

中国烟标行业现状深度分析与发展前景预测报告 (2024-2031年)

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《中国烟标行业现状深度分析与发展前景预测报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202412/736820.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

烟标是卷烟提供配套的产品，是世界四大平面印刷收藏品之一。得益于下游卷烟产量的稳定增长，我国烟标印刷市场规模呈现逐年增长态势。但值得注意的是，近年随着健康意识的觉醒，控烟程度不断加强，烟标行业发展也面临着较大的挑战。此外受烟草市场政策环境趋严和招投标风向变化，烟标市场价格出现明显下行。各烟标印刷企业与各省中烟公司之间原本稳固的合作关系出现松动，市场竞争趋于激烈，相关上市企业开始缩减相关业务。目前烟标行业整体较为分散，市场集中度低，CR5为10.42%。烟标头部企业包括劲嘉股份、东风股份、陕西金叶、新宏泽等。

一、行业相关概述

烟标俗称烟盒，是烟草制品的商标以及具有标识性包装物总称，用于卷烟包装，主要是强调其名称、图案、文字、色彩、符号、规格，使之区别于各种烟草制品并具有商标意义。

烟标是卷烟包装材料，不仅承担着形象展示的功能，还是产品文化内涵和品牌价值的重要载体，具备高附加值，是世界四大平面印刷收藏品之一。烟标在外观和防伪设计、包装材料选择、印刷工艺应用等方面要求更高，包括烟标的平整度、光滑度、耐磨性、热封性、膜切和套印精度等诸多指。

烟标作为卷烟提供配套的产品，是一种特殊产品，每种烟标均只向特定的客户直接供应，生产时间、生产数量均服从客户的需要，一般不做产品储备，因而烟标生产企业往往需要预留一定的产能，以满足客户需求。由于烟标产品的特殊性，采用直接销售的方式有效且经济。

二、卷烟产量稳步增长带动烟标市场不断发展

烟标行业作为卷烟包装材料的重要组成部分，其市场规模与卷烟行业的发展状况密切相关。卷烟是烟草的主制品，其市场需求始终保持着相对稳定的态势，再加上中国拥有数量庞大的烟民群体（目前我国烟民人数为3.6亿元，吸烟率达到24.4%），这无疑为卷烟以及烟标市场提供了坚实且稳定的消费基础。从2018年至2023年，我国卷烟产量从23356.2亿支稳定地增长到24427.5亿支，年复合增长率达到了0.9%。2024年1-9月我国卷烟产量累计约为20347.6亿支,同比增长1.2%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

随着卷烟产量的稳定增长，对我国烟标行业发展起到了极大的带动作用。近年我国烟标市场规模呈现逐年增长态势。有数据显示，2023年我国卷烟产量24427.50亿支，对应烟标需求量约为122.14亿套，烟标价格均值为2.89元/套，市场规模为352.98亿元。

数据来源：公开，观研天下整理

三、在控烟与减害背景下，烟标发展面临挑战

值得注意的是，近年随着健康意识的觉醒，人们逐渐意识到这“吞云吐雾”背后的巨大健康隐

患，并开始控烟与减害。有相关数据显示，与2003年相比，2023年全球卷烟销量下降了5.48%。全球成人吸烟率从2007年的22.8%下降到2021年的17.0%，14年间下降了25.4%。同期，在高收入国家下降了24%，在中低收入国家下降了28%。

我国烟草行业也不例外。从市场增速来看，近年来，我国烟草销量增速已经开始放缓，这既与政府控烟政策有关，也与公众健康意识的提升密不可分。目前我国已向世界卫生组织作出了承诺，到2030年将成人吸烟率减少到20%。这意味着接下来的几年对中国的控烟工作至关重要。我国烟草市场面临挑战是如何的严峻，转型升级迫在眉睫。在此背景下，我国烟标行业发展也面临着较大的挑战。

