

# 2022-2028年中国卷烟市场 深度分析与投资方向研究报告

## 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

《2022-2028年中国卷烟市场深度分析与投资方向研究报告》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/202206/301650.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

卷烟（cigarette）用卷烟纸将烟丝卷制成条状的烟制品。又称纸烟、香烟、烟卷。有滤嘴卷烟和无嘴卷烟，又有淡味和浓味之分。卷烟开始进入中国商品市场是在1890年，设厂制造则始于1893年，产销逐年增加。自1980年起至今中国卷烟产量居世界各国的首位，1989年产量为3195.06万箱(5万支/箱)。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国卷烟市场深度分析与投资方向研究报告》共十章。首先介绍了卷烟行业市场发展环境、卷烟整体运行态势等，接着分析了卷烟行业市场运行的现状，然后介绍了卷烟市场竞争格局。随后，报告对卷烟做了重点企业经营状况分析，最后分析了卷烟行业发展趋势与投资预测。您若想对卷烟产业有个系统的了解或者想投资卷烟行业，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1章：中国卷烟品牌发展行业背景与特点

#### 1.1 国内烟草行业特点分析

##### 1.1.1 运作特点分析

##### 1.1.2 制度特点分析

##### 1.1.3 市场特点分析

#### 1.2 国内烟草行业运行状况

##### 1.2.1 产量规模分析

##### 1.2.2 销售规模分析

##### 1.2.3 价格趋势分析

##### 1.2.4 区域分布分析

##### 1.2.5 投资规模分析

##### 1.2.6 经营情况分析

#### 1.3 烟草行业体制发展与整合历程

##### 1.3.1 烟草行业体制形成过程

##### 1.3.2 烟草行业整合重组历程

- 1.4 烟草行业相关制度影响分析
  - 1.4.1 组织架构对品牌培育影响
  - 1.4.2 专卖制度对品牌培育影响
  - 1.4.3 烟草政策税收制度及影响
- 1.5 国内烟草行业发展趋势分析
  - 1.5.1 行业改革走向市场化
  - 1.5.2 企业重组与品牌整合
  - 1.5.3 国内品牌国际化发展
- 1.6 国内烟草行业产品结构特点
  - 1.6.1 以卷烟为主的产品结构特征
  - 1.6.2 国内烟草产品结构变化趋势

## 第2章：中国卷烟品牌发展环境分析

- 2.1 中国卷烟品牌发展政策环境
  - 2.1.1 个全国名优卷烟品牌目录
  - 2.1.2 “大市场、大企业、大品牌”战略
  - 2.1.3 《卷烟产品百牌号目录》
  - 2.1.4 《中国卷烟品牌发展纲要》
  - 2.1.5 《关于卷烟品牌定向整合的指导意见》
  - 2.1.6 《全国性卷烟重点骨干品牌评价体系》
  - 2.1.7 “532”、“461”品牌战略
  - 2.1.8 其他烟草行业相关政策
- 2.2 中国卷烟品牌发展经济环境
  - 2.2.1 国际宏观经济形势分析与预测
  - 2.2.2 国内宏观经济形势分析与预测
- 2.3 中国卷烟品牌发展社会环境
  - 2.3.1 社会控烟带来的不利因素
  - 2.3.2 控烟环境下的烟草品牌策略
- 2.4 中国卷烟品牌发展需求环境
  - 2.4.1 国内消费者行为分析
    - (1) 整体的消费行为特征
    - (2) 消费信心与消费模式

