

# 2020-2026年中国烟草市场 深度评估与投资前景评估报告

## 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

《2020-2026年中国烟草市场深度评估与投资前景评估报告》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/202007/174866.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

我国卷烟工业至今已有100多年的历史，从当初卷烟市场的70%产品是国外进口和外国资本在华生产，到积极推进组建中国烟草国际有限公司和实施中国烟草“走出去”战略的今天，我国卷烟工业得到了快速、长足的发展。

随着纸烟生产的工业化，纸烟的供应呈指数增长，而这反过来又刺激了烟草公司的销量。外国纸烟公司从机制纸烟发明后不久就开始在华大量销售纸烟，后来又在华建厂直接就地生产。它们不停地通过狂轰滥炸式的广告宣传来构建和强化纸烟的正面社会形象，将其塑造成一种时髦、洋气、诱人的商品，以此来增加销量。为了引起人们的兴趣，这些广告通常都运用一些视觉材料来描绘各种吸引人的社会场景，纸烟则在其中发挥着核心道具的作用，成为身份地位的象征，因而使吸纸烟获得一种体面的社会形象。现代广告技术由此培养出了一群忠实的烟民，并使他们相信，甚至可以说使几乎所有中国人都相信，吸纸烟无论对于个人享乐，还是对于社会交往而言，都是一种摩登、时尚、愉悦、卫生、方便的嗜好。这一精心构建起来的社会形象，遮蔽了纸烟作为令人上瘾的精神刺激物的本质，吸烟不再仅仅是一种沉迷于尼古丁生理作用的个人体验，同时也被赋予了丰富的文化和社会内涵。

烟标行业作为特殊的纸包装细分领域，因相对封闭的供需体系，与传统纸包装行业存在差异。2017年上半年，受益于卷烟销量回暖，以及烟草工商业库存回落至合理水平，烟标需求触底反弹。2017年为“提税顺价”以来首年实现正增长，其中，2017年8月卷烟销量累计同比增长1.53%至3262.83万箱；烟草工商业库存从2016年1月的683.2万箱下降至2017年8月的454.62万箱，为近两年的最低点，受此推动，卷烟产量亦触底回升，2017年9月，卷烟当月产量同增10.37%至2319.8亿支，创2015年以来最大涨幅。卷烟高、中、低档烟品划分 品种划分 价格区间（ ） 代表品牌 一类烟 > 200元/条 软中华、软玉溪、硬盒中化、硬芙蓉王、黄鹤楼等 二类烟 130-200元/条 新版利群、七匹狼、一品黄山等 三类烟 60-120元/条 双喜软硬经典、黄金叶帝豪、娇子（时代阳光）等 四类烟 30-70元/条 软白沙、黄红梅、豪情七匹狼、一品黄山等 五类烟 < 30元/条 红恒大、红金龙（硬喜）、红旗渠（软红）等 2019年1-5月中国出口纸烟4411万条，同比增长25.9%。2013-2019年中国纸烟出口数量及增长率走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国烟草市场深度评估与投资前景评估报告》共十六章。首先介绍了中国烟草行业市场发展环境、烟草整体运行态势等，接着分析了中国烟草行业市场运行的现状，然后介绍了烟草市场竞争格局。随后，报告对烟草做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国烟草行业发展趋势与投资预测。您若想对烟草产业有个系统的了解或者想投资中国烟草行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

