

中国卷烟市场营销现状深度分析与未来发展趋势 预测报告

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《中国卷烟市场营销现状深度分析与未来发展趋势预测报告》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/225637225637.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

第一章 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 产品结构分析

1.2.4 价格趋势分析

1.2.5 区域分布分析

1.2.6 库存规模分析

1.2.7 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

第二章 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 卷烟行业政策汇总

2.1.2 行业政策影响分析

2.2 中国卷烟品牌发展经济环境

2.2.1 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
- 2.2.2 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
- 2.3 中国卷烟品牌发展社会环境
 - 2.3.1 社会控烟环境分析
 - 2.3.2 行业危机公关分析
 - 2.3.3 行业需求特征分析
 - 2.3.4 行业需求趋势分析
- 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

第三章 中国卷烟行业品牌竞争力与品牌发展战略

- 3.1 卷烟品牌竞争力评估体系
 - 3.1.1 卷烟品牌竞争力评估指标
 - 3.1.2 卷烟品牌再定位机制分析
- 3.2 卷烟品牌核心竞争力来源分析
 - 3.2.1 品牌竞争力内部来源
 - 3.2.2 品牌竞争力外部来源
- 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

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

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

第四章 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

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
- (3) 卷烟规格集中度分析

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 卷烟品牌市场表现分析

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

第五章 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

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

第六章 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 公司财务指标分析

(1) 公司产销能力分析

(2) 公司盈利能力分析

(3) 公司运营能力分析

(4) 公司偿债能力分析

(5) 公司发展能力分析

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

6.2 安徽中烟工业有限责任公司

6.2.1 公司发展概况

6.2.2 公司财务指标分析

(1) 公司产销能力分析

- (2) 公司盈利能力分析
- (3) 公司运营能力分析
- (4) 公司偿债能力分析
- (5) 公司发展能力分析
- 6.2.3 公司组织架构分析
- 6.2.4 公司品牌发展状况分析
 - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格
 - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合
- 6.2.5 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
- 6.2.6 公司发展优劣势分析
- 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 公司财务指标分析
 - (1) 公司产销能力分析
 - (2) 公司盈利能力分析
 - (3) 公司运营能力分析
 - (4) 公司偿债能力分析
 - (5) 公司发展能力分析
 - 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
 - (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
 - 6.3.6 公司发展优劣势分析
 - 6.3.7 公司最新发展动向分析
- 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

6.4.4 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

6.4.5 公司发展优劣势分析

6.4.6 公司最新发展动向分析

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

6.5.4 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

6.5.5 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 公司财务指标分析

- (1) 公司产销能力分析
- (2) 公司盈利能力分析
- (3) 公司运营能力分析
- (4) 公司偿债能力分析
- (5) 公司发展能力分析

6.6.3 公司组织架构分析

6.6.4 公司品牌发展状况分析

- (1) 公司旗下卷烟品牌及价格
- (2) 公司卷烟品牌扩张与整合

6.6.5 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

6.6.6 公司发展优劣势分析

6.6.7 公司最新发展动向分析

第七章 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

第八章 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) 世界卷烟销量与地区分布
- (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) 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

8.2.2 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

8.2.3 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

8.2.4 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

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
- 第九章 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) 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
 - 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

第十章 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 卷烟品牌扩张形式与障碍

10.4.2 卷烟品牌扩张风险与规避

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

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/225637225637.html>