

2020年中国卷烟行业分析报告- 市场现状调查与发展规划趋势

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国卷烟行业分析报告-市场现状调查与发展规划趋势》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/472004472004.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章 中国卷烟品牌发展行业背景与特点

第一节 国内烟草行业特点分析

一、运作特点分析

二、制度特点分析

三、市场特点分析

第二节 国内烟草行业运行状况

一、产量规模分析

二、销售规模分析

三、产品结构分析

四、价格趋势分析

五、区域分布分析

六、库存规模分析

七、经营情况分析

第三节 烟草行业体制发展与整合历程

一、烟草行业体制形成过程

二、烟草行业整合重组历程

第四节 烟草行业相关制度影响分析

一、组织架构对品牌培育影响

二、专卖制度对品牌培育影响

三、烟草政策税收制度及影响

第五节 国内烟草行业发展趋势分析

一、行业改革走向市场化

二、企业重组与品牌整合

三、国内品牌国际化发展

第六节 国内烟草行业产品结构特点

一、以卷烟为主的产品结构特征

二、国内烟草产品结构变化趋势

第二章 中国卷烟品牌发展环境分析

第一节 中国卷烟品牌发展政策环境

一、卷烟行业政策汇总

二、行业政策影响分析

第二节 中国卷烟品牌发展经济环境

一、国际宏观经济环境分析

1、国际宏观经济现状

2、国际宏观经济预测

二、国家宏观经济环境分析

1、国内宏观经济现状

2、国内宏观经济预测

第三节 中国卷烟品牌发展社会环境

一、社会控烟环境分析

二、行业危机公关分析

三、行业需求特征分析

四、行业需求趋势分析

第四节 中国卷烟品牌发展需求环境

一、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

二、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

三、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

四、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

第三章 中国卷烟行业品牌竞争力与品牌发展战略

第一节 卷烟品牌竞争力评估体系

一、卷烟品牌竞争力评估指标

二、卷烟品牌再定位机制分析

第二节 卷烟品牌核心竞争力来源分析

一、品牌竞争力内部来源

二、品牌竞争力外部来源

第三节 不同卷烟品牌类型竞争力分析

一、效益规模型品牌

1、代表品牌及特点分析

2、效益规模型品牌交易规模

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

二、效益主导型品牌

1、代表品牌及特点分析

2、效益主导型品牌交易规模

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

三、规模主导型品牌

1、代表品牌及特点分析

2、规模主导型品牌交易规模

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

四、成长优势型品牌

1、代表品牌及特点分析

2、成长优势型品牌交易规模

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

五、优势居中型品牌

1、代表品牌及特点分析

2、优势居中型品牌发展瓶颈分析

3、优势居中型品牌发展前景及策略

第四节 卷烟品牌运作一般战略分析

一、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

二、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

第五节 中国卷烟品牌发展战略案例分析

- 一、“白沙”品牌战略与缺陷
- 二、“中华香烟”品牌战略与缺陷

第四章 中国卷烟行业品牌竞争格局与市场趋势

第一节 卷烟品牌总体竞争格局分析

一、卷烟行业品牌竞争状况

- 1、卷烟品牌数量变化情况
- 2、卷烟品牌交易量排名情况
- 3、卷烟品牌交易额排名情况
- 4、卷烟产品销售结构变化情况

二、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
- 3、卷烟规格集中度分析

第二节 卷烟品牌区域竞争格局分析

- 一、卷烟品牌地区分布情况
- 二、卷烟品牌市场表现分析
- 三、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