## 第一部分行业发展分析

### 第一章 烟草相关概念与特征

#### 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

##### 三、中国烟草行业的竞争特性

## 第二章 2013-2019年世界烟草行业发展分析

### 第一节 世界烟草行业发展综述

#### 一、2019年世界《烟草控制框架公约》的履行和影响

#### 二、2019年世界烟叶发展状况

#### 三、2019年世界卷烟发展状况

#### 四、2019年主要跨国烟草公司发展动态

#### 五、远东地区卷烟发展状况

#### 六、亚太地区卷烟市场状况

#### 七、2019年世界烟草竞争新格局分析

### 第二节 美国

#### 一、近年来美国卷烟销售量缓慢下降

#### 二、2019年美国无烟烟草收益增长情况

#### 三、2019年美国两烟草公司打造出无烟新型烟草制品

#### 四、2019年美国卷烟垃圾减少情况分析

### 第三节 德国

一、德国烟草市场从宽松走向严格

二、近年来德国控烟工作进展情况

四、2019年德国烟草发展状况

### 第四节 印度

一、2020-2026年度印度烟草出口预测

二、2019年印度烟草业发展状况

### 第五节 日本

一、2019年日本烟草税收增长情况

二、日本烟草财政年度优质品牌市场额下滑

### 第六节 其他国家烟草发展情况分析

一、2019年法国烟草业发展情况分析

二、2019年瑞典烟草业发展情况分析

三、2019年韩国烟草业发展情况分析

四、2019年芬兰烟草业发展情况分析

五、2019年菲律宾烟草业发展情况分析

六、2019年津巴布韦烟草业发展情况分析

## 第三章 中国烟草产业发展环境分析

### 第一节 当前烟草行业环境分析

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 烟草行业政策分析

一、控烟政策及行动

二、《烟草专卖许可证管理办法》

三、《反垄断法》立法对烟草行业的影响

## 第四章 2013-2019年中国烟草行业发展分析

### 第一节 中国烟草行业发展概况

一、中国烟草产业概况

二、中国雪茄产业概况

## 第二节 烟草行业体制改革进展情况

- 一、理顺行业资产管理体制
- 二、推进卷烟工业企业改革
- 三、推进烟草商业企业改革
- 四、调整进出口管理体制

## 第三节 2019年烟草行业发展状况

- 一、2019年烟草行业政策发展环境分析
- 二、2019年烟草业体制改革状况
- 三、2019年发改委烟草价格调控
- 四、2019年烟草行业企业发展情况分析
- 六、2019年烟草行业发展趋势分析

## 第四节 2019年中国烟草国际化发展概述

## 第五节 烟草行业发展面临的问题与对策研究

- 一、烟草行业发展面临的问题
- 二、促进烟草行业发展对策分析

## 第五章 2013-2019年中国烟草行业经济运行数据分析

### 第一节 2013-2019年全国各地区卷烟生产分析

- 一、2019年各省市卷烟产量分析

### 第二节 2013-2019年中国烟草制品业经济运行分析

- 一、2019年全国烟草制品业经济运行情况
- 三、2019年中国烟草制品业规模
- 四、2019年中国烟草制品业产销情况
- 五、2019年中国烟草制品业盈利能力
- 六、2019年中国烟草制品业资产负债

