

2006年 - 2007年中国烟草行业兼并(并购)重组决策分析报告

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《2006年 - 2007年中国烟草行业兼并(并购)重组决策分析报告》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/xiantiyongpin/2986829868.html>

报告价格：电子版: 9600元 纸介版：11800元 电子和纸介版: 12200

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

报告目录报告完全是PPT版本，包括电子版和彩色印刷版研究方法对行业协会以及行业主管单位的高层领导进行高层访谈；企业调研对象为企业董事会，市场总监，生产主管，财务主管，战略合作主管等；对行业40家重点企业进行实地数据调研；对行业150家具备兼并重组投资价值的企业进行实地调研；对行业中的产业集群进行实地调研走访得到区域性结论；

摘要1. 中国烟草行业现状2006年，中国的烟草行业在国家局“控量、促销、稳价、增效”的调控方针指导下，国内烟草行业产销均保持着均衡的增长，产品库存合理、市场价格基本平稳，行业效益稳步增长。截止到7月，行业累计生产内销卷烟11905.5亿支（2381.1万箱），比去年同期增加397.9亿支（79.6万箱），增长3.5%。卷烟产品结构变化同比上移，一、二类卷烟产量比重平缓增长，四类卷烟向三类卷烟大幅上移。1—7月份，行业累计完成内销卷烟销量11949.8亿支（2390.0万箱），比去年同期增加455.5亿支（91.1万箱），增长4.0%。1—7月份，全行业累计实现工商税利1760.5亿元，比去年同期增加290.8亿元，增长19.8%。其中，实现工业税利1249.23亿元，同比增长15.4%；实现商业税利511.23亿元，同比增长32.0%。1-7月份，全行业累计实现工商利润671.6亿元，比去年同期增加136.7亿元，同比增长25.6%。其中，实现工业利润282.12亿元，同比增长14.4%；实现商业利润389.45亿元，同比增长35.1%。中国烟草实行国家专卖，外烟基本不参与中国市场竞争，为中国烟厂保留庞大的市场容量和宽松的市场氛围。各地烟厂在政策指导下生产，优质企业受控于生产指标发展缓慢，而劣质企业只要有指标就能生存。另外由于卷烟厂一般是当地的利税大户，地方各部门想方设法阻止外地烟在本地销售，地方保护主义盛行。严重阻碍了市场公平竞争。在这种情况下，市场缺乏精心动魄的价格战，缺乏科技出新的产品战，缺乏公平竞争下优胜劣汰。中国曾有150多家卷烟企业，共2000多个品牌，就是垄断与地方保护的成果。中国烟草行业是国家税收的主要贡献者，占据利税的重要的份额：行业年税收为国家的总税收的10%之多，这样巨大的贡献是在平均税率不超过46%的行业低税率情况下达成的，而发展国家的烟草行业税一般在50-60%之间，可见中国烟草行业对国家经济的重要性。中国的卷烟市场，在世界有三个“三分之一”——产量、消费量、销售收入。中国卷烟生产量及成品烟销售量也是世界的1/3左右。同时，中国有着八个世界第一：烤烟种植面积第一；烤烟产量世界第一；烤烟增长速度世界第一；卷烟产销量世界第一；卷烟增长速度世界第一；吸烟人数世界第一；吸烟人数增加数量世界第一；烟税增长速度世界第一。如此多的优势，足以说明在国家专卖政策保护下的烟草行业面对市场经济的到来是非常有“底气”的。“十一五”期间中国烟草消费市场总体上将保持小幅上升态势，烟草产量较“十五”期间将有较大的增长。随着世界经济一体化步伐的加快，世界烟草业的格局和走向将深刻影响长期以来脱离真正市场经济砺练而保守封闭的中国烟草产业，跨国公司在中国实施国际化经营战略必将给中国烟草行业带来巨大的冲击和挑战。从市场结构来看，随着中国政策对烟草市场的不断调整，中国烟草未来的市场结构变化将从目前垄断竞争的状态走向寡头垄断，市场

竞争将从无序竞争变成有效和有序的和平竞争。从烟草企业来看，随着国家局“打造十大烟草航母集团”计划的正式启动，使中国烟草业重组又取得了突破性重大进展，进一步的加大中国烟草工业的国际市场竞争能力，所以对于国内的烟草工业而言，进一步的巩固国内强势品牌、继续优化国产香烟的品牌结构、提高品牌市场的集中度，才能在全球性竞争中争得一席之地。