- (3) 消费者的品牌认知度
- (4) 消费者的品牌忠诚度
- (5) 消费特征对企业的启示

#### 2.4.2 中国卷烟消费群体分析

- (1) 卷烟消费者消费动机
- (2) 卷烟消费者群体特征
- (3) 卷烟消费者议价能力

#### 2.4.3 消费者卷烟品牌忠诚度

- (1) 卷烟品牌烟民忠诚度
- (2) 卷烟品牌烟民转移趋势

#### 2.4.4 卷烟总体消费需求分析

- (1) 国内烟民数量以及吸烟率
- (2) 烟草收入与居民收入关系

### 第3章：中国卷烟行业品牌竞争力与品牌发展战略

#### 3.1 卷烟品牌核心竞争力来源分析

##### 3.1.1 品牌竞争力内部来源

##### 3.1.2 品牌竞争力外部来源

#### 3.2 卷烟品牌竞争力评估体系

##### 3.2.1 卷烟品牌竞争力评估指标

##### 3.2.2 卷烟品牌再定位机制分析

#### 3.3 不同卷烟品牌类型竞争力分析

##### 3.3.1 效益规模型品牌

- (1) 代表品牌及特点分析
- (2) 效益规模型品牌产销规模
- (3) 效益规模型品牌效益水平
- (4) 效益规模型品牌产品结构
- (5) 效益规模型品牌发展瓶颈分析
- (6) 效益规模型品牌发展前景及策略

##### 3.3.2 效益主导型品牌

- (1) 代表品牌及特点分析
- (2) 效益主导型品牌产销规模

- (3) 效益主导型品牌效益水平
- (4) 效益主导型品牌产品结构
- (5) 效益主导型品牌发展瓶颈分析
- (6) 效益主导型品牌发展前景及策略

### 3.3.3 规模主导型品牌

- (1) 代表品牌及特点分析
- (2) 规模主导型品牌产销规模
- (3) 规模主导型品牌效益水平
- (4) 规模主导型品牌产品结构
- (5) 规模主导型品牌发展瓶颈分析
- (6) 规模主导型品牌发展前景及策略

### 3.3.4 成长优势型品牌

- (1) 代表品牌及特点分析
- (2) 成长优势型品牌产销规模
- (3) 成长优势型品牌效益水平
- (4) 成长优势型品牌产品结构
- (5) 成长优势型品牌发展瓶颈分析
- (6) 成长优势型品牌发展前景及策略

### 3.3.5 优势居中型品牌

- (1) 代表品牌及特点分析
- (2) 优势居中型品牌产销规模
- (3) 优势居中型品牌效益水平
- (4) 优势居中型品牌产品结构
- (5) 优势居中型品牌发展瓶颈分析
- (6) 优势居中型品牌发展前景及策略

## 3.4 卷烟品牌运作一般战略分析

### 3.4.1 卷烟品牌发展战略

- (1) 差异化战略
- (2) 技术领先战略
- (3) 成本领先战略
- (4) 集中发展战略

### 3.4.2 卷烟品牌运作环节

- (1) 卷烟品牌定位
- (2) 卷烟品牌形象设计
- (3) 卷烟品牌传播
- (4) 卷烟品牌体验
- (5) 卷烟品牌扩张

### 3.5 中国卷烟品牌发展战略案例分析

#### 3.5.1 “白沙”品牌战略与缺陷

#### 3.5.2 “中华香烟”品牌战略与缺陷

## 第4章：中国卷烟行业品牌竞争格局与市场趋势

### 4.1 卷烟品牌总体竞争格局分析

#### 4.1.1 卷烟行业品牌竞争状况

- (1) 卷烟品牌数量变化及趋势
- (2) 卷烟品牌交易量变化及趋势
- (3) 卷烟品牌交易额变化及趋势
- (4) 卷烟产品销售结构变化及趋势

#### 4.1.2 卷烟品牌集中度分析

- (1) 卷烟企业生产集中度
- (2) 卷烟品牌集中度分析

### 4.2 卷烟品牌区域竞争格局分析

#### 4.2.1 卷烟品牌地区分布情况

#### 4.2.2 卷烟品牌渗透率分析

#### 4.2.3 卷烟品牌区域影响力

- (1) 卷烟产品跨省交易量
- (2) 卷烟品牌区域竞争格局

### 4.3 卷烟行业细分产品竞争格局与趋势

#### 4.3.1 不同价位卷烟市场分析

- (1) 高档卷烟现状与趋势
  - 1) 高档卷烟品牌竞争格局
  - 2) 高档卷烟市场需求分析
  - 3) 高档卷烟市场竞争趋势
- (2) 中档卷烟现状与趋势

