

2010-2015年中国烟草行业 运行现状及前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2010-2015年中国烟草行业运行现状及前景预测报告》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.abaogao.com/b/yancao/44104387C5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

内容简介：

广义的烟草行业由农、工、商三大产业链节构成，包括烟草种植、烟叶复烤、烟草品制造、烟草物流、烟草专卖等一系列环节。烟草行业是一个政策影响很大的垄断性行业，中国烟草行业实行统一领导、垂直管理、专卖专营的管理体制。

烟草虽然不是起源于中国，但烟草进入中国之后，随着吸食烟草人口的不断增加，中国烟草文化也随之得到不断的延伸和升华，并承载着具有几千年历史积淀的中国文化内核，它表现为中国卷烟或“中式卷烟”在社会价值、规格、款式、造型、广告、设计、商标、包装和标识等方面与国外卷烟存在着根本性的差异。“中式卷烟”在中国烟草文化方面则具有国外卷烟难以逾越的排它性。

进入21世纪以来，我国烟草行业不断深化改革，如将工商分离，打破烟草市场的地区封锁，推进卷烟工业企业和品牌结构的战略性调整，理顺行业资产管理体制，建立完善公司法人治理结构等，烟草行业在税收增长、产品质量、全国统一大市场的形成，大企业、大品牌持续扩张、成本控制、运行效益方面都有了显著提高。中国烟草总体竞争实力迅速提高，尤其在烟草自主创新和中式卷烟的研究方面有了重要进展。

2009年1-11月，我国卷烟制造行业实现累计产品销售收入432,909,586千元，实现累计利润总额60,936,727千元。2010年1-5月，我国卷烟制造行业实现累计产品销售收入238,919,184千元，实现累计利润总额31,991,908千元。2010年上半年，我国烟草行业生产卷烟2473.7万箱，销售卷烟2519.5万箱，产销量保持平稳增长。

随着我国扩大内需多方面刺激政策的实施，国内经济持续复苏，需求开始回暖，促进了烟草消费明显回升。行业内部改革的稳步推进及组织结构调整、品牌整合的到位，进一步加速中国烟草行业整体竞争实力的提升，为中式卷烟的发展提供了强力支撑和良好机遇。

中国卷烟市场是全球最庞大的市场，拥有近30%的全球消费者，而且主要吸食中式烤烟型卷烟。传统上以中式烤烟型为主导的中国卷烟市场，在可预见的将来，仍然相对稳固。中国卷烟在本土中长期内仍占有绝对市场优势，这种优势为中式卷烟的生存与发展提供了巨大的战略空间和回旋余地。随着全球化进展和中国整体影响力的提升及对外开放的扩大，中式卷烟对国际市场的影响力必将逐步加大。因此，中国烟草行业发展前景广阔。

发布的《2010-2015年中国烟草行业运行现状及前景预测报告》共十五章。首先介绍了烟草的相关概念，接着分析了烟草行业面临的政策环境和国际国内烟草行业的现状，并对中国卷烟制造行业的工业统计数据进行了详实全面的分析，然后具体介绍了烟草零售专卖、烟叶生产、烟草包装业的发展。随后，报告对烟草行业做了国内外重点企业经营状况分析、信息化

建设分析和市场营销分析，最后分析了烟草行业的投资机遇、存在风险及未来发展趋势。若您想对烟草行业有个系统的了解或者想投资卷烟制造，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章 烟草行业相关知识介绍

