

2016-2022年中国卷烟市场 监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国卷烟市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/yanjiu1511/U25104BLJF.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-04

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国卷烟市场监测及投资前景研究报告》共十七章。报告介绍了卷烟行业相关概述、中国卷烟产业运行环境、分析了中国卷烟行业的现状、中国卷烟行业竞争格局、对中国卷烟行业做了重点企业经营状况分析及中国卷烟产业发展前景与投资预测。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。

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)。

中国卷烟按原料分主要有4种：烤烟型，以烤烟为原料，流行于英国、中国、印度、加拿大等国；混合型，以烤、晒、晾烟为原料，现风靡于世界；香料型（东方型），以香料烟为原料，流行于土耳其、希腊、苏联及东欧等国；晒烟型，以深色晒烟为原料，流行于南欧及非洲部分国家。

报告目录：

第一章 全球卷烟市场发展分析 19

第一节 2015年全球卷烟市场分析 19

一、2015年全球卷烟市场现状 19

二、全球卷烟市场趋势 21

三、全球卷烟市场预测 22

第二节 全球卷烟市场品牌发展分析 24

第二章 全球卷烟五大烟草公司市场分析 26

第一节 2015年五大卷烟巨头市场发展分析 26

一、2015年五大卷烟公司市场分析 26

二、2015年五大卷烟公司主要品牌市场分析 28

第二节 奥驰亚集团 29

一、2015年奥驰亚集团经营状况分析 29

二、2015年奥驰亚卷烟分析 30

三、2015年奥驰亚无烟烟草分析 30

四、2015年奥驰亚雪茄分析 30

五、2015年奥驰亚全年预测 30

第三节 菲莫国际 31

一、2015年菲莫国际经营状况分析 31

二、2015年菲莫国际发货量和市场份额分析 31

三、2015年菲莫国际东欧、中东和非洲区经营状况分析 32

四、2015年菲莫国际拉丁美洲和加拿大区经营状况分析 33

五、2015年菲莫国际欧盟区经营状况分析 33

六、2015年菲莫国际亚洲区经营状况分析 33

第四节 英美烟草公司 33

一、2015年英美烟草全球市场 33

二、2015年英美烟草经营状况分析 34

三、2015年英美烟草品牌市场表现 37

四、2015年英美烟草东欧区市场表现 37

五、2015年英美烟草非洲和中东区市场表现 38

六、2015年英美烟草美洲区市场表现 38

七、2015年英美烟草西欧区市场表现 39

八、2015年英美烟草亚太地区市场表现 40

第五节 日本烟草公司 42

一、日本烟草公司2013/2014财年分析 42

二、2015年日本烟草公司经营状况分析 42

三、2015年日本市场卷烟产品分析 43

第六节 帝国烟草集团 44

一、帝国烟草2015财年分析 44

二、2015年帝国烟草各区域市场规模分析 44

第三章 中国卷烟运行状况分析 46

第一节 2015年卷烟行业总体运行 46

一、2015年中国卷烟行业运行情况 46

二、2015年中国卷烟行业盈利情况 46

三、2015年中国卷烟行业重点品牌情况 46

- 第二节 2015年中国卷烟工业运行数据分析 47
 - 一、2015年中国卷烟制造企业盈亏情况分析 47
 - 二、2015年中国卷烟制造企业资产负债指标分析 48
 - 三、2015年中国卷烟制造企业产销存统计分析 48

