷烟市场分析
- 二十五、2007年宁夏卷烟市场分析
- 二十六、2007年新疆卷烟市场分析

第六章 中国烟草行业竞争格局分析

第一节 中国卷烟市场格局分析

- 一、卷烟品牌的区域特征
- 二、卷烟品牌格局
- 三、卷烟品牌知名度、美誉度和忠诚度
- 四、烟草行业未来竞争的核心

第二节 国内竞争环境分析

- 一、外烟内烟竞争状况
- 二、中国入世对烟草市场影响
- 三、中国烟草业国际竞争力分析
- 四、工商分离打破地域封锁
- 五、民资试水海外烟草市场

第三节 中国烟草企业SWOT分析

- 一、中国烟草企业优势分析

- 二、中国烟草企业劣势分析
- 三、中国烟草企业面临的机会
- 四、中国烟草企业面临的威胁

第七章 中国烟草行业主要企业分析

第一节 玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司

- 一、企业基本状况
- 二、生产经营状况
- 三、发展战略分析

第二节 上海烟草（集团）公司

- 一、企业基本状况
- 二、生产经营状况
- 三、企业综合分析

第三节 白沙集团

- 一、企业基本状况
- 二、生产经营状况
- 三、发展战略分析

第四节 红云烟草（集团）有限责任公司

- 一、企业基本状况
- 二、生产经营状况
- 三、发展战略分析

第五节 常德卷烟厂

- 一、企业基本状况
- 二、常德卷烟厂盈利模式

第六节 宁波卷烟厂

- 一、企业基本状况
- 二、企业综合分析

第七节 云南红河卷烟厂

- 一、企业基本状况
- 二、生产经营状况
- 三、企业综合分析

第八章 烟草营销策略

第一节 中国烟草行业营销渠道策略分析

- 一、卷烟营销模式分析
- 二、卷烟信息化建设现状
- 三、卷烟销售网络
- 四、加入WTO后对烟草销售网络的影响
- 五、卷烟零售连锁经营形式的基本模式
- 六、烟草制品关税新政
- 七、烟草物流配送系统