1.1 烟草相关知识

1.1.1 烟草概述

1.1.2 烟草的类型及其分布

1.1.3 烟草制品的定义和分类

1.2 中式卷烟

1.2.1 中式卷烟的定义及特征

1.2.2 中式卷烟的四个要素

1.2.3 中式卷烟的发展优势

1.2.4 发展中式卷烟的重要意义

1.3 烟草行业的特征

1.3.1 烟草行业的行政垄断性

1.3.2 烟草行业的矛盾性

1.3.3 现阶段中国烟草行业的特点

1.3.4 中国烟草业周期波动及内在机理

1.4 烟草行业的地位和作用

1.4.1 烟草行业关系到国计民生

1.4.2 中国烟草业在反哺农业中的重要作用

1.4.3 中国烟草企业的地位与作用

第二章 烟草行业政策环境分析

2.1 国内外控烟政策

2.1.1 世界各国的控烟政策简介

2.1.2 《烟草控制框架公约》概述

2.1.3 《烟草控制框架公约》对中国烟草业的影响

2.1.4 中国禁止公共场所吸烟的政策回顾

2.1.5 2011年起中国将在所有室内公共场所完全禁烟

2.2 中国烟草行业改革

2.2.1 我国烟草业经济体制改革的路径选择

2.2.2 中国烟草行业改革取得的主要成就

- 2.2.3 2009年烟草行业改革取得明显成效
- 2.2.4 中国烟草行业制度建设的基本任务
- 2.2.5 中国烟草业的市场化取向改革分析
- 2.2.6 关于烟草企业深化改革的思考
- 2.3 中国烟草税收政策
 - 2.3.1 中国烟草税收政策与调整对策建议
 - 2.3.2 2009年我国实行烟草税新办法
 - 2.3.3 中国烟叶税收制度演变及改革背景分析
 - 2.3.4 中国卷烟消费税政策调整分析
 - 2.3.5 中国推出卷烟出口税收管理新模式
- 2.4 烟草行业其他相关政策分析
 - 2.4.1 卷烟价格管理政策分析
 - 2.4.2 大部制改革对烟草业影响和理性应对
 - 2.4.3 《物权法》对烟草业的双重作用
 - 2.4.4 《反垄断法》对中国烟草业的影响
 - 2.4.5 世贸组织有关条款对中国烟草行业的影响
- 2.5 烟草行业发展规划
 - 2.5.1 中国烟叶生产可持续发展规划纲要（2006-2010年）
 - 2.5.2 烟草行业中长期科技发展规划纲要（2006-2020年）
 - 2.5.3 烟草行业标准化中长期发展战略（2007-2020年）

第三章 国际烟草行业

- 3.1 美国
 - 3.1.1 美国烟草市场发展概况
 - 3.1.2 美国部分烟草市场悄然开放
 - 3.1.3 美国雪茄进口增长迅速
 - 3.1.4 美国烟草业进入监管新时代
 - 3.1.5 美国无烟烟草发展令人瞩目
- 3.2 德国
 - 3.2.1 德国烟草市场现状简析
 - 3.2.2 德国烟草市场主要企业及品牌
 - 3.2.3 德国烟草贸易总体发展特征
 - 3.2.4 德国对烟草广告实施限制措施

3.3 俄罗斯

3.3.1 俄罗斯烟草市场发展简述

3.3.2 俄罗斯烟草市场竞争格局

3.3.3 俄罗斯烟草市场的容量和供需状况

3.3.4 俄罗斯烟草市场控烟法规概况

3.3.5 俄罗斯贸然开放烟草市场的教训

3.4 土耳其

3.4.1 土耳其烟草市场快速增长

3.4.2 土耳其烟叶生产和收购政策介绍

3.4.3 土耳其的国外混合型烟草生产面终结

3.5 巴西

3.5.1 巴西烟草行业的特色

3.5.2 巴西烟草种植业发达

3.5.3 2008年巴西卷烟市场销量情况

3.5.4 2009年巴西烟草向阿拉伯市场出口简况

3.6 日本

3.6.1 日本烟草行业的发展与改革

3.6.2 日本低焦油薄荷烟发展迅猛

3.6.3 日本推出“香烟护照”加强规范管理

3.6.4 2009年日本烟草市场发展动态

3.7 印度

3.7.1 印度烟草市场分析

3.7.2 印度计划减少烟草种植面积

3.7.3 全球需求增长拉动印度烟草出口激增

3.7.4 2010年印度政府禁止外资投资烟草制造业

第四章 中国烟草行业分析

4.1 中国烟草行业发展概况

4.1.1 我国烟草行业发展回顾

4.1.2 中国烟草行业发展成就

4.1.3 中国烟草产业的发展模式分析

4.1.4 中国烟草产业发展的优势及劣势

4.1.5 我国烟草行业实现转型升级的路径选择

- 4.2 2008-2010年中国烟草业发展分析
 - 4.2.1 2008年我国烟草产业发展综述
 - 4.2.2 2009年中国烟草产业运行特点
 - 4.2.3 2010年上半年我国烟草业持续增长
 - 4.2.4 2010年下半年中国烟草业的发展重点
 - 4.3 中国烟草行业的竞争分析
 - 4.3.1 我国烟草行业的竞争优势
 - 4.3.2 中国烟草行业的竞争格局
 - 4.3.3 国内烟草品牌竞争力评析
 - 4.3.4 国内高端卷烟市场竞争日趋激烈
 - 4.3.5 增强中式卷烟市场竞争力的策略
 - 4.4 烟草行业战略性重组
 - 4.4.1 中国烟草行业战略重组的意义
 - 4.4.2 中国烟草行业新一轮战略性重组的特点
 - 4.4.3 中国烟草行业的跨省重组的三种典型模式
 - 4.4.4 烟草企业重组必须重视的几个问题
 - 4.5 烟草行业的物流建设
 - 4.5.1 烟草业现代物流管理系统概述
 - 4.5.2 中国卷烟企业“大物流”局面初显
 - 4.5.3 烟草商业企业物流的成本控制
 - 4.5.4 国内烟草物流标准化存在的问题与解决对策
 - 4.5.5 实现烟草行业物流资源共享的相关思考
 - 4.6 中国烟草行业的可持续发展
 - 4.6.1 烟草可持续发展的范畴
 - 4.6.2 烟草可持续发展的思路
 - 4.6.3 烟草行业可持续发展的策略
- ## 第五章 中国卷烟市场分析
- 5.1 中国卷烟市场总体发展状况
 - 5.1.1 卷烟发展综述
 - 5.1.2 中国卷烟市场形成和发展过程
 - 5.1.3 中国卷烟市场的特征
 - 5.2 2007-2010年上半年中国卷烟市场剖析