第四章 中国卷烟市场发展分析 49

第一节 中国卷烟市场分析 49

- 一、2015年中国卷烟市场 49
- 二、2015年卷烟市场结构分析 49
- 三、2015年我国卷烟品牌情况 50

第二节 2015年我国卷烟产销情况 50

- 一、2015年我国卷烟总体产销情况 50
- 二、2015年各区域市场生产情况 51

第三节 2015年中国卷烟价格 53

第五章 中国卷烟市场对外贸易分析 55

第一节 2015年中国卷烟市场进出口 55

- 一、纸烟 55
- 二、烤烟 55

第二节 2013/2014中国卷烟市场出口 55

第三节 2013/2014中国卷烟市场进口 56

第六章 中国卷烟区域市场 57

第一节 华东地区卷烟市场运行情况分析 57

第二节 华南地区卷烟市场运行情况分析 57

第三节 华北地区卷烟市场运行情况分析 58

第四节 东北地区卷烟市场运行情况分析 59

第五节 西北地区卷烟市场运行情况分析 59

第六节 西南地区卷烟市场运行情况分析 60

第七章 中国卷烟关联产业分析 61

第一节 烟叶 61

- 一、烟叶的基础地位 61
- 二、烟叶生产情况 61
- 三、2015年烟叶收购价格 69

第二节 烟草机械设备 70

- 一、卷烟最新包装技术和设备 70
- 二、过滤嘴制造创新 73
- 三、市场展望 76

第八章 中国烟草行业竞争格局分析 81

第一节 中国卷烟市场格局分析 81

- 一、卷烟品牌的区域特征 81
- 二、卷烟品牌格局 81
- 三、卷烟品牌知名度、美誉度和忠诚度 83
- 四、烟草行业未来竞争的核心 86

第二节 国内竞争环境分析 87

- 一、外烟内烟竞争状况 87
- 二、中国入世对烟草市场影响 92
- 三、中国烟草业国际竞争力分析 100
- 四、工商分离打破地域封锁 113
- 五、民资试水海外烟草市场 117

第三节 中国烟草企业SWOT分析 120

- 一、中国烟草企业优势分析 120
- 二、中国烟草企业劣势分析 121
- 三、中国烟草企业面临的机会 121
- 四、中国烟草企业面临的威胁 122

第九章 中国烟草行业主要企业分析 124

第一节 玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司 124

- 一、企业简介 124
- 二、经营状况 125
- 三、发展战略分析 130

第二节 上海烟草（集团）公司 130

一、企业简介	130
二、经营状况	131
三、综合分析	137
第三节 白沙集团	137
一、企业简介	137
二、经营状况	138
三、发展战略分析	144
第四节 红云烟草（集团）有限责任公司	144
一、企业简介	144
二、经营状况	145
三、发展战略分析	151
第五节 常德卷烟厂	152
一、企业简介	152
二、盈利模式	152
第六节 宁波卷烟厂	155
一、企业简介	155
二、综合分析	157
第七节 云南红河卷烟厂	157
一、企业简介	157
二、综合分析	157
第十章 中国卷烟营销策略	159
第一节 中国烟草行业营销渠道策略分析	159
一、烟草行业的营销现状	159
二、中国烟草企业的营销策略	161
三、卷烟品牌营销分析	167
四、卷烟零售连锁经营形式的基本模式	171
五、烟草物流配送系统	174
第二节 卷烟销售由传统商业向现代流通转变	175
第三节 农村卷烟销售网络及其管理	182
一、农村卷烟市场分析	182
二、农村销售网络及管理	184