数据来源：公开资料，观研天下整理

与此同时，电子烟、加热非燃烧烟草制品、口含烟等新型烟草的兴起也给烟标市场带来的一定的挑战。例如电子烟方面：电子烟主要模仿传统卷烟的形式，利用烟油、加热系统、电源和过滤嘴等部分进行加热雾化，从而产生特定气味的气溶胶。近年随着消费者戒烟和减少传统烟草危害的需求增多以及产品创新改进，电子烟市场规模持续扩大。有数据显示，2023年，日本电子烟销售额突破200亿美元，同比增长超过30%。而美国的电子烟销售额则超过了200亿美元，同比增加了30%以上。从这两组数据说明了，目前电子烟市场的繁荣可见一斑，也给烟标市场带来的一定的挑战。

虽然在上述控烟以及新型烟草的兴起下，卷烟市场的萎缩给烟标行业带来挑战。但得益于我国庞大的烟民群体，在未来一段时间内，我国烟标市场仍有很大的发展空间。

四、烟标市场价格出现明显下行

2023年随着烟草市场政策环境趋严和招投标风向变化，我国烟标市场价格出现明显下行。有数据显示，2023年我国烟标价格均值为2.89元/条，低于2019年以来最低值2.9元/条。

数据来源：公开资料，观研天下整理

五、市场竞争加剧，相关上市企业开始缩减相关业务

与此同时，在烟草市场政策环境趋严和招投标风向变化下，烟包印刷企业与各省中烟公司之间原本稳固的合作关系出现松动，市场竞争加剧。不少烟包印刷企业由于在主要客户招标中失手，业务量出现下滑。从2022年开始，劲嘉股份、集友股份、东峰集团一改之前快速增长趋势，均出现了净利润下降趋势。例如2023年，劲嘉股份的归母净利润为1.28亿元，同比下降了35.03%。2024年上半年，劲嘉股份的烟标产品营业收入比上年同期减少 24.33%。该公司表示，此变化主要受到行业竞争加剧以及合并报表范围变化等综合因素的影响。

数据来源：各公司财报，观研天下整理

在上述情况下，相关上市企业对烟标在内的烟包业务进行了缩减。例如2023年，东峰集团出售了5个烟包印刷子公司；金时科技宣布将不再从事烟标印刷业务；集友股份则终止实施

太湖生产基地升级改造暨新建年产 50 万大箱烟标生产线建设项目。

2023年部分上市公司烟草业务缩减情况 公司名称 2023年上市公司烟草相关业务缩减情况

东峰集团 出售了湖南福瑞、延边长白山、深圳凯文、贵州西牛王、深圳凯文印刷五个烟包印刷子公司全部股权。 劲嘉股份

出售了安徽安泰、贵州劲嘉两个烟包印刷子公司部分股权。 金时科技

将不再从事烟标印刷业务。 恩捷股份 公司终止实施“新增年产 1.3

万吨高档环保特种纸改扩建项目”。 集友股份

公司终止实施太湖生产基地升级改造暨新建年产50 万大箱烟标生产线建设项目。

数据来源：各公司年报，观研天下整理

六、行业市场集中度仍较低，CR5为10.42%

目前我国烟标行业较为分散，市场集中度低。有相关资料显示，2023年我国规模以上的烟标印刷企业约200家左右，但CR5只有10.42%。劲嘉股份、东风股份、陕西金叶、新宏泽、顺灏股份是我国烟标行业CR5。其中劲嘉股份占据我国烟标市场龙头位置，市占率为4.19%