- 5.2.1 2007年中国卷烟集中交易状况
- 5.2.2 2008年中国卷烟市场销量解析
- 5.2.3 2009年我国卷烟市场重点品牌销售情况
- 5.2.4 2009年全国卷烟集中交易成交量简析
- 5.2.5 2010年上半年中国卷烟集中交易概况
- 5.3 中国卷烟市场的影响因素
 - 5.3.1 卷烟市场发展环境分析
 - 5.3.2 制约国内卷烟市场销售的四个因素
 - 5.3.3 卷烟货源短缺带来的不利影响及解决措施
 - 5.3.4 山区人口迁移到城镇对卷烟市场的影响
- 5.4 农村卷烟市场
 - 5.4.1 我国农村卷烟市场发展现状
 - 5.4.2 农村卷烟市场的主要消费群体
 - 5.4.3 农村卷烟市场存在的主要问题
 - 5.4.4 农村低档卷烟市场发展状况
 - 5.4.5 农村高档卷烟销售滞后现象
 - 5.4.6 开掘农村卷烟市场的对策
- 5.5 不同价位卷烟市场分析
 - 5.5.1 四元档卷烟销售量增长迅速
 - 5.5.2 五元价位卷烟市场分析
 - 5.5.3 十元价位卷烟市场的主流品牌
 - 5.5.4 十五元价位卷烟市场销售状况
 - 5.5.5 二十元价位卷烟市场分析
- 5.6 卷烟机械与辅助材料市场分析
 - 5.6.1 国内卷烟机械市场充满活力
 - 5.6.2 国产烟草机械发展回顾与展望
 - 5.6.3 卷烟过滤嘴的演变及其未来趋势
 - 5.6.4 我国卷烟焦油量及降焦状况
 - 5.6.5 天然香料在卷烟制造中的应用

第六章 中国卷烟制造行业相关经济数据分析

- 6.1 2008-2010年5月中国卷烟制造业总体数据分析
 - 6.1.1 2008年1-11月我国卷烟制造业全部企业数据分析

- 6.1.2 2009年1-11月我国卷烟制造业全部企业数据分析
- 6.1.3 2010年1-5月我国卷烟制造业全部企业数据分析
- 6.2 2009-2010年5月我国卷烟制造业不同所有制企业数据分析
 - 6.2.1 2009年1-11月我国卷烟制造业不同所有制企业数据分析
 - 6.2.2 2010年1-5月我国卷烟制造业不同所有制企业数据分析
- 6.3 2009-2010年5月我国卷烟制造业不同规模企业数据分析
 - 6.3.1 2009年1-11月我国卷烟制造业不同规模企业数据分析
 - 6.3.2 2010年1-5月我国卷烟制造业不同规模企业数据分析
- 6.4 2008年-2010年6月全国及主要省份卷烟产量分析
 - 6.4.1 2008年1-12月全国及主要省份卷烟产量分析
 - 6.4.2 2009年1-12月全国及主要省份卷烟产量分析
 - 6.4.3 2010年1-6月全国及主要省份卷烟产量分析

第七章 中国区域烟草行业发展分析

- 7.1 云南烟草行业
 - 7.1.1 2008年云南烟草业实现历史性突破
 - 7.1.2 2009年云南烟草工业多举措促增长
 - 7.1.3 云南烟草业品牌优势日渐凸显
 - 7.1.4 FCTC对云南烟草业的影响及应对策略分析
 - 7.1.5 云南烟草产业面临的形势及发展规划
- 7.2 湖南烟草行业
 - 7.2.1 湖南烟草行业经济运行回顾
 - 7.2.2 2008年湖南烟草行业发展简述
 - 7.2.3 2009年湖南烟草工业平稳增长
 - 7.2.4 2010年上半年湖南烟草业再创佳绩
 - 7.2.5 湖南烟草品牌应学习国外经验
- 7.3 贵州烟草行业
 - 7.3.1 贵烟成为中国烟草新兴力量
 - 7.3.2 贵州烟草科技专利成效突出
 - 7.3.3 2009年贵州烟草行业发展特点
 - 7.3.4 2010年贵州省烟草生产和收购计划
 - 7.3.5 贵州烟草业发展战略
- 7.4 河南烟草行业

