

# 2011-2015年雪茄市场专项 调研及发展趋势研究报告

## 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

《2011-2015年雪茄市场专项调研及发展趋势研究报告》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/201112/80018.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

雪茄属于香烟的一类，由干燥及经过发酵的烟草卷成的香烟，吸食时把其中一端点燃，然后在另一端用口吸吐产生的烟雾。雪茄的烟草的主要生产国是：巴西、喀麦隆、古巴、多米尼加共和国、洪都拉斯、印尼、墨西哥、尼加拉瓜和美国。古巴生产的雪茄普遍被认为是雪茄中的极品。

近年来，高档雪茄和小雪茄销量增长迅速，低档雪茄销量略有萎缩。全球最大的雪茄市场是美国和德国，而在印度、中国和日本这些新兴市场，尽管相对于西欧和北美它们的雪茄销售基数很小，但是发展态势良好。美国和西欧合计占全球雪茄销量的96%，其中西欧占55%，美国占41%。自从市场上的雪茄产品从单一的手卷高档雪茄发展到手卷雪茄、机制雪茄和小雪茄并存，业内人士对整个市场形势的分析便侧重于销售额而不是销量。目前，全球雪茄类产品销售额的增长高于销量的增长，但英国不在此列，该国的雪茄制造商需要承担很高的税收。据统计，全球市场上高档雪茄的市场份额占总销量的3%，但产生的利润却达到了28%。全球雪茄市场已被少数几家跨国公司瓜分。阿塔迪斯公司的市场份额约为25%，瑞典火柴公司为13%，斯维什公司为12%，ST雪茄公司为11%，约翰·米德尔顿雪茄公司为10%，伯格公司为9%。在北美地区，年人均雪茄消费量为19支，西欧为17.7支，而东欧只有0.4支，拉丁美洲和亚洲分别只有0.9支和0.1支。美国是最大的高档雪茄消费市场。全球高档雪茄的65%是在美国消费的，西欧占25%。在欧洲，主要雪茄市场是法国、西班牙、英国和德国。全球雪茄在过去几年内销量和销售额都保持了增长，特别是小雪茄逐渐流行。另外，在美国和欧洲，芳香型和特别风味雪茄也很有前景。

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。

中国产业信息网发布的《2011-2015年雪茄市场专项调研及发展趋势研究报告》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家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。

《2011-2015年雪茄市场专项调研及发展趋势研究报告》共十六章。首先介绍了世界雪茄市场运营态势、中国雪茄行业运行环境等，接着分析了中国雪茄运行的现状，然后介绍了中国雪茄行业市场竞争格局。随后，报告对中国雪茄做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国雪茄行业发展趋势与投资预测。