- 1) 中档卷烟品牌竞争格局
- 2) 中档卷烟市场需求分析
- 3) 中档卷烟市场竞争趋势
  - (3) 低档卷烟现状与趋势
- 1) 低档卷烟品牌竞争格局
- 2) 低档卷烟市场需求分析
- 3) 低档卷烟市场竞争趋势
- 4.3.2 主要卷烟产品市场分析
  - (1) 烤烟型卷烟现状与趋势
  - (2) 混合型卷烟现状与趋势
  - (3) 低焦油型卷烟现状与趋势
- 4.4 卷烟品牌产品创新能力分析
  - 4.4.1 重点品牌新产品开发状况
  - 4.4.2 重点品牌新产品价位分布
  - 4.4.3 卷烟品牌产品创新趋势
- 4.5 卷烟行业竞争特点及总体趋势分析
  - 4.5.1 卷烟品牌竞争特点分析
    - (1) 卷烟品牌主要竞争方式
    - (2) 卷烟品牌激烈竞争领域
    - (3) 卷烟品牌竞争盲点分析
  - 4.5.2 卷烟市场发展趋势分析
    - (1) 市场空间变化趋势
    - (2) 市场结构档次变化趋势
    - (3) 雪茄烟、替代品市场分析
    - (4) 消费群体及消费习惯变化趋势

## 第5章：中国卷烟行业价值链构建与品牌建设

- 5.1 价值链构建与品牌竞争策略
  - 5.1.1 价值链对品牌体系影响
  - 5.1.2 基于价值链的品牌策略
- 5.2 烟草行业价值链综述
  - 5.2.1 烟草行业价值链特征分析



- (1) 烟草行业价值链层次分析
- (2) 烟草行业价值链价值点分布
- (3) 烟草行业价值链重心分析
- 5.2.2 烟草工商企业价值链关系分析
  - (1) 烟草工商企业协作模式
  - (2) 烟草工商企业竞争关系
  - (3) 烟草工商企业利益分配关系
- 5.2.3 烟草行业价值链现存问题分析
- 5.3 卷烟行业价值链——生产供应环节分析
  - 5.3.1 卷烟工业企业发展状况
    - (1) 卷烟工业企业发展规模
    - (2) 卷烟工业企业盈利水平
      - 1) 卷烟工业企业盈利水平
      - 2) 卷烟工业企业盈利来源
      - 3) 卷烟工业企业盈利模式创新
  - 5.3.2 卷烟工业企业价值链职能定位
    - (1) 卷烟工业企业职能角色定位
    - (2) 卷烟工业企业服务对象及需求
  - 5.3.3 卷烟工业企业内部价值链构成
  - 5.3.4 卷烟工业企业价值链优化途径
  - 5.3.5 卷烟工业企业产品品牌建设策略
- 5.4 卷烟行业价值链——销售分配环节分析
  - 5.4.1 卷烟商业企业发展状况
    - (1) 卷烟商业企业发展规模
    - (2) 卷烟商业企业盈利模式
      - 1) 卷烟商业企业盈利水平
      - 2) 卷烟商业企业盈利来源
      - 3) 卷烟商业企业盈利模式创新
  - 5.4.2 卷烟商业企业价值链职能定位
    - (1) 卷烟商业企业职能角色定位
    - (2) 卷烟商业企业服务对象及需求
  - 5.4.3 卷烟商业企业内部价值链构成