第四节 中式卷烟的营销定位 187

一、中式卷烟的文化底蕴 187

二、中式卷烟的表现方式 188

三、中式卷烟的市场切入点 188

第十一章 中国卷烟品牌策略 190

第一节 中国卷烟市场品牌状况 190

一、卷烟品牌基本情况 190

二、香烟品牌运作 192

第二节 卷烟品牌的战略思考 195

一、卷烟品牌博弈 195

二、知名品牌战略 196

三、买方市场条件下的品牌发展战略 198

四、我国区域性卷烟品牌的行销误区 202

第三节 国际卷烟品牌发展策略分析 204

一、奥驰亚集团品牌策略 204

二、英美烟草公司品牌策略 205

三、日本烟草公司品牌策略 207

四、其他烟草公司品牌策略 208

第十二章 中国卷烟广告状况分析 210

一、卷烟广告投放状况 210

二、广告策略 210

三、中国卷烟广告困境 213

第十三章 中国卷烟市场消费调研 215

第一节 中国卷烟市场消费状况分析 215

一、卷烟消费市场状况及规模 215

二、消费者对香烟品牌、口感、包装认知分析 218

三、烟雾的感觉特点 221

第二节 卷烟消费者消费行为分析 223

一、吸烟的心理社会因素 223

二、	购买地点和频率分析	223
三、	购买品牌及忠诚度分析	227
第三节	中国吸烟者吸食口味特点及发展趋势分析	233
一、	卷烟消费吸食口味特点及发展趋势	233
二、	国际流行的主要卷烟牌号及口味特点	237
三、	当前我国卷烟产品特点及消费者心理分析	240
四、	国际卷烟流行口味对我国消费者的影响	243
第四节	分类别消费者行为分析	245
一、	卷烟消费者分类及消费水平	245
二、	卷烟消费者消费行为调查	246
三、	城市卷烟消费者群体分类与价值分析	253
四、	农村卷烟消费者消费特点分析	259
第五节	分地区消费者分析	261
一、	重点城市消费者分析	261
二、	湖北卷烟市场消费者调查	266
三、	河南卷烟市场消费者调查	266
四、	沪产卷烟销售关注消费者	267
第六节	分产品消费者分析	265 270
一、	高档烟消费市场现状	270
二、	高档烟消费者分析	270
三、	高档烟消费市场主要问题分析	272
第七节	卷烟产品消费特点	276
一、	竞争焦点市场的转换	276
二、	可进入市场的类型分析	277
三、	消费档次热点的变化	278
四、	吸烟率变化趋势	279
五、	影响产品评价的因素	279
六、	卷烟吸味变化趋势	280
七、	卷烟包装审美趋势	281
第十四章	2015年中国宏观经济环境分析	283
第一节	2015年中国宏观经济运行	283

第二节 2015年中国宏观经济形势 284

第三节 2015年中国货币政策分析 287

一、2015年货币信贷运行总体情况 287

二、2015年货币政策操作主要措施 288

第十五章 中国烟草行业政策环境分析 292

第一节 烟草专卖制度 292

一、统一领导，垂直管理和专卖专营的专卖管理体制 292

二、中国烟草专卖制度前景分析 292

三、加大专卖执法力度 294

第二节 内部改革 302

一、卷烟工业企业组织结构调整 302

二、行业管理体制改革 302

第三节 市场秩序整顿 308

一、烟草行业财经秩序整顿 308

二、治理卷烟体外循环 309

三、卷烟打假打私 316

第四节 WTO与WHO对中国烟草业的影响 321

一、加入WTO后的烟草关税变化 321

二、“特种烟草专卖零售许可证”的取消及其深度影响 322

三、《烟草控制框架公约》对中国烟草业的影响 323

第五节 中国烟草：政府垄断下的特殊产业 327

一、中国烟草行业的垄断特征 327

二、我国烟草行业的竞争特性 327

三、垄断竞争政策下蕴藏的风险 332

第十六章 中国卷烟工业技术环境分析 333

第一节 “中式卷烟”与“英式卷烟” 333

第二节 配方技术 336

一、国内外配方理念差异 336

二、中国卷烟配方技术的发展 338

第三节 加工工艺技术 340

第四节 卷烟降焦减害技术研究进展 345

第十七章 博思数据对中国卷烟市场发展趋势及预测 355

第一节 中国卷烟行业发展趋势 355

- 一、中国卷烟行业发展趋势 355
- 二、中国卷烟包装发展趋势 357
- 三、中国烟草业发展的主流趋势 359
- 四、中国烟草市场竞争新趋势 361

第二节 中国卷烟市场发展预测 362

- 一、2021年全球卷烟市场预测 362
- 二、全球烟草业未来并购预测 362
- 三、2015年云南烟草产业发展趋势 363

图表目录：

- 图表 1 2014年全球5大卷烟巨头业绩对比 27
- 图表 2 2014年全球5大卷烟巨头市场份额 27
- 图表 3 跨国烟草公司及部分国际卷烟品牌2011~2014年销量情况 29
- 图表 4 2014年奥驰亚集团经营状况分析 29
- 图表 5 2014年奥驰亚卷烟分析 30
- 图表 6 2014年奥驰亚无烟卷烟分析 30
- 图表 7 2014年奥驰亚雪茄分析 30
- 图表 8 2014年菲莫国际经营状况分析 31
- 图表 9 2014年菲莫国际卷烟发货量分析 31
- 图表 10 2014年菲莫国际卷烟市场份额分析 31
- 图表 11 菲莫国际2014年在部分国家或地区卷烟销量、市场占有率及变化情况 32
- 图表 12 2014年菲莫国际东欧、中东和非洲区经营分析 32
- 图表 13 2014年菲莫国际拉丁美洲和加拿大区经营分析 33
- 图表 14 2014年菲莫国际欧盟区经营分析 33
- 图表 15 2014年菲莫国际亚洲区卷烟分析 33
- 图表 16 2014年英美烟草经营状况分析 34
- 图表 17 英美烟草2014年在主要目标市场占有率及变化情况 35
- 图表 18 2014年日本烟草公司经营状况分析 42