2. 中国烟草行业兼并重组动因目前，中国烟草企业加起来数百家，牌号从之前的几千个到现在仍有数百个，最强势品牌红塔山的市场占有率，不超过2%，而美国和英国的烟草品牌的市场占有率超过60%。世纪分析认为中国卷烟行业市场经济化运作才刚刚开始，而发达国家已持续了数十年，其市场运作手段花样百出又极具效果。中国所有成品烟的生产总量，低于世界排名前四位的四大烟草集团成品烟总量，仅为其90%左右。中国销量最好的香烟单牌号，总销量不及美国万宝路的1%。中国的香烟品牌建设才刚刚属于起步阶段，而品牌的建设将定是一个漫长的过程，现有的品牌力当然是不具强势的，而世界品牌万宝路、555、骆驼等品牌早已深植人心。世纪认为，中国烟草行业要充分的重视自己存在的问题，才能防备对手那致命的一招，才可能有着长足的发展，才可能走上永续经营之路。行业竞争态势可以分二种，一种是增量市场的竞争，另一种是存量市场的竞争。增量市场的竞争自不用说，所有的新兴行业都应该算是在增量市场的竞争，而存量市场，是指当一个行业的消费能力趋近饱和时，市场的竞争就开始由共同发展变为激烈的竞争，竞争的结果则是“此消彼长”。这个时候，将开始逐渐出现几个大的“行业领导者”，行业内其它企业的大部分市场将不断的被这些大企业吞食。最终，行业的CR4（行业内四家最大的企业市场占有率）一旦超过50%，行业成为垄断市场。目前中国的卷烟行业特征是是国家垄断行为，而非企业垄断行为，这种垄断并不能充分体现产品的市场竞争力。而据闻随着政策的不断调整，中国将最终出现云烟、沪烟、湘烟三大阵营，以使市场化经营真正到来那一天行业能被几家企业控制。

3. 中国烟草行业兼并重组趋势分析在“深化改革，推动重组，走向联合，共同发展”整体政策下，兼并重组是烟草行业政策性的调整。无论是强势企业兼并弱势企业，还是实力相当企业进行重组，如果融合的好，企业将会获得更大的发展，如果融合的不好，矛盾计划，形成不了核心竞争力。根据国家烟草局调查，过去的一年多来，虽然烟草行业已经历了许多调整，但中国烟草企业长期以来“散、乱、多”的生产力格局并没有得到根本性转变，地方保护主义依然存在，烟草行业依然是地方格局形成自己的市场份额，并没有形成全国自由的市场。“而且，经过兼并重组后形成的新的力量会否成长为新的割据势力也是一个很大的未知数。世纪分析认为根据国家的有关政策要求，要求继续推进卷烟工业企业联合重组，优化卷烟工业企业组织结构，形成卷烟生产合理布局。联合重组是行业当前的主要任务，也是提高中国烟草总体竞争实力的必然选择。前一阶段的联合重组取得了明显成效，但这仅仅是实现了阶段性目标，联合重组任务仍然十分繁重和艰巨，今后要在更高水平、更高层次上继续推进。HEADING-CENTURY分析认为目前中国烟草进行的兼并重组是一种有效的手段，但兼并重组的背后一定要发展先进甚至革命性的烟草技术作为后盾。自实行烟草专卖制度以后，由于卷烟高额税收的吸引，导致地方保护主义严重，国家专卖演变为地方专卖，造成卷烟工业企业优

不胜、劣难汰的地方垄断局面。今后国内烟草业的兼并重组世纪认为将出现以下几个特点，而政府也意识到这一点，做了主导性的工作，为培养有竞争力的国内烟草企业创造了一些条件。

一、各省市烟草管理工商分离，各个省市的卷烟厂统归工业公司管辖，以有利于生产企业间并购重组，在一定程度上打破地区垄断。

二、全国建网，国家烟草专卖局不允许生产厂家直接面对零售终端，必须经过烟草公司进行销售，各个地区的烟草销售公司将投入巨资进行网络建设，现在已经初步构成访销分离,电话定货,网上配货,现代物流的网络体系,烟草生产企业整合后,这个网络将以市场需要为运营核心,从而打破地区垄断。