#### 5.4.4 卷烟商业企业价值链优化分析

- (1) 信息化建设现状及优化途径
- (2) 现代物流建设现状及优化途径
- (3) 卷烟商业企业营销模式优化途径

#### 1) 卷烟商业企业营销渠道分析

#### 2) 卷烟商业企业营销环节分析

#### 3) 卷烟商业企业营销模式策略

#### 5.4.5 卷烟商业企业服务品牌建设策略

### 5.5 卷烟行业价值链——零售终端环节分析

#### 5.5.1 售终端建设现状分析

- (1) 零售终端业态分析
- (2) 零售终端建设规模
- (3) 零售终端销售能力
- (4) 零售终端盈利水平
- (5) 零售终端布局分析

#### 5.5.2 售终端建设现存问题

#### 5.5.3 现代零售终端建设模式

- (1) “信息化”现代终端模式
- (2) “品牌化”现代终端模式
- (3) “功能化”现代终端模式

#### 5.5.4 现代零售终端建设路径

### 5.6 卷烟行业价值链——消费者环节分析

#### 5.6.1 卷烟消费者需求影响因素

- (1) 卷烟消费者个体需求分析
- (2) 卷烟消费者群体需求分析

#### 5.6.2 卷烟消费者需求变化趋势

#### 5.6.3 卷烟农村消费市场分析

- (1) 农村消费市场消费份额
- (2) 农村消费市场消费结构
- (3) 农村消费市场发展瓶颈
- (4) 农村消费市场发展潜力

#### 5.6.4 卷烟城市消费市场分析

- (1) 城市消费市场消费份额
- (2) 城市消费市场消费结构
- (3) 城市消费消费群体分析
- (4) 城市消费市场消费潜力

## 第6章：中国卷烟行业领先企业发展分析

### 6.1 湖南中烟工业有限责任公司

#### 6.1.1 公司发展概况

#### 6.1.2 公司经营情况分析

#### 6.1.3 公司组织架构分析

#### 6.1.4 公司品牌发展状况分析

- (1) 公司旗下卷烟品牌及价格
- (2) 公司卷烟品牌扩张与整合

#### 6.1.5 公司行业价值链分析

- (1) 公司原料供应管理分析
- (2) 公司生产与内部管理分析
- (3) 公司销售管理环节分析

#### 6.1.6 公司发展优劣势分析

#### 6.1.7 公司最新发展动向分析

### 6.2 安徽中烟工业有限责任公司

#### 6.2.1 公司发展概况

#### 6.2.2 公司经营情况分析

#### 6.2.3 公司组织架构分析

#### 6.2.4 公司品牌发展状况分析

#### 6.2.5 公司行业价值链分析

#### 6.2.6 公司发展优劣势分析

#### 6.2.7 公司最新发展动向分析

### 6.3 江西中烟工业有限责任公司

#### 6.3.1 公司发展概况

#### 6.3.2 公司经营情况分析

#### 6.3.3 公司组织架构分析

#### 6.3.4 公司品牌发展状况分析

- 6.3.5 公司行业价值链分析
- 6.3.6 公司发展优劣势分析
- 6.4 甘肃烟草工业有限责任公司
  - 6.4.1 公司发展概况
  - 6.4.2 公司经营情况分析
  - 6.4.3 公司组织架构分析
  - 6.4.4 公司品牌发展状况分析
  - 6.4.5 公司行业价值链分析
  - 6.4.6 公司发展优劣势分析
- 6.5 张家口卷烟厂有限责任公司
  - 6.5.1 公司发展概况
  - 6.5.2 公司经营情况分析
  - 6.5.3 公司组织架构分析
  - 6.5.4 公司品牌发展状况分析
  - 6.5.5 公司行业价值链分析
  - 6.5.6 公司发展优劣势分析
- 6.6 山东中烟工业有限责任公司
  - 6.6.1 公司发展概况
  - 6.6.2 公司经营情况分析
  - 6.6.3 公司组织架构分析
  - 6.6.4 公司品牌发展状况分析
  - 6.6.5 公司行业价值链分析
  - 6.6.6 公司发展优劣势分析
- 6.7 重庆烟草工业有限责任公司
  - 6.7.1 公司发展概况
  - 6.7.2 公司经营情况分析
  - 6.7.3 公司组织架构分析
  - 6.7.4 公司品牌发展状况分析
  - 6.7.5 公司行业价值链分析
  - 6.7.6 公司发展优劣势分析
- 6.8 红云红河烟草（集团）有限责任公司
  - 6.8.1 公司发展概况