图表 19 日本烟草2014年在主要目标市场占有率及变化情况 43

图表 20 2014年帝国烟草经营状况分析 44

图表 21 帝国烟草2014年目标市场分布情况 44

图表 22 2011-2015年中国卷烟制造企业盈亏情况分析 47

图表 23 2011-2015年中国卷烟制造企业资产负债指标分析 48

图表 24 2014年中国卷烟制造企业产销存统计分析 48

图表 25 2011-2015年我国卷烟产量增长走势图 51

图表 26 2015年中国卷烟行业产量区域集中度分析 52

图表 27 2015年1-9月中国卷烟产量分省市统计 52

图表 28 2011-2014年居民烟草消费价格指数情况分析 54

图表 29 2014年中国纸烟出口情况 55

图表 30 2014年中国纸烟进口情况 55

图表 31 2014年中国烤烟出口情况 55

图表 32 2014年中国烟草、烟草及烟草代用品的制品出口情况 55

图表 33 2014年中国烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟出口情况 56

图表 34 2014年中国烟草、烟草及烟草代用品的制品进口情况 56

图表 35 2014年中国烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟进口情况 56

表格 36 2013-2015年华东地区卷烟行业营运能力表 57

图表 37 2013-2015年华东地区卷烟行业发展现状 57

表格 38 2013-2015年华南地区卷烟行业营运能力表 57

图表 39 2013-2015年华南地区卷烟行业发展现状 58

表格 40 2013-2015年华北地区卷烟行业营运能力表 58

图表 41 2013-2015年华北地区卷烟行业发展现状 58

表格 42 2013-2015年东北地区卷烟行业营运能力表 59

图表 43 2013-2015年东北地区卷烟行业发展现状 59

表格 44 2013-2015年西北地区卷烟行业营运能力表 59

图表 45 2013-2015年西北地区卷烟行业发展现状 59

表格 46 2013-2015年西南地区卷烟行业营运能力表 60

图表 47 2013-2015年西南地区卷烟行业发展现状 60

图表 48 近4年玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司固定资产周转次数情况 125

图表 49 近4年玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司固定资产周转次数变化情况 125

图表 50 近4年玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司流动资产周转次数变化情况 125

图表 51 近4年玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司流动资产周转次数变化情况 126

图表 52 近4年玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司销售毛利率变化情况 126

图表 53 近4年玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司销售毛利率变化情况 127

图表 54 近4年玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司资产负债率变化情况 127

图表 55 近4年玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司资产负债率变化情况 128

图表 56 近4年玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司产权比率变化情况 128

图表 57 近4年玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司产权比率变化情况 128

图表 58 近4年玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司总资产周转次数变化情况 129

图表 59 近4年玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司总资产周转次数变化情况 129

图表 60 近4年上海烟草（集团）公司固定资产周转次数情况 131

图表 61 近4年上海烟草（集团）公司固定资产周转次数变化情况 132

图表 62 近4年上海烟草（集团）公司流动资产周转次数变化情况 132

图表 63 近4年上海烟草（集团）公司流动资产周转次数变化情况 133

图表 64 近4年上海烟草（集团）公司销售毛利率变化情况 133

图表 65 近4年上海烟草（集团）公司销售毛利率变化情况 133

图表 66 近4年上海烟草（集团）公司资产负债率变化情况 134

图表 67 近4年上海烟草（集团）公司资产负债率变化情况 134

图表 68 近4年上海烟草（集团）公司产权比率变化情况 135

图表 69 近4年上海烟草（集团）公司产权比率变化情况 135