- 7.4.1 河南省积极加速烟草行业发展
- 7.4.2 2008年河南省烟草销售市场分析
- 7.4.3 2009年河南烟草工业逆势崛起
- 7.4.4 河南省制定现代烟草农业发展规划
- 7.5 浙江烟草行业
 - 7.5.1 浙江烟草市场发展概况
 - 7.5.2 2008年浙江烟草销售实现平稳增长
 - 7.5.3 2009年浙江衢州烟草业增长迅猛
- 7.6 其他地区
 - 7.6.1 2009年江西烟草生产经营态势良好
 - 7.6.2 2010年湖北整合烟草复烤企业
 - 7.6.3 2010年四川加快建设“两烟强省”
 - 7.6.4 广东将大力发展浓香型特色优质烟叶产业

第八章 烟草零售专卖业

- 8.1 中国的烟草专卖制度
 - 8.1.1 中国烟草专卖制度概述
 - 8.1.2 中国烟草专卖制度的总体特征
 - 8.1.3 我国烟草专卖体制的优点与缺点
 - 8.1.4 我国烟草专卖体制改革的原则及方向
 - 8.1.5 烟草专卖制度的组织成本、激励机制和市场效率透视
 - 8.1.6 中国的烟草专卖体制需要引入市场竞争
- 8.2 中国烟草零售商户分析
 - 8.2.1 中国烟草零售商户的分类及特征
 - 8.2.2 中国卷烟零售户与烟草公司的关系简析
 - 8.2.3 国内烟草零售户的嫁接问题探讨
 - 8.2.4 我国卷烟零售商户发展中存在的问题
 - 8.2.5 中国烟草零售商户盈利状况与影响因素分析
 - 8.2.6 烟草渠道终端的博弈现象分析
- 8.3 烟草新型零售业态分析
 - 8.3.1 烟草新型零售业态发展及其成因
 - 8.3.2 烟草新型零售业态对烟草行业的影响
 - 8.3.3 卷烟零售的连锁经营模式解析