第二节 卷烟销售由传统商业向现代流通转变

第三节 农村卷烟销售网络及其管理

- 一、农村卷烟市场分析
- 二、农村销售网络及管理

第四节 中式卷烟的营销定位

- 一、中式卷烟的文化底蕴
- 二、中式卷烟的表现方式
- 三、中式卷烟的市场切入点

第九章 卷烟品牌策略

第一节 我国卷烟市场品牌状况

- 一、卷烟品牌基本情况
- 二、香烟品牌运作

第二节 打造卷烟品牌

- 一、卷烟大品牌观念
- 二、中国卷烟的“名牌战略”
- 三、烟草公司的品牌结构调整
- 四、国烟品牌竞争力分析

第三节 卷烟品牌的战略思考

- 一、卷烟品牌博弈
- 二、知名品牌战略
- 三、发达国家的品牌烟草发展战略
- 四、买方市场条件下的品牌发展战略

五、我国区域性卷烟品牌的行销误区

第十章 卷烟广告状况分析

一、卷烟广告投放状况

二、广告策略

三、中国卷烟广告困境

第十一章 卷烟市场消费调研

第一节 中国卷烟市场消费状况分析

一、卷烟消费市场状况及规模

二、消费者对香烟品牌、口感、包装认知分析

三、烟雾的感觉特点

第二节 卷烟消费者消费行为分析

一、吸烟的心理社会因素

二、购买地点和频率分析

三、购买品牌及忠诚度分析

第三节 中国吸烟者吸食口味特点及发展趋势分析

一、卷烟消费吸食口味特点及发展趋势

二、国际流行的主要卷烟牌号及口味特点

三、当前我国卷烟产品特点及消费者心理分析

四、国际卷烟流行口味对我国消费者的影响

第四节 分类别消费者行为分析

一、卷烟消费者分类及消费水平

二、卷烟消费者消费行为调查

三、城市卷烟消费者群体分类与价值分析

（一）消费者构成分析

（二）广告传播分析

四、农村卷烟消费者消费特点分析

第五节 分地区消费者分析

一、重点城市消费者分析

（一）城市消费量排序

（二）日消费结构

(三) 各类卷烟消费增长

(四) 消费响因素分析

二、湖北卷烟市场消费者调查

三、河南卷烟市场消费者调查•

四、沪产卷烟销售关注消费者

第六节 分产品消费者分析

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

第七节 卷烟产品消费特点

一、竞争焦点市场的转换

二、可进入市场的类型分析

三、消费档次热点的变化

四、吸烟率变化趋势

五、影响产品评价的因素

六、卷烟吸味变化趋势

七、卷烟包装审美趋势

第十二章 中国烟草行业发展趋势与对策

第一节 烟草行业发展趋势分析

一、世界卷烟业发展趋势

二、我国烟草业当前形势及未来预测

第二节 中国烟草行业发展对策探讨

一、中国卷烟科技发展纲要

二、“中式卷烟”发展策略

三、卷烟产品发展方向及对策

第三节 卷烟企业市场运作及管理策略

一、中国烟草企业竞争力分析

二、国烟参与国际市场竞争分析

三、提高卷烟销量的根本途径

四、影响卷烟产品内在质量因素

五、烟草业打造行业统一的信息集成平台

六、烟草专卖管理工作

第四节 烟草市场渠道策略

一、烟草产业多元化经营策略

二、新型卷烟流通体制

三、流通企业的物流集约化经营

四、烟草现代物流

五、烟草行业发展趋势

六、烟草全球控制化

七、烟草工业的新型工业化之路

第十三章 2007-2008年中国卷烟企业发展战略

第一节 品牌扩张战略

一、中国烟草品牌战略面临的压力分析

二、国内外烟草企业的品牌战略差别

三、中国烟草品牌战略的走向

第二节 建设行业诚信体系

第三节 如何构建和增强中国卷烟工业企业核心竞争力

第十四章 中国经济环境分析

第一节 2007中国宏观经济环境

一、总体情况

二、农业生产

三、工业生产

四、固定资产投资

五、国内市场销售

六、对外贸易

七、市场价格

八、货币信贷

九、城乡居民收入

第二节 2008年中国经济发展环境分析

一、2007年宏观经济的主要特征

二、2007年我国经济运行中存在的问题

三、2008年我国经济发展环境分析

第十五章 2007-2008年中国烟草行业政策环境分析

第一节 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

第二节 内部改革

一、卷烟工业企业组织结构调整

二、行业管理体制变革

第三节 市场秩序整顿

一、烟草行业财经秩序整顿

二、治理卷烟体外循环

三、卷烟打假打私

第四节 WTO与WHO对中国烟草业的影响

一、加入WTO后的烟草关税变化

二、“特种烟草专卖零售许可证”的取消及其深度影响

三、《烟草控制框架公约》对中国烟草业的影响

第五节 中国烟草：政府垄断下的特殊产业

一、中国烟草行业的垄断特征

二、我国烟草行业的竞争特性

三、垄断竞争政策下蕴藏的风险

第十六章 2007-2008卷烟工业技术环境分析

第一节 “中式卷烟”与“英式卷烟”

第二节 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

第三节 加工工艺技术

第四节 卷烟降焦减害技术研究进展

第十七章 2007-2008烟草产业的上游行业环境

第一节 烟叶

- 一、烟叶的基础地位
- 二、烟叶生产情况
- 三、2007年烟叶税收完成情况
- 四、2007年各地区烟叶收购
- 五、2007年烟叶收购价格
- 六、提高国产烟叶质量加快替代进口烟叶
- 七、2007年粮价变动对烟叶生产影响分析

第二节 烟草机械设备

- 一、卷烟最新包装技术和设备
- 二、过滤嘴制造创新
- 三、市场展望

第三节 烟草物资

- 一、国内最大的造纸法烟草生产基地
- 二、国际卷烟纸市场

第十八章 2007-2008国际卷烟市场分析

第一节 外国烟草品牌参与中国市场竞争

- 一、中国市场上的外国名烟
- 二、外国烟草在华市场份额
- 三、外烟零售特许证制度
- 四、外烟暗战分析

第二节 2007-2008国际卷烟市场分析

- 一、烟草商觊觎亚洲女性市场
- 二、津巴布韦的烟草市场
- 三、乌克兰香烟市场
- 四、蒙古国烟草市场
- 五、2007英美烟草公司市场表现
- 六、德国卷烟市场
- 七、摩洛哥烟草市场
- 八、中亚烟草市场

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/3509.html>