### 第三节 2013-2019年烟草行业收入前十家企业分析

- 一、2019年烟草行业收入前10家企业分析

## 第二部分市场发展分析

## 第六章 中国卷烟市场分析

### 第一节 中国卷烟市场构建分析

- 一、背景回顾

## 二、改革的核心要领

## 三、发展策略

### 第二节 2019年卷烟市场形势分析

#### 一、地区卷烟销售计划指标结构分析

#### 二、低档卷烟档次指定划分分析

#### 三、烟草行业体制改革进程分析

### 第三节 中国卷烟市场制假售假问题解决对策

#### 一、法律法规宣传策略

#### 二、强化监管力度策略

#### 三、加强联合执法策略

### 第四节 中国卷烟市场发展趋势

#### 一、中国卷烟价格变化趋势分析

#### 二、中国卷烟市场的发展趋势分析

## 第七章主要省市烟草市场分析

### 第一节 2019年云南烟草市场分析

#### 一、云产高档烟市场走强的原因

#### 二、对云产高档烟巩固发展的建议

#### 三、2019年云南烟草行业发展状况

### 第二节 2019年北京烟草市场分析

#### 一、北京卷烟市场概况

#### 二、2019年北京市控烟状况

#### 三、烟草品牌参与北京奥运会的分析

### 第三节 2019年浙江烟草市场分析

#### 一、2019年浙江镇海卷烟市场分析

#### 二、2019年浙江平湖卷烟市场分析

#### 三、2019年浙江农村烟草市场状况

## 第八章中国烟草行业进出口数据分析2017-2019年各月中国纸烟出口数量及增长率走

## 势2017-2019年各月中国纸烟出口金额及增长率走势

### 第一节 2019年我国分产品进出口数据分析

#### 一、2019年烟草及烟草废料进出口数据

二、2019年雪茄及卷烟进出口数据

三、2019年其他烟草制品进出口数据

## 第二节 2019年我国分国别进出口数据分析

一、2019年烟草及烟草废料分国别进出口数据

二、2019年雪茄及卷烟分国别进出口数据

三、2019年其他烟草制品分国别进出口数据

## 第九章烟叶生产状况分析

### 第一节 主要国家烟叶生产状况

一、美国的烟叶生产

二、2019年印度烟叶生产状况

三、2019年津巴布韦烟叶生产状况

四、2019年希腊烟叶生产状况

五、2019年墨西哥烟叶生产状况

六、2019年菲律宾烟叶生产状况

七、2019年加拿大烟叶生产状况

八、世界烟叶需求和生产的转移趋势预测

### 第二节 中国烟叶生产可持续发展规划纲要

一、烟叶生产现状和面临的形势

二、烟叶生产可持续发展的指导思想和总体目标

三、烟叶生产可持续发展的主要任务和措施

### 第三节 现代烟叶管理信息化建设分析

一、加强烟叶管理信息化建设之迫切性

二、坚持便民原则探索多样化服务

三、对烟叶信息数据要严格审核

四、完善规章 制度做好信息数据的管理

## 第十章烟草行业市场营销策略分析

### 第一节 烟草行业营销方式介绍

一、烟草行业营销管理的“过程导向”控制

二、烟草行业的“推式营销”与“拉式营销”