。

数据来源：公开数据，观研天下整理

2023年我国烟标行业主要上市企业情况 上市公司 产能及销售情况 服务品牌 区域市场

2023年烟标业务收入（亿元） 劲嘉股份 在全国范围内拥有 11

个烟标生产基地。2023年烟标印刷生产量为237.71万箱，销量为225.81万箱。

生产的烟标基本覆盖了国内烟草行业的规模品牌。

2023年华东/华南/西南市场收入占比为31%/24%/17%。 14.80 东风股份

2023年烟标印刷生产量为1.68亿套，销量为1.66亿套。

贵烟（跨越）、贵烟（硬黄精品）、贵烟（硬高遵）、贵烟（国酒香 30）、南京（软九五）、南京（雨花石）、南京（梦都）、利群（软蓝）、利群（新版）、阿诗玛（ASHIMA）

等 2023年贵州省/省外/澳洲市场收入占比为81.35%/10.87%/7.79%。 7.37 陕西金叶

2023年烟标印刷生产量为150.46亿张，销量为139.56亿张。

产业规模及行业影响力，在西部地区处于领先地位。2023年陕西省/四川省/河南省/云南省/

江苏省/河北省/其他市场收入占比为45.04%/9.63%/8.52%/14.86%/3.32%/4.44%/14.19%。

6.19 新宏泽 2023年烟标产量为31.7万大箱，销量为28.11万大箱。

包括“利群”“云烟”“红塔山”“芙蓉王”等多个知名品牌。

2023年华东/华南/华中/西南市场收入占比为21.65%/2.95%/5.30%/70.1%。 1.72 顺灏股份

2023年烟标印刷生产量为35.83亿张，销量为36.90亿张。

产品主要销往国内及欧洲、中南美、亚太等海外地区。

2023年华中/华东/华南/西南/其他市场收入占比为8.06%/33.64%/14.07%/23.85%/39.92%。

4.24 集友股份 2023年烟标产量为71.68万大箱，销量为63.78万大箱。报告期内，公司烟标

产品服务的品牌有云烟、延安、天子、黄山系列、哈尔滨系列、冬虫夏草系列、大青山系列、七匹狼、红塔山、好猫等。2023年华北/华东/西北/西南/华南/中南/东北市场收入占比为11.16%/51.99%/12.39%/12.39%/3.98%/8.10%/0.92%。 4.21

资料来源：公开资料，观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国烟标行业现状深度分析与发展前景预测报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国烟标行业发展概述

第一节 烟标行业发展情况概述

一、烟标行业相关定义

二、烟标特点分析

三、烟标行业基本情况介绍

四、烟标行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、烟标行业需求主体分析

第二节 中国烟标行业生命周期分析

- 一、烟标行业生命周期理论概述
- 二、烟标行业所属的生命周期分析
- 第三节烟标行业经济指标分析
 - 一、烟标行业的赢利性分析
 - 二、烟标行业的经济周期分析
 - 三、烟标行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球烟标行业市场发展现状分析

- 第一节全球烟标行业发展历程回顾
- 第二节全球烟标行业市场规模与区域分布情况
- 第三节亚洲烟标行业地区市场分析
 - 一、亚洲烟标行业市场现状分析
 - 二、亚洲烟标行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲烟标行业市场前景分析
- 第四节北美烟标行业地区市场分析
 - 一、北美烟标行业市场现状分析
 - 二、北美烟标行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美烟标行业市场前景分析
- 第五节欧洲烟标行业地区市场分析
 - 一、欧洲烟标行业市场现状分析
 - 二、欧洲烟标行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲烟标行业市场前景分析
- 第六节 2024-2031年世界烟标行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球烟标行业市场规模预测

第三章 中国烟标行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对烟标行业的影响分析
- 第三节中国烟标行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对烟标行业的影响分析
- 第五节中国烟标行业产业社会环境分析

第四章 中国烟标行业运行情况

第一节中国烟标行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国烟标行业市场规模分析

一、影响中国烟标行业市场规模的因素

二、中国烟标行业市场规模

三、中国烟标行业市场规模解析

第三节中国烟标行业供应情况分析

一、中国烟标行业供应规模

二、中国烟标行业供应特点

第四节中国烟标行业需求情况分析

一、中国烟标行业需求规模

二、中国烟标行业需求特点

第五节中国烟标行业供需平衡分析

第五章 中国烟标行业产业链和细分市场分析

第一节中国烟标行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、烟标行业产业链图解

第二节中国烟标行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对烟标行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对烟标行业的影响分析