8.3.4 烟草销售网络建设应对新型零售业态的对策

8.4 烟草零售专卖业的发展策略

8.4.1 建立中国卷烟零售网点新格局

8.4.2 卷烟零售品种组合规划应考虑的几个因素

8.4.3 中小卷烟零售店应确立自己的经营特点

8.4.4 卷烟零售户忠诚度的培育

第九章 烟叶的生产分析

9.1 世界烟叶生产状况

9.1.1 全球烟叶生产形势正起变化

9.1.2 金融危机下菲律宾烟叶生产逆势增长

9.1.3 2009年美国烟叶生产取得丰收

9.1.4 巴西烟叶生产遭遇多项因素制约

9.1.5 2010年津巴布韦烟草输送量创历史新高

9.2 中国烟叶生产发展综述

9.2.1 中国烟草种植的发展历程

9.2.2 中国烟草生产正在发生第三次转变

9.2.3 中国主要烟草产区简介

9.2.4 中国烟叶生产概况

9.2.5 “原收原调”成为中国烟叶收购新模式

9.3 2007-2010年上半年中国烟叶生产分析

9.3.1 2007年中国烟叶种植及生产情况

9.3.2 2008年中国烟叶生产情况评析

9.3.3 2009年我国烟叶生产取得良好成绩

9.3.4 2010年上半年我国烟叶生产总体稳定

9.4 中国烟叶生产存在的问题

9.4.1 中国烟叶生产的三大制约因素

9.4.2 中国烟叶生产经营管理的主要问题

9.4.3 中国烟草品种方面的不足

9.4.4 自然灾害威胁中国烟叶种植业

9.4.5 烟草农业科技发展存在制约因素

9.5 烟叶生产的发展对策

9.5.1 中国烟叶生产发展对策分析

- 9.5.2 促进中国烟叶生产科技进步的思考
- 9.5.3 发展中国烟草农业机械化的措施建议

第十章 烟草包装业

- 10.1 烟草包装业发展概况
 - 10.1.1 中国烟草包装的现状和发展机遇
 - 10.1.2 烟草包装防伪技术现状和发展趋势
 - 10.1.3 中国烟草过度包装问题严重
 - 10.1.4 烟草包装业未来发展趋势
- 10.2 烟草包装材料
 - 10.2.1 卷烟包装材料的应用现状和未来趋势
 - 10.2.2 卷烟纸制造业发展分析
 - 10.2.3 卷烟用铝箔纸的发展轨迹
 - 10.2.4 卷烟包装逐步向硬盒发展
 - 10.2.5 BOPP烟膜的市场现状及未来发展方向
- 10.3 烟草包装的设计
 - 10.3.1 卷烟包装设计应该遵循的原则
 - 10.3.2 烟草产品包装设计的创新
 - 10.3.3 中式卷烟的包装设计分析
 - 10.3.4 烟包的整合设计方略
 - 10.3.5 烟草包装设计的未来发展方向
- 10.4 烟草包装的印刷
 - 10.4.1 烟包印刷的常用的材料及工艺介绍
 - 10.4.2 国内烟草印刷企业的现状与发展分析
 - 10.4.3 国内烟草包装印刷技术的创新和应用状况
 - 10.4.4 烟包印刷的未来发展方向

第十一章 中国烟草企业发展分析

- 11.1 中国烟草企业发展概况
 - 11.1.1 中国烟草企业发展现状
 - 11.1.2 新形势下国内卷烟制造企业的再定位
 - 11.1.3 烟草企业经营管理模式分析
 - 11.1.4 卷烟企业对国内和省内市场的依赖度分析
 - 11.1.5 中国烟草企业实现跨越的路径选择

- 11.2 烟草企业形象的塑造与传播
 - 11.2.1 企业形象对烟草行业发展的重要性
 - 11.2.2 中国烟草企业形象传播的形势和现状
 - 11.2.3 烟草企业形象的“内外兼修”之道
 - 11.2.4 烟草企业形象设计的要点
 - 11.2.5 烟草企业形象传播突围的思路
 - 11.2.6 烟草企业形象管理探析
- 11.3 烟草企业的发展创新
 - 11.3.1 创新是烟草业发展的巨大动力
 - 11.3.2 中国烟草企业创新的现状
 - 11.3.3 解析中国烟草企业的管理创新
 - 11.3.4 中国烟草企业技术创新剖析
 - 11.3.5 中国烟草企业的全面创新策略
- 11.4 烟草企业客户关系管理探究
 - 11.4.1 烟草企业客户关系管理的科学内涵
 - 11.4.2 烟草企业的客户关系管理研究及应用状况
 - 11.4.3 烟草企业客户关系管理的实施途径
- 11.5 烟草企业资金管理优化剖析
 - 11.5.1 优化烟草企业资金管理的必要性
 - 11.5.2 我国烟草企业资金管理存在的问题
 - 11.5.3 加强烟草企业资金管理的思考
- 11.6 中国烟草企业的国际化发展分析
 - 11.6.1 国际化发展对中国烟草提出了新的要求
 - 11.6.2 中国烟草企业国际化必须解决的几个难题
 - 11.6.3 探索中国烟草企业国际化发展的几点战略
- 第十二章 国内外烟草行业重点企业介绍
 - 12.1 菲利普莫里斯国际公司
 - 12.1.1 公司简介
 - 12.1.2 2009年菲普公司烟草销售状况
 - 12.1.3 2009年菲莫国际公司经营状况
 - 12.1.4 2010年上半年菲莫国际经营状况
 - 12.2 英美烟草集团

- 12.2.1 公司简介
 - 12.2.2 2009年英美烟草经营状况
 - 12.2.3 2010年上半年英美烟草经营状况
 - 12.3 日本烟草公司
 - 12.3.1 公司介绍
 - 12.3.2 日本烟草的成功经验
 - 12.3.3 2010财年日本烟草经营状况
 - 12.3.4 2011财年第一季度日本烟草经营状况
 - 12.4 红塔烟草（集团）有限责任公司
 - 12.4.1 公司简介
 - 12.4.2 2009年红塔集团持续平稳增长
 - 12.4.3 2010年上半年红塔集团发展态势良好
 - 12.5 上海烟草（集团）公司
 - 12.5.1 公司简介
 - 12.5.2 上海烟草集团的SWOT分析
 - 12.5.3 上海烟草积极推进集团化建设
 - 12.6 湖南中烟工业有限责任公司
 - 12.6.1 公司简介
 - 12.6.2 湖南中烟发展迈上新台阶
 - 12.6.3 湖南中烟“白沙”品牌发展概况
 - 12.6.4 湖南中烟常德卷烟厂的哑铃型盈利模式分析
 - 12.7 浙江中烟工业有限责任公司
 - 12.7.1 公司简介
 - 12.7.2 浙江中烟“全硬雄狮”品牌市场培育效果显著
 - 12.7.3 浙江中烟实现“由大到强”转变的可行性思考
 - 12.8 湖北中烟工业有限责任公司
 - 12.8.1 公司简介
 - 12.8.2 2009年湖北中烟加强与东北三省一市合作
 - 12.8.3 2010年湖北中烟公司成立雪茄研究所
- ### 第十三章 烟草行业的信息化建设
- 13.1 中国烟草行业信息化建设概况
 - 13.1.1 我国烟草行业信息化建设回顾