- 6.8.2 公司经营情况分析
- 6.8.3 公司组织架构分析
- 6.8.4 公司品牌发展状况分析
- 6.8.5 公司行业价值链分析
- 6.8.6 公司发展优劣势分析
- 6.9 河北白沙烟草有限责任公司
- 6.9.1 公司发展概况
- 6.9.2 公司经营情况分析
- 6.9.3 公司组织架构分析
- 6.9.4 公司品牌发展状况分析
- 6.9.5 公司行业价值链分析
- 6.9.6 公司发展优劣势分析
- 6.10 江苏中烟工业有限责任公司
- 6.10.1 公司发展概况
- 6.10.2 公司经营情况分析
- 6.10.3 公司组织架构分析
- 6.10.4 公司品牌发展状况分析
- 6.10.5 公司行业价值链分析
- 6.10.6 公司发展优劣势分析

## 第7章：中国卷烟品牌区域发展状况分析

- 7.1 中国卷烟品牌区域发展概况
- 7.2 重点省份卷烟品牌发展状况
- 7.2.1 湖南卷烟品牌发展状况分析
  - (1) 湖南烟草品牌规划与扶持措施
  - (2) 湖南卷烟行业运行状况与地位
  - (3) 湖南本地品牌省外市场规模和分布
  - (4) 湖南卷烟市场省外品牌影响力分析
  - (5) 湖南卷烟市场发展前景与品牌策略
- 7.2.2 云南卷烟品牌发展状况分析
  - (1) 云南烟草品牌规划与扶持措施
  - (2) 云南卷烟行业运行状况与地位

- (3) 云南本地品牌省外市场规模和分布
- (4) 云南卷烟市场省外品牌影响力分析
- (5) 云南卷烟市场发展前景与品牌策略

#### 7.2.3 上海卷烟品牌发展状况分析

- (1) 上海烟草品牌规划与扶持措施
- (2) 上海卷烟行业运行状况与地位
- (3) 上海本地品牌省外市场规模和分布
- (4) 上海卷烟市场省外品牌影响力分析
- (5) 上海卷烟市场发展前景与品牌策略

#### 7.2.4 江苏卷烟品牌发展状况分析

- (1) 江苏烟草品牌规划与扶持措施
- (2) 江苏卷烟行业运行状况与地位
- (3) 江苏本地品牌省外市场规模和分布
- (4) 江苏卷烟市场省外品牌影响力分析
- (5) 江苏卷烟市场发展前景与品牌策略

#### 7.2.5 浙江卷烟品牌发展状况分析

- (1) 浙江烟草品牌规划与扶持措施
- (2) 浙江卷烟行业运行状况与地位
- (3) 浙江本地品牌省外市场规模和分布
- (4) 浙江卷烟市场省外品牌影响力分析
- (5) 浙江卷烟市场发展前景与品牌策略

#### 7.2.6 河南卷烟品牌发展状况分析

- (1) 河南烟草品牌规划与扶持措施
- (2) 河南卷烟行业运行状况与地位
- (3) 河南本地品牌省外市场规模和分布
- (4) 河南卷烟市场省外品牌影响力分析
- (5) 河南卷烟市场发展前景与品牌策略

#### 7.2.7 广东卷烟品牌发展状况分析

- (1) 广东烟草品牌规划与扶持措施
- (2) 广东卷烟行业运行状况与地位
- (3) 广东本地品牌省外市场规模和分布
- (4) 广东卷烟市场省外品牌影响力分析

