

# 2010年中国卷烟市场策划报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2010年中国卷烟市场策划报告》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/H47750DSNR.html>

报告价格：纸质版：6800元 电子版：7300元 纸质+电子版：7800元

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

[b]2010年中国[b]卷烟[/b]市场策划报告 内容介绍：[/b]

### [b]第一章 世界烟草发展分析[/b]

#### 第一节 经济危机下各国加大控烟力度

- 一、世卫控烟条约谈判取得重要进展
- 二、多国提高烟草税
- 三、WHO六项控烟政策
- 四、中国恪守《公约》原则

#### 第二节 世界电子卷烟发展分析

- 一、电子卷烟受欢迎程度继续提高
- 二、电子卷烟的挑战
- 三、电子卷烟可能成为有烟烟草的未来

#### 第三节 德国烟草行业考察行业发展分析

- 一、2009年德国烟草产品销售情况
- 二、德国卷烟市场调研市场饱和

#### 第四节 英国烟草市场调研市场分析

- 一、英国烟草业在高额的烟税中稳步发展
- 二、经济危机促使英国自卷烟销量上涨
- 三、英国卷烟市场调研市场呈现新特点

#### 第五节 印度烟草行业发展分析

- 一、印度国家烟草控制计划获得批准
- 二、印度政府欲禁止烟草业中的外商直接投资
- 三、印度消费税上提将使卷烟制造商受损
- 四、印度烟草业发展现状

#### 第六节 2010年世界烟草消费量预测

- 一、2010年吸烟人数预测
- 二、2010年烟草消费预测
- 三、烟草生产转向发展中国家
- 四、采取各种手段减少需求

#### 第七节 未来5年世界卷烟工业发展的影响因素

- 一、烟叶供应的安全

二、新兴市场的竞争

三、供应链的两极分化

四、全球资源整合

[b]第二章 中国卷烟影响因素分析[/b]

第一节 当前几大热点对卷烟市场的影响

一、金融危机对卷烟市场的影响

二、“控烟令”对烟草行业影响分析

三、烟草税调整对卷烟市场的影响

第二节 宏观经济形势对卷烟消费的不对称影响分析

一、物价信息对卷烟消费的不对称影响

二、经济周期对卷烟消费的不对称性影响

三、人口流动对卷烟消费的不对称性影响

四、财政政策对卷烟消费的不对称影响

五、产能过剩对卷烟消费的不对称影响

第三节 我国卷烟消费税政策的变化对烟草行业的影响

一、卷烟消费税政策的变化

二、卷烟消费税政策调整对烟草行业产生的影响

第四节 多档位定价对卷烟发展影响

一、大众心理定位影响消费选择

二、同品牌之间出现综合比对选择

[b]第三章 中国卷烟发展存在的问题分析

一、规模实力和市场集中度与国际卷烟品牌差距较大

二、对国内和省内发展分析

一、产品销售收入

二、产品销售成本

三、产品销售费用

四、产品销售税金及附加

五、管理费用

六、财务费用

七、利润总额

八、税金总额

第三节 2009年我国烟叶复烤业经济效益情况

- 一、资本保值增值率
- 二、资产负债率
- 三、产值利税率
- 四、资金利税率
- 五、成本费用利润率
- 六、产成品资金占用率
- 七、流动资产周转次数
- 八、人均销售

## [b]第八章 卷烟行业市场营销分析[/b]

### 第一节 金融危机下的卷烟创新营销

- 一、更加关注消费者
- 二、更加关注市场细分
- 三、更加关注品牌建设

### 第二节 国际卷烟品牌的营销分析

- 一、烟支规格与包装的变与不变
- 二、品牌和形象定位
- 三、不断革新赢得成功

### 第三节 卷烟网络营销建设分析

### 第四节 卷烟流通企业的服务营销分析

- 一、卷烟流通企业服务营销的现状
- 二、卷烟流通企业服务营销必须实现“三个满意”
- 三、卷烟流通企业服务营销策略的创新

### 第五节 赢得卷烟零售客户持久忠诚度的策略

- 一、树立正确的服务意识
- 二、增强与客户的情感交流
- 三、提高客户的满意度
- 四、满足客户需求
- 五、增强客我互动
- 六、让零售客户获利

### 第六节 卷烟品牌营销策略分析

- 一、市场定位策略
- 二、产品价格策略

三、卷烟组合策略

四、广告宣传策略

[b]第十章 中国卷烟发展的竞争战略

[b]第十一章 中国卷烟发展趋势

一、品牌发展“强者趋强”

二、品牌集中度不断提高

三、高档价位卷烟品牌增长强劲

四、全国统一大市场调研市场逐步形成

五、工商企业共同培育卷烟品牌的意识在迅速增强

第二节 软包与硬包卷烟的发展趋势

一、软包与硬包卷烟的发展趋势

二、创新支撑卷烟包装发展

第三节 中国卷烟行业技术发展趋势分析

一、卷烟的包装材料将更加注重环保

二、使用单张纸凹版印刷机

三、中国卷烟包装的防伪技术将不断提高

四、卷烟包装的外观和设计将更加新颖、实用和个性化

[b]第十二章 金融危机下中国卷烟行业发展策略[/b]