三、根据国家烟草专卖局对全国的烟草市场改革规划，全国将建立10多个省级烟草工业集团，并进行大规模跨省重组，最终形成华东、西南、华中—华南这三大烟业中心。经过兼并重组，全国烟草企业只剩下了50多家。按照烟草业未来的发展规划，还将进行进一步并购重组。

目录：2006年 - 2007年中国烟草行业兼并(并购)重组决策分析报告第一章 研究概述第一节、研究背景第二节、研究内容第三节、研究方法第四节、研究团队第五节、研究结论第二章 全球烟草行业发展现状第一节、全球烟草行业发展特征第二节、2006-2007年全球烟草行业供求格局1、全球烟草行业生产格局分析2、全球烟草行业市场规模发展分析3、全球烟草行业市场需求趋势分析第三节、2006-2007年全球烟草行业竞争格局分析1、全球烟草行业竞争集中度分析2、全球烟草行业地区竞争格局分析第四节、2007-2010年全球烟草供需规模预测第三章中国烟草行业的现状分析第一节、2006-2007年中国烟草行业的现状特点1、中国烟草市场现状分析2、中国烟草行业竞争格局分析3、中国烟草行业竞争趋势分析第二节、2006-2007年中国烟草行业供求关系分析1、总体供给情况1.1中国烟草行业产业投入产出规模1.2中国烟草行业的生产集中度分析2、需求规模情况2.1中国烟草行业市场需求特点2.2中国烟草行业市场需求规模第三节、2007-2010年中国烟草供需规模预测第四节、中国烟草进出口情况分析1、1、2006-2007年进口规模2、2、2006-2007年出口规模第四章中国烟草行业细分市场分析第一节、中国烟叶市场现状分析1、烟叶市场规模及发展现状分析2、当前烟叶市场竞争力及发展趋势分析第二节、中国烟机辅料市场现状分析1、烟机辅料市场规模及发展现状分析2、当前烟机市场竞争力及发展趋势分析第三节、中国烟草行业进出口现状及趋势分析1、烟草进口市场现状及趋势分析2、烟草出口市场现状及趋势分析第五章中国烟草行业区域性发展分析第一节、云烟系1、地区烟草行业发展特征与竞争主体分析2、地区烟草行业兼并重组可行性与趋势分析第二节、湘烟系1、地区烟草行业发展特征与竞争主体分析2、地区烟草行业兼并重组可行性与趋势分析第三节、沪烟系 1、地区烟草行业发展特征与竞争主体分析2、地区烟草行业兼并重组可行性与趋势分析第四节、豫烟系 1、地区烟草行业发展特征与竞争主体分析2、地区烟草行业兼并重组可行性与趋势分析第五节、广烟系 1、地区烟草行业发展特征与竞争主体分析2、地区烟草行业兼并重组可行性与趋势分析第六章中国烟草行业投资政策环境分析第一节、宏观经济政策对烟草行业的影响第二节、产业政策对烟草行业影响第七章影响烟草行业发展的战略因素分析第一节、烟草行业发展的风险分析1、原料和工艺2、销售专营3、地方保护主义4、成本控制第二节、中国烟草行业发展存在的问题第八章

中国烟草行业兼并重组现状分析第一节、中国烟草行业兼并重组背景分析第二节、中国烟草行业兼并重组现状分析第三节、中国烟草企业兼并案例分析第四节、中国烟草行业兼并重组趋势分析第九章 中国烟草行业兼并重组的障碍分析第一节、政策障碍第二节、资金障碍第三节、销售障碍第四节、技术障碍第十章