- 13.1.2 中国烟草行业信息化建设发展综述
- 13.1.3 中国烟草行业信息化建设进展顺利
- 13.1.4 我国烟草业信息化建设的重点领域
- 13.1.5 烟草信息化项目的风险构成及防范策略
- 13.2 烟草电子商务
 - 13.2.1 发展电子商务对于中国烟草业的现实意义
 - 13.2.2 现有信息化工程与烟草电子商务的关系
 - 13.2.3 烟草企业电子商务与现代物流信息化的关系
 - 13.2.4 烟草行业发展电子商务的特点和方略
 - 13.2.5 中国烟草行业电子商务发展面临的挑战
- 13.3 烟草行业信息化建设的措施建议
 - 13.3.1 加强烟草行业数字化管理策略分析
 - 13.3.2 烟草行业信息化建设的目标和实施策略
 - 13.3.3 中国烟草行业实现物流信息化的途径
 - 13.3.4 加快烟草企业固定资产信息化的措施
 - 13.3.5 烟草农业信息化建设的发展思路
 - 13.3.6 烟草企业人力资源信息化建设探讨
- 13.4 烟草行业信息化的未来发展趋势
 - 13.4.1 CIMS将成为烟草信息化应用主角
 - 13.4.2 集成化成为烟草业信息化的发展方向
 - 13.4.3 优化资源将成烟草企业信息化前沿
 - 13.4.4 中国烟草企业信息化建设前景

第十四章 烟草市场营销分析

- 14.1 烟草市场营销概况
 - 14.1.1 世界烟草品牌的市场营销回顾
 - 14.1.2 国内卷烟商业企业营销能力分析
 - 14.1.3 女性及青少年逐渐成为烟草市场营销的目标人群
 - 14.1.4 国内烟草营销存在诸多弊端
- 14.2 卷烟市场消费状况分析
 - 14.2.1 中国卷烟消费的口味特点
 - 14.2.2 高端卷烟消费与营销策略解析
 - 14.2.3 三线城市卷烟消费调查解析