第三节 卷烟行业细分产品竞争格局与趋势

一、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

二、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

第四节 卷烟品牌产品创新能力分析

一、重点品牌新产品开发状况

二、重点品牌新产品价位分布

三、卷烟品牌产品创新趋势

第五节 卷烟行业竞争特点及总体趋势分析

一、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

二、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

第五章 中国卷烟行业价值链构建与品牌建设

第一节 价值链构建与品牌竞争策略

一、价值链对品牌体系影响

二、基于价值链的品牌策略

第二节 烟草行业价值链综述

一、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

二、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

三、烟草行业价值链现存问题分析

第三节 卷烟行业价值链——生产供应环节分析

一、卷烟工业企业发展状况分析

- 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

二、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

三、卷烟工业企业内部价值链构成

四、卷烟工业企业价值链优化途径

五、卷烟工业企业产品品牌建设策略

第四节 卷烟行业价值链——销售分配环节分析

一、卷烟商业企业发展状况分析

- 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

二、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

三、卷烟商业企业内部价值链构成

四、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

五、卷烟商业企业服务品牌建设策略

第五节 卷烟行业价值链——零售终端环节分析

一、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

二、售终端建设现存问题

三、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

四、现代零售终端建设路径

第六节 卷烟行业价值链——消费者环节分析

一、卷烟消费者需求变化趋势

二、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

三、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

第六章 中国卷烟行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 湖南中烟工业有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 安徽中烟工业有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 江西中烟工业有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 甘肃烟草工业有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 张家口卷烟厂有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第六节 山东中烟工业有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七节 重庆烟草工业有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第八节 红云红河烟草（集团）有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第九节 河北白沙烟草有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十节 江苏中烟工业有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十一节 河南中烟工业有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七章 中国卷烟品牌区域发展状况分析

第一节 中国卷烟品牌区域发展概况

第二节 重点省份卷烟品牌发展状况

一、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

二、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

三、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
- 四、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
- 五、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
- 六、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
- 七、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
- 八、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

九、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

十、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

第八章 国际烟草品牌运作经验借鉴

第一节 国际烟草品牌竞争格局

一、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

二、国际卷烟产业品牌竞争格局

- 1、世界卷烟销量与地区分布
- 2、世界主要烟草品牌竞争格局

第二节 国际主要烟草公司运作案例

一、菲莫国际——运作案例

- 1、菲莫国际经营业绩
 - 1) 公司销量地区分布
 - 2) 公司销售收入情况
 - 3) 主要品牌销售情况
- 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

二、英美烟草——运作案例

- 1、英美烟草经营业绩
 - 1) 公司销量地区分布
 - 2) 公司销售收入情况

3) 主要品牌销售情况

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

三、日本烟草公司——运作案例

1、日本烟草公司经营业绩

1) 公司销量地区分布

2) 公司营业收入情况

3) 主要品牌销售情况

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

四、帝国烟草——运作案例

1、帝国烟草经营业绩

1) 公司销量地区分布

2) 公司营业收入情况

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

五、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

第三节 国际烟草行业并购重组分析

一、国际烟草公司并购重组背景

二、国际烟草公司并购重组动态

三、国际烟草公司并购重组特点

四、国际烟草公司并购重组动机

五、国际烟草公司并购重组趋势

第四节 国际烟草品牌发展经验启示

第九章 中国烟草行业整合重组与国际化

第一节 中国烟草行业整合重组分析

一、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

二、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) 竞争模式变革趋势分析

4) 盈利模式变革趋势分析

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

三、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

四、烟草工业企业整合重组障碍

第二节 中外烟草企业合作状况分析

一、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

二、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

第十章 中国卷烟行业发展前景与品牌扩张路径

第一节 中国卷烟行业壁垒分析

一、中国卷烟行业进入壁垒

二、中国卷烟行业退出壁垒

第二节 中国卷烟市场发展前景与预测

一、中国卷烟市场规模分析预测

二、中国卷烟市场产品结构预测

第三节 中国卷烟行业整合重组风险与规避

一、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

二、卷烟行业整合重组风险规避措施

第四节 中国卷烟行业品牌扩张路径

一、卷烟品牌扩张形式与障碍

二、卷烟品牌扩张风险与规避

三、卷烟品牌国内市场扩张路径

四、卷烟品牌国际市场扩张路径

部分图表目录:

图表：2017-2020年我国卷烟产量及增速

图表：2017-2020年我国卷烟销量及增速

图表：2017-2020年全国卷烟行业单箱结构及同比增速

图表：2017-2020年我国卷烟销量及增速

图表：2020年我国卷烟产量区域分布占比情况

图表：2017-2020年烟草行业月度库存情况

图表：2017-2020年我国卷烟行业经营情况

图表：中国烟草行业组织架构图

图表：烟草制品行业主要产品大类

图表：2017-2020年国内烟草制品行业产品结构（按销售收入占比）

图表：中国卷烟产品价类划分标准

图表：2017-2020年国内卷烟结构提升和销量增加对销售收入增长的贡献度

图表：烟草产业政策汇总

图表：新旧卷烟价类划分标准对比

图表详见正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国卷烟市场现状分析报告-市场深度调研与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/472004472004.html>