国外烟草行业兼并重组案例分析第一节、日本烟草并购英国GALLAHER GROUP1、兼并重组背景与核心价值分析2、兼并重组过程及兼并重组方案分析3、兼并重组整合之后的发展战略分析第二节、日本烟草并购RJ雷诺国际1、兼并重组背景与核心价值分析2、兼并重组过程及兼并重组方案分析3、兼并重组整合之后的发展战略分析第三节、帝国烟草公司并购利士美1、兼并重组背景与核心价值分析2、兼并重组过程及兼并重组方案分析3、兼并重组整合之后的发展战略分析第四节、英美烟草公司并购乐富门公司1、兼并重组背景与核心价值分析2、兼并重组过程及兼并重组方案分析3、兼并重组整合之后的发展战略分析第五节、雷诺烟草控股公司收购英美烟草公司的美国烟草子公司1、兼并重组背景与核心价值分析2、兼并重组过程及兼并重组方案分析3、兼并重组整合之后的发展战略分析第六节、英美烟草公司并购日本住友商事烟草公司1、兼并重组背景与核心价值分析2、兼并重组过程及兼并重组方案分析3、兼并重组整合之后的发展战略分析第十一章 国外烟草企业在中国的兼并重组趋势分析第一节、国外烟草企业在中国的发展分析1、投资特点2、投资区域3、市场表现4、投资产品结构5、投资趋势第二节、美国雷诺兹公司在中国投资及兼并重组情况分析 1、在中国投资现状分析2、核心竞争力分析3、投资与兼并重组趋势分析第三节、加拉赫(Gallagher)烟草公司在中国投资及兼并重组情况分析 1、在中国投资现状分析2、核心竞争力分析3、投资与兼并重组趋势分析第四节、菲莫公司(PM)在中国投资及兼并重组情况分析1、在中国投资现状分析2、核心竞争力分析3、投资与兼并重组趋势分析第五节、英美烟草公司(BAT)在中国投资及兼并重组情况分析1、在中国投资现状分析2、核心竞争力分析3、投资与兼并重组趋势分析第六节、日本烟草公司(JT)在中国投资及兼并重组情况分析 1、在中国投资现状分析2、核心竞争力分析3、投资与兼并重组趋势分析第七节、菲利浦莫里斯公司在中国投资及兼并重组情况分析1、在中国投资现状分析2、核心竞争力分析3、投资与兼并重组趋势分析第八节、布朗威廉逊公司在中国投资及兼并重组情况分析 1、在中国投资现状分析2、核心竞争力分析3、投资与兼并重组趋势分析第九节、韩国烟草人参公社在中国投资及兼并重组情况分析1、在中国投资现状分析2、核心竞争力分析3、投资与兼并重组趋势分析第十节、利士美烟草公司在中国投资及兼并重组情况分析1、在中国投资现状分析2、核心竞争力分析3、投资与兼并重组趋势分析第十二章 中国烟草行业兼并重组案例分析第一节、上海烟草(集团)公司重组北京卷烟厂和天津卷烟厂1、兼并重组背景与核心价值分析2、兼并重组过程及兼并重组方案分析3、兼并重组整合之后的发展战略分析第二节、成都卷烟厂重组西昌卷烟厂1、兼并重组背景与核心价值分析2、兼并重组过程及兼并重组方案分析3、兼并重组整合之后的发展战略分析第三节、武烟集团重组湖北烟草1、兼并重组背景与核心价值分析2、兼并重组过程及兼并重组方案分析3、兼并重组整合之后的发展战略分析第四节、曲靖