三、导致卷烟消费游离的六大因素分析



#### 四、烟草行业的诚信网络建设策略

##### 第二节 基层卷烟营销工作利弊分析

###### 一、基层卷烟营销工作的作用

###### 二、基层营销工作存在的问题

###### 三、解决存在问题的对策

##### 第三节 农村卷烟营销策略分析

###### 一、农村卷烟市场的真实需求分析

###### 二、农村卷烟销售市场引起的思考

###### 三、农村卷烟销售市场现状分析

###### 四、农村卷烟销售市场营销策略

##### 第四节 卷烟品牌营销策略探析

###### 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

##### 第五节 卷烟流通企业的服务营销分析

###### 一、市场环境的变化分析

###### 二、服务对象与目标分析

###### 三、卷烟服务营销的特性及原则

###### 四、服务创新对卷烟流通企业发展的必要性

#### 第三部分 行业竞争格局

##### 第十一章 烟草行业竞争分析

###### 第一节 2019年烟草品牌发展情况分析

###### 一、整体概况

###### 二、百牌号

###### 三、名优烟

###### 四、百万箱品牌

###### 五、两百万箱品牌

###### 六、重点品牌

###### 七、亮点品牌

###### 第二节 2019年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 2019年烟草畅销品牌发展趋势及问题探析

一、2019年我国烟草市场品牌发展状况

二、我国烟草市场卷烟品牌的发展趋势分析

三、我国卷烟品牌培育中存在的问题及思考

第四节 中国烟草行业重组现状及趋势

一、中国烟草行业重组现状

二、中国烟草行业重组趋势

第十二章国内外烟草行业重点企业分析

第一节 上海烟草（集团）公司

一、公司概况

二、企业架构及规模

三、销售网络分布

四、2013-2019年公司经营情况分析

第二节 红塔烟草（集团）有限责任公司

一、公司概况

二、2013-2019年公司经营情况分析

三、2019年公司品牌发展状况

四、2019年经典100红塔山市场分析

第三节 湖南中烟工业公司

一、公司概况

二、2013-2019年公司经营情况分析

第四节 宁波大红鹰实业投资股份有限公司

一、公司概况

二、2013-2019年公司经营情况及财务数据分析

三、2013-2019年经营发展状况

四、2019年战略转型分析

第五节 红云烟草（集团）有限责任公司

一、公司概况

二、2013-2019年公司经营情况分析

三、2013-2019年公司品牌发展状况

## 第六节 陕西金叶科教集团有限公司

一、公司概况

二、2013-2019年公司经营情况及财务数据分析

## 第七节 红河烟草（集团）有限责任公司

一、公司概况

二、公司发展历程

三、公司管理特点

## 第八节 英美烟草公司

一、公司概况

二、2019年公司经营情况分析

三、2019年公司市场拓展状况

## 第九节 日本烟草公司

一、公司概况

二、2013-2019年公司经营情况分析

三、2013-2019年公司并购扩张战略

## 第十节 帝国烟草公司

一、公司概况

二、2013-2019年公司经营情况分析

三、2013-2019年公司并购扩张状况

## 第四部分 行业发展趋势及策略

### 第十三章 相关行业发展现状及趋势分析

#### 第一节 烟草包装业发展状况

一、我国烟草包装外观设计现状分析

二、我国烟草行业过度包装问题分析

三、未来国际烟草包装行业走势分析

四、烟草用bopp膜的发展趋势分析

#### 第二节 卷烟纸制造业发展状况

一、卷烟纸制造业发展现状

二、卷烟纸制造行业发展趋势

### 第三节 烟草广告业发展状况

- 一、烟草广告业的现状分析
- 二、中国烟草广告业面临政策限制
- 三、对烟草广告策略的几点看法与建议

### 第四节 烟草机械业发展状况

- 一、烟草机械的发展
- 二、烟草机械中式卷烟新机遇
- 三、烟草机械国产化潮流
- 四、烟草机械未来方向

### 第五节 烟草物流业发展状况

- 一、物流资源共享的作用及方式
- 二、物流资源共享中需要解决的问题
- 三、搭建物流资源信息平台的策略
- 四、烟草行业与逆向物流分析
- 五、烟草行业的物流配送渠道分析

## 第十四章 烟草行业发展趋势分析

### 第一节 世界卷烟业发展趋势分析

- 一、烟草产品成本变动趋势分析
- 二、烟草产品消费转移趋势分析
- 三、烟草产品品牌发展趋势分析
- 四、烟草业发展的主流趋势分析

### 第二节 世界烟草体制演变趋势分析

- 一、多数国家烟草管理体制的演变趋势和特点
- 二、日本烟草管理体制的演变趋势
- 三、日本成功经验对我国烟草体制变革的影响

### 第三节 烟草行业发展趋势

- 一、烟草企业信息化趋势分析
- 二、二十一世纪烟草使用新趋势
- 三、中国烟草行业重组已成大势所趋

## 第十五章 烟草行业投资前景分析

## 第一节 未来10年内烟草行业面临的挑战和机遇

### 第二节 2019年中国烟草企业新的增长点探析

- 一、政策主导的高增长
- 二、依靠重组整合形成的高增长
- 三、市场未来增长空间分析
- 四、品牌运行能力分析
- 五、《烟草控制框架公约》生效带来的影响
- 六、应引起高度重视的几种现象
- 七、几点建议

### 第三节 人口迁移为烟草带来的商机

- 一、人口迁移的背景分析
- 二、人口迁移对迁入地的影响
- 三、人口迁移对卷烟市场的影响
- 四、人口迁移下的市场开发策略

## 第十六章 烟草行业发展策略分析

### 第一节 2019年及今后几年烟草行业发展建议

#### 第二节 烟草企业人力资源开发策略

- 一、中国烟草企业人力资源开发存在的主要问题
- 二、中国烟草企业人才资源存在问题原因分析
- 三、中国烟草企业人力资源开发的方案

#### 第三节 中国烟草企业文化分析

- 一、文化的演变分析
- 二、文化的生命分析
- 三、文化的价值分析
- 四、文化的回归分析
- 五、文化竞争力分析

#### 第四节 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

图表目录：

图表 2013-2019年巴西的烟叶产量

图表 2019年世界主要烟草公司卷烟销售情况

图表 2019年五大跨国烟草公司烟草业务主要指标

图表 2013-2019年部分国家烤烟价格

图表 印度烟草公司经营情况

图表 《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》的主要指标

图表 烟草行业工商利税

图表 以省级为单位烟草工业主要指标比较

图表 名优烟销售比重比较

图表 部分名优烟历史销售比较

图表 部分企业单箱均价，一二类烟比重，重点品牌销量统计

图表 2019年烤烟收购价格表

图表 2019年烤烟价区表

图表 2019年白肋烟收购价格表

图表 2019年香料烟收购价格表

图表 2019年卷烟产量全国合计

图表 2019年烟草及烟草废料进口数据

图表 2019年雪茄及卷烟进口数据

图表 2019年烟草及烟草废料分国别进口数据

图表 2019年百万箱品牌销售走势图

图表 2019年红梅品牌销售走势图

图表 2019年白沙品牌销售走势图

图表 2019年红金龙品牌销售走势图

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 2019年效益主导型卷烟品牌相关指标统计表

图表 2019年规模主导型卷烟品牌相关指标统计表

图表 2019年国内主要卷烟品牌出口依存度分析

图表 2019年卷烟销售收入成本率和三项费用较高的前10位品牌

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174866.html>