14.2.4 国内女性香烟市场的消费特征和市场机会

14.3 烟草广告分析

14.3.1 国内外烟草广告立法情况介绍

14.3.2 中国卷烟品牌广告的四种类型

14.3.3 浅析烟草网络广告

14.3.4 烟草广告传播突围的创新思路

14.3.5 烟草广告的直效传播突围方法

14.4 烟草市场营销策略探讨

14.4.1 烟草市场营销的创新

14.4.2 宏观政策下我国烟草市场营销的出路

14.4.3 不同生命周期卷烟产品的营销策略

14.4.4 事件营销在国内烟草市场的运用

14.4.5 烟草体育营销评析

14.4.6 烟草产品的公益营销简析

第十五章 烟草行业投资与前景分析

15.1 中国烟草行业的投资机遇

15.1.1 经济全球化给中国烟草企业带来机遇

15.1.2 增值税转型成国内烟草企业发展契机

15.1.3 本土烟草企业开展境外投资的潜力

15.1.4 中国烟草行业投资机会分析

15.1.5 马拉维成为中国烟草工业投资新机遇

15.2 烟草行业的投资风险

15.2.1 中国烟草行业的系统性风险

15.2.2 中国烟草行业的非系统性风险

15.2.3 烟草行业扁平化改革的风险

15.2.4 烟草企业的经营风险

15.3 烟草行业发展趋势及前景

15.3.1 世界烟草行业的未来发展方向

15.3.2 我国卷烟市场的发展趋势

15.3.3 中国卷烟品牌的变动走向分析

15.3.4 2010-2015年中国卷烟制造行业预测分析

附录

附录一：世界卫生组织烟草控制框架公约

附录二：中华人民共和国烟草专卖法

附录三：中华人民共和国烟草专卖法实施条例

附录四：烟草专卖许可证管理办法

附录五：烟叶专卖管理办法

附录六：烟草广告管理暂行办法（修改）

附录七：烟草专卖行政处罚程序规定

图表目录：

图表1 入世以后中国烟草关税减让时间表

图表2 中国卷烟品牌综合竞争力评价分析表

图表3 中国卷烟品牌竞争力分类

图表4 高端及中高端卷烟品牌知名度消费者分类

图表5 卷烟主抽品牌（高端及中高端品牌）保持率

图表6 高端及中高端卷烟品牌增长空间

图表7 礼品烟选择率前9位排名

图表8 卷烟品牌用途

图表9 城市卷烟市场品牌提及率比较

图表10 高端卷烟品牌消费者层次对比

图表11 卷烟品牌消费者分组（1）

图表12 卷烟品牌消费者分组（2）

图表13 卷烟品牌消费者分组（3）

图表14 不同价位卷烟主抽人群中未抽过其他品牌卷烟的比例

图表15 高端及中高端卷烟不同年龄消费情况

图表16 不同价位卷烟市场购烟重视因素比较

图表17 各类卷烟烟气的PH值

图表18 2009年我国烟草销量前20位的品牌

图表19 2006-2008年浙江松阳15元档卷烟销售情况

图表20 2008年1-11月我国卷烟制造业全部企业数据分析

图表21 2009年1-11月我国卷烟制造业全部企业数据分析

图表22 2010年1-5月我国卷烟制造业全部企业数据分析

图表23 2009年1-11月我国卷烟制造业国有企业工业数据

图表24 2009年1-11月我国卷烟制造业集体企业工业数据

- 图表25 2009年1-11月我国卷烟制造业股份制企业工业数据
- 图表26 2009年1-11月我国卷烟制造业私营企业工业数据
- 图表27 2009年1-11月我国卷烟制造业外商和港澳台投资企业工业数据
- 图表28 2009年1-11月我国卷烟制造业其他类型企业工业数据
- 图表29 2009年1-11月我国不同所有制卷烟制造企业累计资产总计对比
- 图表30 2009年1-11月我国不同所有制卷烟制造企业累计产品销售收入对比
- 图表31 2009年1-11月我国不同所有制卷烟制造企业累计利润总额对比
- 图表32 2009年1-11月我国不同所有制卷烟制造企业累计资产增长对比
- 图表33 2009年1-11月我国不同所有制卷烟制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表34 2009年1-11月我国不同所有制卷烟制造企业累计利润总额增长对比
- 图表35 2009年1-11月我国不同所有制卷烟制造企业流动资产周转次数对比
- 图表36 2009年1-11月我国不同所有制卷烟制造企业人均销售率对比
- 图表37 2009年1-11月我国不同所有制卷烟制造企业亏损面对比
- 图表38 2009年1-11月我国不同所有制卷烟制造企业销售利润率对比
- 图表39 2010年1-5月我国卷烟制造业国有企业工业数据
- 图表40 2010年1-5月我国卷烟制造业集体企业工业数据
- 图表41 2010年1-5月我国卷烟制造业股份制企业工业数据
- 图表42 2010年1-5月我国卷烟制造业私营企业工业数据
- 图表43 2010年1-5月我国卷烟制造业外商和港澳台投资企业工业数据
- 图表44 2010年1-5月我国卷烟制造业其他类型企业工业数据
- 图表45 2010年1-5月我国不同所有制卷烟制造企业资产总计对比
- 图表46 2010年1-5月我国不同所有制卷烟制造企业累计产品销售收入对比
- 图表47 2010年1-5月我国不同所有制卷烟制造企业累计利润总额对比
- 图表48 2010年1-5月我国不同所有制卷烟制造企业资产总计增长对比
- 图表49 2010年1-5月我国不同所有制卷烟制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表50 2010年1-5月我国不同所有制卷烟制造企业累计利润总额增长对比
- 图表51 2010年1-5月我国不同所有制卷烟制造企业流动资产周转次数对比
- 图表52 2010年1-5月我国不同所有制卷烟制造企业人均销售率对比
- 图表53 2010年1-5月我国不同所有制卷烟制造企业亏损面对比
- 图表54 2010年1-5月我国不同所有制卷烟制造企业销售利润率对比
- 图表55 2009年1-11月我国卷烟制造业大型企业工业数据
- 图表56 2009年1-11月我国卷烟制造业中型企业工业数据