您若想对雪茄产业有个系统的了解或者想投资雪茄行业，本报告是您不可或缺的重要工具

。

## 第一章 全球雪茄行业发展分析

### 第一节 2010年全球雪茄市场分析

#### 一、2010年全球雪茄市场回顾

#### 二、2010年全球雪茄市场环境

#### 三、2010年全球雪茄销售分析

#### 四、2009年全球雪茄市场规模

### 第二节 2011年全球雪茄市场分析

#### 一、2011年全球雪茄需求分析

#### 二、2011年全球雪茄市场规模

#### 三、2011年全球雪茄品牌分析

#### 四、2011年中外雪茄市场对比

### 第三节 部分国家地区雪茄行业发展状况

#### 一、2009-2010年美国雪茄行业发展分析

#### 二、2009-2010年欧洲雪茄行业发展分析

#### 三、2009-2010年日本雪茄行业发展分析

#### 四、2009-2010年韩国雪茄行业发展分析

## 第二章 我国雪茄行业发展现状

### 第一节 我国雪茄行业发展现状

一、雪茄行业品牌发展现状

二、雪茄行业消费市场现状

三、雪茄市场消费层次分析

四、我国雪茄市场走向分析

第二节 我国雪茄行业发展状况

一、2009年中国雪茄行业发展回顾

二、2009年雪茄行业发展情况分析

三、2009年我国雪茄市场特点分析

四、2010年我国雪茄市场发展分析

第三节 中国雪茄行业供需分析

一、2009年中国雪茄市场供给总量分析

二、2009年中国雪茄市场供给结构分析

三、2010年中国雪茄市场需求总量分析

四、2010年中国雪茄市场需求结构分析

五、2010年中国雪茄市场供需平衡分析

第三章 中国雪茄行业经济运行分析

第一节 2009-2010年雪茄行业运行情况分析

一、2009年雪茄行业经济指标分析

二、2010年雪茄行业经济指标分析

第二节 2009-2010年雪茄行业产量分析

一、2009年我国雪茄产品产量分析

二、2010年我国雪茄产品产量分析

第三节 2009年雪茄行业进出口分析

一、2009年雪茄行业进口总量及价格

二、2009年雪茄行业出口总量及价格

三、2009年雪茄行业进出口数据统计

四、2010-2015年雪茄进出口态势展望

第四章 中国雪茄消费市场分析

第一节 雪茄行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

## 第二节 雪茄市场消费需求分析

- 一、雪茄市场的消费需求变化
- 二、雪茄行业的需求情况分析
- 三、2010年雪茄品牌市场消费需求分析

## 第三节 雪茄消费市场状况分析

- 一、雪茄行业消费特点
- 二、雪茄消费者分析
- 三、雪茄消费结构分析
- 四、雪茄消费的市场变化
- 五、雪茄市场的消费方向

## 第四节 雪茄行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、雪茄行业品牌忠诚度调查
- 六、雪茄行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

## 第五章 中国雪茄行业区域市场分析

### 第一节 华北地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2011-2015年行业发展前景预测
- 五、2011-2015年行业投资风险预测

### 第二节 东北地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2011-2015年市场需求情况分析
- 四、2011-2015年行业发展前景预测
- 五、2011-2015年行业投资风险预测

### 第三节 华东地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2011-2015年市场需求情况分析
- 四、2011-2015年行业发展前景预测
- 五、2011-2015年行业投资风险预测

#### 第四节 华南地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2011-2015年市场需求情况分析
- 四、2011-2015年行业发展前景预测
- 五、2011-2015年行业投资风险预测

#### 第五节 华中地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2011-2015年市场需求情况分析
- 四、2011-2015年行业发展前景预测
- 五、2011-2015年行业投资风险预测

#### 第六节 西南地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2011-2015年市场需求情况分析
- 四、2011-2015年行业发展前景预测
- 五、2011-2015年行业投资风险预测

#### 第七节 西北地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2011-2015年市场需求情况分析
- 四、2011-2015年行业发展前景预测
- 五、2011-2015年行业投资风险预测

### 第六章 雪茄行业投资与发展前景分析

#### 第一节 2009年雪茄行业投资情况分析

- 一、2009年雪茄行业总体投资结构

- 二、2009年雪茄行业投资规模情况
- 三、2009年雪茄行业投资增速情况
- 四、2009年雪茄分行业投资分析
- 五、2009年雪茄分地区投资分析
- 第二节 雪茄行业投资机会分析
  - 一、雪茄投资项目分析
  - 二、可以投资的雪茄模式
  - 三、2010年雪茄投资机会
  - 四、2010年雪茄细分行业投资机会
  - 五、2010年雪茄投资新方向
- 第三节 雪茄行业发展前景分析
  - 一、雪茄市场发展前景分析
  - 二、我国雪茄市场蕴藏的商机
  - 三、后危机时代雪茄市场的发展前景
  - 四、2010年雪茄市场面临的发展商机
  - 五、2011-2015年雪茄市场面临的发展商机
- 第七章 雪茄行业竞争格局分析
  - 第一节 雪茄行业集中度分析
    - 一、雪茄市场集中度分析
    - 二、雪茄企业集中度分析
    - 三、雪茄区域集中度分析
  - 第二节 雪茄行业主要企业竞争力分析
    - 一、重点企业资产总计对比分析
    - 二、重点企业从业人员对比分析
    - 三、重点企业全年营业收入对比分析
    - 四、重点企业利润总额对比分析
    - 五、重点企业综合竞争力对比分析
  - 第三节 雪茄行业竞争格局分析
    - 一、2009年雪茄行业竞争分析
    - 二、2009年中外雪茄产品竞争分析
    - 三、2009-2010年国内外雪茄竞争分析
    - 四、2009-2010年我国雪茄市场竞争分析



五、2009-2010年我国雪茄市场集中度分析

六、2011-2015年国内主要雪茄企业动向

第八章 2011-2015年中国雪茄行业发展形势分析

第一节 雪茄行业发展概况

一、雪茄行业发展特点分析

二、雪茄行业投资现状分析

三、雪茄行业总产值分析

四、雪茄行业技术发展分析

第二节 2009-2010年雪茄行业市场情况分析

一、雪茄行业市场发展分析

二、雪茄市场存在的问题

三、雪茄市场规模分析

第三节 2009-2010年雪茄产销状况分析

一、雪茄产量分析

二、雪茄产能分析

三、雪茄市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第九章 中国雪茄行业整体运行指标分析

第一节 2009-2010年中国雪茄行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009-2010年中国雪茄行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009-2010年中国雪茄行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