卷烟厂兼并重组内蒙古乌兰浩特卷烟厂1、兼并重组背景与核心价值分析2、兼并重组过程及兼并重组方案分析3、兼并重组整合之后的发展战略分析第五节、昆明卷烟厂与曲靖卷烟厂合并1、兼并重组背景与核心价值分析2、兼并重组过程及兼并重组方案分析3、兼并重组整合之后的发展战略分析第十三章 中国主要烟草行业兼并重组主体竞争力分析第一节、红塔集团1、生产销售能力分析2、公司资本运营情况3、生产技术竞争力分析
4、市场销售网络分析 5、公司发展战略分析6、公司兼并重组趋势与可能性分析
第二节、上烟集团1、生产销售能力分析2、公司资本运营情况3、生产技术竞争力分析
4、市场销售网络分析 5、公司发展战略分析6、公司兼并重组趋势与可能性分析
第三节、云南烟草1、公司生产销售能力 2、公司资本运营情况3、生产技术竞争力分析
4、市场销售网络分析 5、公司发展战略分析6、公司兼并重组趋势与可能性分析
第四节、将军烟草集团有限公司1、公司生产销售能力
2、公司资本运营情况3、生产技术竞争力分析 4、市场销售网络分析
5、公司发展战略分析6、公司兼并重组趋势与可能性分析
第五节、常德卷烟厂1、生产销售能力分析2、公司资本运营情况3、生产技术竞争力分析
4、市场销售网络分析 5、公司发展战略分析6、公司兼并重组趋势与可能性分析 第六节、
红云烟草（集团）有限责任公司1、生产销售能力分析2、公司资本运营情况3、生产技术竞争力分析
4、市场销售网络分析 5、公司发展战略分析6、公司兼并重组趋势与可能性分析
第七节、长沙卷烟厂1、生产销售能力分析2、公司资本运营情况3、生产技术竞争力分析
4、市场销售网络分析 5、公司发展战略分析6、公司兼并重组趋势与可能性分析
第八节、武烟集团1、生产销售能力分析2、公司资本运营情况3、生产技术竞争力分析
4、市场销售网络分析 5、公司发展战略分析6、公司兼并重组趋势与可能性分析
第九节、南烟总厂1、生产销售能力分析2、公司资本运营情况3、生产技术竞争力分析
4、市场销售网络分析 5、公司发展战略分析6、公司兼并重组趋势与可能性分析 第十节、
广东五叶神实业发展公司1、生产销售能力分析2、公司资本运营情况3、生产技术竞争力分析
4、市场销售网络分析 5、公司发展战略分析6、公司兼并重组趋势与可能性分析
第十四章 中国烟草行业产业链分析及兼并重组方式分析第一节、烟草行业产业链分析第二
节、烟草企业在产业链内的兼并重组机会分析第十五章 中国烟草行业规模性兼并重组机会
分析第一节、大型规模企业兼并重组机会分析1、湖南中烟工业公司1.1公司产品结构1.2公
司市场网络1.3公司核心竞争力1.4公司发展战略1.5兼并重组可行性分析1.6兼并重组价值分
析2、颐中烟草集团2.1公司产品结构2.2公司市场网络2.3公司核心竞争力2.4公司发展战略2.
5兼并重组可行性分析2.6兼并重组价值分析3、黄果树烟草集团3.1公司产品结构3.2公司市
场网络3.3公司核心竞争力3.4公司发展战略3.5兼并重组可行性分析3.6兼并重组价值分析第
二节、中小型规模企业兼并重组机会分析1、安徽中烟公司1.1公司产品结构1.2公司市场网
络1.3公司核心竞争力1.4公司发展战略1.5兼并重组可行性分析1.6兼并重组价值分析2、川渝
中烟公司2.1公司产品结构2.2公司市场网络2.3公司核心竞争力2.4公司发展战略2.5兼并重组

可行性分析2.6兼并重组价值分析3、南京卷烟厂3.1公司产品结构3.2公司市场网络3.3公司核心竞争力3.4公司发展战略3.5兼并重组可行性分析3.6兼并重组价值分析4、河南中烟工业公司4.1公司产品结构4.2公司市场网络4.3公司核心竞争力4.4公司发展战略4.5兼并重组可行性分析4.6兼并重组价值分析5、徐州卷烟厂5.1公司产品结构5.2公司市场网络5.3公司核心竞争力5.4公司发展战略5.5兼并重组可行性分析5.6兼并重组价值分析6、延吉卷烟厂6.1公司产品结构6.2公司市场网络6.3公司核心竞争力6.4公司发展战略6.5兼并重组可行性分析6.6兼并重组价值分析7、南昌卷烟总厂7.1公司产品结构7.2公司市场网络7.3公司核心竞争力7.4公司发展战略7.5兼并重组可行性分析7.6兼并重组价值分析8、深圳卷烟厂8.1公司产品结构8.2公司市场网络8.3公司核心竞争力8.4公司发展战略8.5兼并重组可行性分析8.6兼并重组价值分析

第十六章 中国烟草行业兼并重组风险分析第一节、技术进步风险分析第二节、企业整合风险分析1、战略整合风险分析2、业务整合风险分析 3、制度整合风险分析 4、组织人事整合风险分析第三节、融资风险分析第四节、管理风险分析第五节、销售风险分析第十七章 中国烟草行业兼并重组建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2986829868.html>