- 图表57 2009年1-11月我国卷烟制造业小型企业工业数据
- 图表58 2009年1-11月我国不同规模卷烟制造企业累计资产总计对比
- 图表59 2009年1-11月我国不同规模卷烟制造企业累计产品销售收入对比
- 图表60 2009年1-11月我国不同规模卷烟制造企业累计利润总额对比
- 图表61 2009年1-11月我国不同规模卷烟制造企业累计全部从业人员平均人数对比
- 图表62 2009年1-11月我国不同规模卷烟制造企业累计资产增长率对比
- 图表63 2009年1-11月我国不同规模卷烟制造企业累计产品销售收入增长率对比
- 图表64 2009年1-11月我国不同规模卷烟制造企业累计利润总额增长对比
- 图表65 2009年1-11月我国不同规模卷烟制造企业亏损面对比
- 图表66 2009年1-11月我国不同规模卷烟制造企业销售利润率对比
- 图表67 2010年1-5月我国卷烟制造业大型企业工业数据
- 图表68 2010年1-5月我国卷烟制造业中型企业工业数据
- 图表69 2010年1-5月我国卷烟制造业小型企业工业数据
- 图表70 2010年1-5月我国不同规模卷烟制造企业资产总计对比
- 图表71 2010年1-5月我国不同规模卷烟制造企业累计产品销售收入对比
- 图表72 2010年1-5月我国不同规模卷烟制造企业累计利润总额对比
- 图表73 2010年1-5月我国不同规模卷烟制造企业累计全部从业人员平均人数对比
- 图表74 2010年1-5月我国不同规模卷烟制造企业累计资产总计增长率对比
- 图表75 2010年1-5月我国不同规模卷烟制造企业累计产品销售收入增长率对比
- 图表76 2010年1-5月我国不同规模卷烟制造企业累计利润总额增长对比
- 图表77 2010年1-5月我国不同规模卷烟制造企业亏损面对比
- 图表78 2010年1-5月我国不同规模卷烟制造企业销售利润率对比
- 图表79 2008年1-12月全国卷烟产量数据
- 图表80 2008年1-12月云南省卷烟产量数据
- 图表81 2008年1-12月湖南省卷烟产量数据
- 图表82 2008年1-12月河南省卷烟产量数据
- 图表83 2008年1-12月山东省卷烟产量数据
- 图表84 2008年1-12月湖北省卷烟产量数据
- 图表85 2008年1-12月广东省卷烟产量数据
- 图表86 2008年1-12月安徽省卷烟产量数据
- 图表87 2009年1-12月全国卷烟产量数据
- 图表88 2009年1-12月云南省卷烟产量数据

- 图表89 2009年1-12月湖南省卷烟产量数据
- 图表90 2009年1-12月河南省卷烟产量数据
- 图表91 2009年1-12月山东省卷烟产量数据
- 图表92 2009年1-12月湖北省卷烟产量数据
- 图表93 2009年1-12月广东省卷烟产量数据
- 图表94 2009年1-12月安徽省卷烟产量数据
- 图表95 2010年1-6月全国卷烟产量数据
- 图表96 2010年1-6月云南省卷烟产量数据
- 图表97 2010年1-6月湖南省卷烟产量数据
- 图表98 2010年1-6月河南省卷烟产量数据
- 图表99 2010年1-6月广东省卷烟产量数据
- 图表100 2010年1-6月山东省卷烟产量数据
- 图表101 2010年1-6月湖北省卷烟产量数据
- 图表102 2010年1-6月安徽省卷烟产量数据
- 图表103 近年来巴西各产季烟叶种植面积一览表
- 图表104 2007-2009年菲莫国际综合损益表
- 图表105 2007-2009年菲莫国际不同地区收入细分情况
- 图表106 2007-2009年菲莫国际不同地区香烟销量情况
- 图表107 2009-2010年上半年菲莫国际综合损益表
- 图表108 2009-2010年上半年菲莫国际不同地区收入细分情况
- 图表109 2008-2009年英美烟草损益表
- 图表110 2008-2009年英美烟草不同地区收入细分情况
- 图表111 2009-2010年上半年英美烟草损益表
- 图表112 2009-2010年上半年英美烟草不同地区收入细分情况
- 图表113 2009-2010财年日本烟草主要财务数据
- 图表114 2009-2010财年日本烟草净销售额细分情况
- 图表115 2009-2010财年日本烟草国内业务情况
- 图表116 2010-2011财年第一季度日本烟草主要财务数据
- 图表117 2010-2011财年第一季度日本烟草净销售额细分情况
- 图表118 高端卷烟消费者购烟用途
- 图表119 高端卷烟消费者购烟途径
- 图表120 高端卷烟消费者月均卷烟购买量

- 图表121 高端卷烟消费者月购烟支出
- 图表122 2010年Q1邵阳市卷烟零售户针对消费者购买的做法
- 图表123 2010年Q1邵阳市消费者选择卷烟的方式
- 图表124 2010年Q1邵阳市消费者购买卷烟的固定程度
- 图表125 2010年Q1邵阳市消费者对新品卷烟的接受程度
- 图表126 2010年Q1邵阳市消费者消费卷烟单盒价格
- 图表127 2010-2015年中国卷烟制造行业工业总产值预测
- 图表128 2010-2015年中国卷烟制造行业产品销售收入预测
- 图表129 2010-2015年中国卷烟制造行业累计利润总额预测
- 图表130 2010-2015年中国卷烟制造行业卷烟产量预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yancao/44104387C5.html>