(5) 广东卷烟市场发展前景与品牌策略

#### 7.2.8 山东卷烟品牌发展状况分析

(1) 山东烟草品牌规划与扶持措施

(2) 山东卷烟行业运行状况与地位

(3) 山东本地品牌省外市场规模和分布

(4) 山东卷烟市场省外品牌影响力分析

(5) 山东卷烟市场发展前景与品牌策略

#### 7.2.9 湖北卷烟品牌发展状况分析

(1) 湖北烟草品牌规划与扶持措施

(2) 湖北卷烟行业运行状况与地位

(3) 湖北本地品牌省外市场规模和分布

(4) 湖北卷烟市场省外品牌影响力分析

(5) 湖北卷烟市场发展前景与品牌策略

#### 7.2.10 贵州卷烟品牌发展状况分析

(1) 贵州烟草品牌规划与扶持措施

(2) 贵州卷烟行业运行状况与地位

(3) 贵州本地品牌省外市场规模和分布

(4) 贵州卷烟市场省外品牌影响力分析

(5) 贵州卷烟市场发展前景与品牌策略

### 第8章：国际烟草品牌运作经验借鉴

#### 8.1 国际烟草品牌竞争格局

##### 8.1.1 国际烟草产业现状及趋势

(1) 世界烟草产业总体状况

(2) 世界烟草产业发展趋势

##### 8.1.2 国际卷烟产业品牌竞争格局

(1) 世界卷烟产量与地区分布

(2) 世界主要烟草品牌竞争格局

#### 8.2 国际主要烟草公司运作案例

##### 8.2.1 菲莫国际——运作案例

(1) 菲莫国际经营业绩

1) 销量与地区分布

## 2) 公司营业净收入

### (2) 菲莫国际的品牌策略

## 1) 菲莫国际品牌架构

## 2) 菲莫国际品牌策略

### (3) 菲莫国际并购与重组

## 8.2.2 英美烟草&mdash;&mdash;运作案例

### (1) 英美烟草经营业绩

## 1) 销量与地区分布

## 2) 公司营业净收入

### (2) 英美烟草的品牌策略

## 1) 英美烟草品牌架构

## 2) 英美烟草品牌策略

### (3) 英美烟草并购与重组

## 8.2.3 日本烟草公司&mdash;&mdash;运作案例

### (1) 日本烟草公司经营业绩

## 1) 销量与地区分布

## 2) 公司营业净收入

### (2) 日本烟草公司的品牌策略

## 1) 日本烟草公司品牌架构

## 2) 日本烟草公司品牌策略

### (3) 日本烟草公司并购与重组

## 8.2.4 帝国烟草&mdash;&mdash;运作案例

### (1) 帝国烟草经营业绩

## 1) 销量与地区分布

## 2) 公司营业净收入

### (2) 帝国烟草的品牌策略

## 1) 帝国烟草品牌架构

## 2) 帝国烟草品牌策略

### (3) 帝国烟草并购与重组

## 8.2.5 其他国际烟草公司案例分析

### (1) 奥驰亚集团运作案例

### (2) 雷诺美国运作案例



- (3) 印度ITC公司运作案例
- (4) 韩国烟草人参公社运作案例
- (5) 埃及东方烟草公司运作案例

### 8.3 国际烟草行业并购重组分析

- 8.3.1 国际烟草公司并购重组背景
- 8.3.2 国际烟草公司并购重组动态
- 8.3.3 国际烟草公司并购重组特点
- 8.3.4 国际烟草公司并购重组动机
- 8.3.5 国际烟草公司并购重组趋势