第三节我国烟标行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国烟标行业市场竞争分析

第一节中国烟标行业竞争现状分析

一、中国烟标行业竞争格局分析

二、中国烟标行业主要品牌分析

第二节中国烟标行业集中度分析

一、中国烟标行业市场集中度影响因素分析

二、中国烟标行业市场集中度分析

第三节中国烟标行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国烟标行业模型分析

第一节中国烟标行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国烟标行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国烟标行业SWOT分析结论

第三节中国烟标行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国烟标行业需求特点与动态分析

第一节中国烟标行业市场动态情况

第二节中国烟标行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节烟标行业成本结构分析

第四节烟标行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国烟标行业价格现状分析

第六节中国烟标行业平均价格走势预测

一、中国烟标行业平均价格趋势分析

二、中国烟标行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国烟标行业所属行业运行数据监测

第一节中国烟标行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国烟标行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国烟标行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国烟标行业区域市场现状分析

第一节中国烟标行业区域市场规模分析

一、影响烟标行业区域市场分布的因素

二、中国烟标行业区域市场分布

第二节中国华东地区烟标行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区烟标行业市场分析

(1) 华东地区烟标行业市场规模

(2) 华东地区烟标行业市场现状

(3) 华东地区烟标行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区烟标行业市场分析

(1) 华中地区烟标行业市场规模

(2) 华中地区烟标行业市场现状

(3) 华中地区烟标行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区烟标行业市场分析

(1) 华南地区烟标行业市场规模

(2) 华南地区烟标行业市场现状

(3) 华南地区烟标行业市场规模预测

第五节华北地区烟标行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区烟标行业市场分析

(1) 华北地区烟标行业市场规模

(2) 华北地区烟标行业市场现状

(3) 华北地区烟标行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区烟标行业市场分析

(1) 东北地区烟标行业市场规模

(2) 东北地区烟标行业市场现状

(3) 东北地区烟标行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区烟标行业市场分析
 - (1) 西南地区烟标行业市场规模
 - (2) 西南地区烟标行业市场现状
 - (3) 西南地区烟标行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区烟标行业市场分析
 - (1) 西北地区烟标行业市场规模
 - (2) 西北地区烟标行业市场现状
 - (3) 西北地区烟标行业市场规模预测

第十一章 烟标行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国烟标行业发展前景分析与预测

第一节 中国烟标行业未来发展前景分析

一、烟标行业国内投资环境分析

二、中国烟标行业市场机会分析

三、中国烟标行业投资增速预测

第二节 中国烟标行业未来发展趋势预测

第三节 中国烟标行业规模发展预测

一、中国烟标行业市场规模预测

二、中国烟标行业市场规模增速预测

三、中国烟标行业产值规模预测

四、中国烟标行业产值增速预测

五、中国烟标行业供需情况预测

第四节 中国烟标行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国烟标行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国烟标行业进入壁垒分析

一、烟标行业资金壁垒分析

二、烟标行业技术壁垒分析

三、烟标行业人才壁垒分析

四、烟标行业品牌壁垒分析

五、烟标行业其他壁垒分析

第二节 烟标行业风险分析

一、烟标行业宏观环境风险

二、烟标行业技术风险

三、烟标行业竞争风险

四、烟标行业其他风险

第三节 中国烟标行业存在的问题

第四节 中国烟标行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国烟标行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国烟标行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国烟标行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择
- 第三节烟标行业营销策略分析
 - 一、烟标行业产品策略
 - 二、烟标行业定价策略
 - 三、烟标行业渠道策略
 - 四、烟标行业促销策略
- 第四节观研天下分析师投资建议
- 图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202412/736820.html>