第一节 金融危机下卷烟如何上水平

第二节 金融危机下零售户提升卷烟销售水平的策略

第三节 金融危机下国内超高端卷烟的应对策略

第四节 烟草企业面对全球金融危机的策略

图表目录

图表 2007-2009年全国卷烟产量对比图

图表 2007-2009年全国卷烟市场调研市场规模

图表 2007-2009年全国烟草工商税利对比图

图表 2009年烟草进出口值

图表 2009中国企业500强烟草企业名单（9家）

图表 2009年“帝豪”和“红旗渠”销量对比

图表 2007-2009年“芙蓉王”销售规模

图表 2007-2009年“中华”销售规模

图表 2007-2009年“玉溪”销售规模

图表 2009年“黄鹤楼”、“利群”、“云烟”一类烟销量对比图

图表 2010年1-2月全国卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月北京卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月天津卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月河北卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月山西卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月内蒙古卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月辽宁卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月黑龙江卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月吉林卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月上海卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月山东卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月江苏卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月浙江卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月福建卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月江西卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月山东卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月河南卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月湖北卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月湖南卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月广东卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月广西卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月海南卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月四川卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月重庆卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月贵州卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月云南卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月陕西卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月甘肃卷烟产量及增长情况

图表 2010年1-2月新疆卷烟产量及增长情况

图表 2009年中国卷烟制造资产总计

图表 2009年中国卷烟制造负债合计

图表 2009年中国卷烟制造流动资产平均余额

图表 2009年中国卷烟制造应收帐款净额

图表 2009年中国卷烟制造产成品

图表 2009年中国卷烟制造产品销售收入

图表 2009年中国卷烟制造产品销售成本

图表 2009年中国卷烟制造产品销售费用

图表 2009年中国卷烟制造产品销售税金及附加

图表 2009年中国卷烟制造管理费用

图表 2009年中国卷烟制造财务费用

图表 2009年中国卷烟制造利润总额

图表 2009年中国卷烟制造税金总额

图表 2009年中国卷烟制造资本保值增值率

图表 2009年中国卷烟制造资产负债率

图表 2009年中国卷烟制造产值利税率

图表 2009年中国卷烟制造资金利税率

图表 2009年中国卷烟制造成本费用利润率

图表 2009年中国卷烟制造产成品资金占用率

图表 2009年中国卷烟制造流动资产周转次数

图表 2009年中国卷烟制造人均销售

图表 2009年中国卷烟制造企业单位数

图表 2009年中国卷烟制造全部从业人员平均人数

图表 2009年中国卷烟制造亏损企业单位数

图表 2009年中国卷烟制造亏损企业亏损总额

图表 2009年1-12月全国卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月北京卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月天津卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月河北卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月山西卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月内蒙古卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月辽宁卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月黑龙江卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月吉林卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月上海卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月山东卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月江苏卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月浙江卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月福建卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月江西卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月安徽卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月河南卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月湖北卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月湖南卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月广东卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月广西卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月海南卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月四川卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月重庆卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月贵州卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月云南卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月陕西卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月甘肃卷烟产量及增长情况

图表 2009年1-12月新疆卷烟产量及增长情况

图表 2009年烟叶复烤资产总计

图表 2009年烟叶复烤负债合计

图表 2009年烟叶复烤流动资产平均余额

图表 2009年烟叶复烤应收帐款净额

图表 2009年烟叶复烤产成品

图表 2009年烟叶复烤产品销售收入

图表 2009年烟叶复烤产品销售成本

图表 2009年烟叶复烤产品销售费用

图表 2009年烟叶复烤产品销售税金及附加

图表 2009年烟叶复烤管理费用

图表 2009年烟叶复烤财务费用

图表 2009年烟叶复烤业利润总额

图表 2009年烟叶复烤税金总额

图表 2009年烟叶复烤资本保值增值率

图表 2009年烟叶复烤资产负债率

图表 2009年烟叶复烤产值利税率

图表 2009年烟叶复烤资金利税率

图表 2009年烟叶复烤成本费用利润率

图表 2009年烟叶复烤产成品资金占用率

图表 2009年烟叶复烤流动资产周转次数

图表 2009年烟叶复烤人均销售

图表 2009年浙江松阳七匹狼品牌销量表

图表 2009年浙江松阳利群品牌销量表

图表 2008年1-12月卷烟销量走势

图表 2008年卷烟产品销售结构图

图表 2008年1-12月卷烟实现工商税利情况

图表 2008年1-12月卷烟实现工商利润情况

图表 2008年1-12月低档卷烟产销量

图表 2008年12月份全国百牌号卷烟产销量排序

图表 2008年1-12月全国百牌号卷烟产销量排序

图表 2004-2006年实施联合兼并重组的卷烟企业数量变化统计

图表 2004-2006年生产卷烟牌号数量变化统计

图表 烟吸味测试的概念模型

图表 不同年龄人群中的烟民比例

图表 不同收入人群中的烟民比例

图表 烟民与非烟民年龄特征比较

图表 烟民与非烟民家庭月收入特征比较

图表 烟民烟龄结构图

图表 烟民类型

图表 烟瘾与烟龄、年龄的关系

图表 主抽不同价位烟民的烟瘾

图表 高端及中中高端卷烟品牌知名度消费者分类

图表 主抽高端及中高端品牌

图表 抽高端及中高端品牌保持率

图表 高端及中高端品牌增长空间

图表 礼品烟选择率排名

图表 卷烟品牌用途

图表 16个城市第一品牌与第二品牌提及率

图表 七大类消费者

图表 黄鹤楼消费者分组

图表 玉溪消费者分组

图表 中华消费者分组

图表 利群消费者分组

图表 芙蓉王消费者分组

图表 苏烟消费者分组

图表 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 高端及中高端卷烟不同年龄消费情况

图表 不同价位卷烟市场购烟重视因素比较

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yancao/H47750DSNR.html>