## 第十章 雪茄行业赢利水平分析

### 第一节 成本分析

- 一、2009-2010年雪茄原材料价格走势
- 二、2009-2010年雪茄行业人工成本分析

### 第二节 产销运存分析

- 一、2009-2010年雪茄行业产销情况
- 二、2009-2010年雪茄行业库存情况
- 三、2009-2010年雪茄行业资金周转情况

### 第三节 盈利水平分析

- 一、2009-2010年雪茄行业价格走势
- 二、2009-2010年雪茄行业营业收入情况
- 三、2009-2010年雪茄行业毛利率情况
- 四、2009-2010年雪茄行业赢利能力
- 五、2009-2010年雪茄行业赢利水平
- 六、2011-2015年雪茄行业赢利预测

## 第十一章 雪茄行业盈利能力分析

### 第一节 2009-2010年中国雪茄行业利润总额分析

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

### 第二节 2009-2010年中国雪茄行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

### 第三节 2009-2010年中国雪茄行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

### 第四节 2009-2010年中国雪茄行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

## 第十二章 雪茄重点企业发展分析

### 第一节 川渝中烟

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、2011-2015年盈利能力

#### 四、2011-2015年投资风险

### 第二节 武烟集团

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、2011-2015年盈利能力

#### 四、2011-2015年投资风险

### 第三节 山东中烟

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、2011-2015年盈利能力

#### 四、2011-2015年投资风险

### 第四节 安徽中烟

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、2010-2015年盈利能力

#### 四、2011-2015年投资风险

### 第五节 上海烟草

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、2010-2015年盈利能力

#### 四、2011-2015年投资风险

### 第六节 湖南中烟

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、2011-2015年盈利能力

#### 四、2011-2015年投资风险

## 第十三章 雪茄行业投资策略分析

## 第一节 行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

## 第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业SWOT分析
- 四、行业五力模型分析

## 第三节 雪茄行业投资效益分析

- 一、2009年雪茄行业投资状况分析
- 二、2009年雪茄行业投资效益分析
- 三、2011-2015年雪茄行业投资方向
- 四、2011-2015年雪茄行业投资建议

## 第四节 雪茄行业投资策略研究

- 一、2009年雪茄行业投资策略
- 二、2010年雪茄行业投资策略
- 三、2011-2015年雪茄行业投资策略
- 四、2011-2015年雪茄细分行业投资策略

## 第十四章 雪茄行业投资风险预警

### 第一节 影响雪茄行业发展的主要因素

- 一、2010年影响雪茄行业运行的有利因素
- 二、2010年影响雪茄行业运行的稳定因素
- 三、2010年影响雪茄行业运行的不利因素
- 四、2010年我国雪茄行业发展面临的挑战
- 五、2010年我国雪茄行业发展面临的机遇

### 第二节 雪茄行业投资风险预警

- 一、2011-2015年雪茄行业市场风险预测
- 二、2011-2015年雪茄行业政策风险预测
- 三、2011-2015年雪茄行业经营风险预测
- 四、2011-2015年雪茄行业技术风险预测

五、2011-2015年雪茄行业竞争风险预测

六、2011-2015年雪茄行业其他风险预测

## 第十五章 雪茄行业发展趋势分析

### 第一节 2011-2015年中国雪茄市场趋势分析

一、2009-2010年我国雪茄市场趋势总结

二、2011-2015年我国雪茄发展趋势分析

### 第二节 2011-2015年雪茄产品发展趋势分析

一、2010-2015年雪茄产品技术趋势分析

二、2011-2015年雪茄产品价格趋势分析

### 第三节 2010-2015年中国雪茄行业供需预测

一、2011-2015年中国雪茄供给预测

二、2011-2015年中国雪茄需求预测

三、2011-2015年中国雪茄价格预测

### 第四节 2011-2015年雪茄行业规划建议

一、雪茄行业“十一五”整体规划

二、雪茄行业“十二五”规划预测

三、2011-2015年雪茄行业规划建议

## 第十六章 雪茄企业管理策略建议

### 第一节 市场策略分析

一、雪茄价格策略分析

二、雪茄渠道策略分析

### 第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

### 第三节 提高雪茄企业竞争力的策略

一、提高中国雪茄企业核心竞争力的对策

二、雪茄企业提升竞争力的主要方向

三、影响雪茄企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高雪茄企业竞争力的策略

### 第四节 对我国雪茄品牌的战略思考

一、雪茄实施品牌战略的意义

二、雪茄企业品牌的现状分析

三、我国雪茄企业的品牌战略

四、雪茄品牌战略管理的策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201112/80018.html>