图表 70 近4年上海烟草（集团）公司总资产周转次数变化情况 136

图表 71 近4年上海烟草（集团）公司总资产周转次数变化情况 136

图表 72 近4年白沙集团固定资产周转次数情况 138

图表 73 近4年白沙集团固定资产周转次数变化情况 139

图表 74 近4年白沙集团流动资产周转次数变化情况 139

图表 75 近4年白沙集团流动资产周转次数变化情况 139

图表 76 近4年白沙集团销售毛利率变化情况 140

图表 77 近4年白沙集团销售毛利率变化情况 140

图表 78 近4年白沙集团资产负债率变化情况 141

图表 79 近4年白沙集团资产负债率变化情况 141

图表 80 近4年白沙集团产权比率变化情况 142

图表 81 近4年白沙集团产权比率变化情况 142

图表 82 近4年白沙集团总资产周转次数变化情况 143

图表 83 近4年白沙集团总资产周转次数变化情况 143

图表 84 近4年红云烟草（集团）有限责任公司固定资产周转次数情况 145

图表 85 近4年红云烟草（集团）有限责任公司固定资产周转次数情况 146

图表 86 近4年红云烟草（集团）有限责任公司流动资产周转次数变化情况 146

图表 87 近4年红云烟草（集团）有限责任公司流动资产周转次数变化情况 146

图表 88 近4年红云烟草（集团）有限责任公司销售毛利率变化情况 147

图表 89 近4年红云烟草（集团）有限责任公司销售毛利率变化情况 147

图表 90 近4年红云烟草（集团）有限责任公司资产负债率变化情况 148

图表 91 近4年红云烟草（集团）有限责任公司资产负债率变化情况 148

图表 92 近4年红云烟草（集团）有限责任公司产权比率变化情况 149

图表 93 近4年红云烟草（集团）有限责任公司产权比率变化情况 149

图表 94 近4年红云烟草（集团）有限责任公司总资产周转次数变化情况 150

图表 95 近4年红云烟草（集团）有限责任公司总资产周转次数变化情况 150

图表 96 中国香烟消费者年龄分布 215

图表 97 中国香烟消费者学历分布 216

图表 98 中国香烟消费者性别分布 216

图表 99 中国香烟消费者消费香烟的数量 217

图表 100 中国香烟消费者消费香烟的价格 217

图表 101 国产香烟品牌第一提及对应分析 219

图表 102 国产卷烟品牌认知度对应分析 219

图表 103 国产卷烟美誉度对应分析 220

图表 104 国产卷烟品牌市场占有率 221

图表 105 中国香烟消费心理分层消费香烟的心理需求 222

图表 106 不同香烟消费心理需求的消费用户群体分布 222

图表 107 四大城市卷烟购买地点分布 224

图表 108 消费者买烟的频率 224

图表 109 消费者买烟的包装及数量 225

图表 110 不同包装烟的购买地点 226

图表 111 各商店类型的人群比例与卷烟销售量比例 227

图表 112 各类商品的品牌忠诚度对照 229

图表 113 各品牌消费者人群特征 230

图表 114 各品牌消费者年龄与收入特征 231

图表 115 各品牌消费者学历和职业特征 231

图表 116 各品牌消费者学历特征 232

图表 117 各品牌消费者生活和消费态度 232

图表 118 消费者自吸考虑的因素 254

图表 119 卷烟消费者关注因素分类 254

图表 120 不同文化程度、收入卷烟消费者消费行为特征分析 255

图表 121 不同类型卷烟消费者主吸价位、吸食量分析 256

图表 122 不同类型卷烟消费者主吸价位分布 257

图表 123 不同类型卷烟消费者的营销敏感度比较 257

图表 124 不同类型卷烟消费者喜欢的促销方式 258

图表 125 不同类型卷烟消费者自身形象的关注程度比较 259

图表 126 不同类型卷烟消费者希望展示的个体形象 259

图表 127 各城市人均卷烟日销量结构排序 262

图表 128 各城市各类卷烟销量增长率比较（2014年单位：%） 262

图表 129 人均GDP和人均日销量增长率（单位：%） 263

图表 130 人均GDP和人均日销量增长率的相关性分析表 263

图表 131 城镇人口比重和人均日销量表（单位：支/人日） 264

图表 132 城镇人口比重和人均日销量的相关性分析表 265

图表 133 高档烟消费者的收入分布 270

图表 134 高档烟消费者的年龄分布 271

图表 135 高档烟消费者所属单位性质 271

图表 136 高档烟消费者的职业分布 272

图表 137 高档烟的主要（获得）途径 273

图表 138 不同因素对高档烟消费者消费行为的影响程度 274

图表 139 卷烟系列产品结构 278

图表 140 城市高端卷烟消费者对新产品品质的判断因素 280

图表 141 2015年GDP初步核算数据 283

图表 142 2010-2014年GDP环比增长速度 283

图表 143 卷烟回收示意图 312

图表 144 体外循环的流通渠道示意图 313

图表 145 烟支规格说明 344

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1511/U25104BLJF.html>