### 8.4 国际烟草品牌发展经验启示

## 第9章：中国烟草行业整合重组与国际化

### 9.1 中国烟草行业整合重组分析

#### 9.1.1 烟草行业整合重组历程

- (1) 松散型联合重组阶段
- (2) 战略性联合重组阶段
- (3) 跨省联合重组阶段

#### 9.1.2 烟草行业整合模式分析

- (1) 整合重组模式影响因素
- (2) 现有整合重组模式分析
- (3) 未来整合重组模式趋势

#### 1) 组织模式变革趋势分析

#### 2) 销售模式变革趋势分析

#### 3) 盈利模式变革趋势分析

#### 4) 竞争模式变革趋势分析

#### 5) 商务模式变革趋势分析

#### 6) 经营模式变革趋势分析

#### 7) 财务模式变革趋势分析

#### 8) 物流模式变革趋势分析

#### 9) 客服模式变革趋势分析

#### 10) 专卖模式变革趋势分析

#### 9.1.3 中国烟草行业整合重组现状

- (1) 整合重组现状分析
- (2) 整合重组资金实力
- 9.1.4 烟草工业企业整合重组障碍
- 9.2 中外烟草企业合作状况分析
  - 9.2.1 外国烟草中国市场投资方式
    - (1) 合资设厂方式
    - (2) 品牌许可方式
    - (3) 委托生产方式
    - (4) 技术合作方式
    - (5) 烟叶基地方式
  - 9.2.2 中国烟草海外市场投资方式
    - (1) 国内品牌国际化SWOT分析
    - (2) 中国烟草企业海外投资方式

## 第10章：中国卷烟行业发展前景与品牌扩张路径（）

- 10.1 中国卷烟行业壁垒分析
  - 10.1.1 中国卷烟行业进入壁垒
  - 10.1.2 中国卷烟行业退出壁垒
- 10.2 中国卷烟市场发展前景与预测
  - 10.2.1 中国卷烟市场规模分析预测
  - 10.2.2 中国卷烟市场产品结构预测
- 10.3 中国卷烟行业整合重组风险与规避
  - 10.3.1 卷烟行业整合重组风险分析
    - (1) 烟草行业风险分析
    - (2) 兼并重组风险分析
    - (3) 品牌整合风险分析
  - 10.3.2 卷烟行业整合重组风险规避措施
- 10.4 中国卷烟行业品牌扩张路径
  - 10.4.1 卷烟品牌扩张风险分析
  - 10.4.2 卷烟品牌扩张风险规避
  - 10.4.3 卷烟品牌国内市场扩张路径
  - 10.4.4 卷烟品牌国际市场扩张路径

## 部分图表目录:

图表1：2016-2020年我国烟草制品企业景气指数

图表2：2016-2020年我国卷烟累计产量及增速（单位：亿支，%）

图表3：我国卷烟累计产量省份分布（单位：亿支，%）

图表4：2016-2020年烟草行业固定资产投资总额及同比增速（单位：亿元，%）

图表5：2016-2020年烟草行业主营业务成本与同比增速（单位：亿元，%）

图表6：2016-2020年烟草行业主营业务收入与同比增速（单位：亿元，%）

图表7：烟草行业各类产品总产值比重（单位：%）

图表8：2016-2020年美国失业率及产能利用率情况（单位：%）

图表9：2016-2020年美国经济数据及预测（单位：%）

图表10：2016-2020年德法及欧债五国公共债务占GDP的比重（单位：%）

图表11：2016-2020年德法及欧债五国失业率情况（单位：%）

图表12：2016-2020年欧洲经济数据及预测（单位：%）

图表13：2016-2020年全球各国家/地区GDP增长预测（单位：%）

图表14：2016-2020年规模以上工业增加值增长情况（单位：%）

图表15：2016-2020年来固定资产投资变化情况（单位：亿元，%）

图表16：2016-2020年来社会消费品零售额及其增长情况（单位：亿元）

图表17：2016-2020年CPI及PPI月度涨幅变化（单位：%）

图表18：2016-2020年来中国进出口月度变化情况（单位：%）

图表19：2016-2020年中国GDP同比增速走势及预测（单位：%）

图表20：2016-2020年中国GDP贡献率及预测（单位：%）

图表21：2016-2020年中国规模以上工业增加值增速走势及预测（单位：%）

图表22：2016-2020年中国固定资产投资预测（单位：亿元，%）

图表23：2016-2020年中国贸易顺差走势及预测（单位：亿美元）

图表24：2016-2020年被访者对未来家庭收入预期增长的比例（单位：个，%）

图表25：2016-2020年被访者消费开支增减状况占比（单位：个，%）

图表26：被访者消费开支增减状况占比（单位：个，%）

图表27：中国烟民数量变化趋势（单位：人）

图表28：中国烟民结构变化趋势（单位：人）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202206/301650.html>