

2008年中国卷烟市场研究预测报告

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

《2008年中国卷烟市场研究预测报告》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/K77161HR7V.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

[b]2008年中国[b]卷烟[b]市场研究预测报告 内容介绍：[/b]

本报告共六部份，十六章

[b]第一部分 卷烟行业宏观环境综述，共计四章[/b]

为您图文并茂地介绍了2006年经济运行情况分析，2006年经济运行四大问题，2007年经济运行预测，2007年人民币汇率波动对经济的影响以及2007年中国烟草发展纲要，卷烟企业市场运作及管理策略，中国烟草企业如何提高竞争力，论国烟参与国际市场调研市场竞争的思路，浅谈提高卷烟销量的根本途径，烟草全球控制化，烟草工业要走新型工业化之路.....同时还为您介绍了品牌扩张战略，中国烟草品牌战略面临的重大压力，国外烟草企业的品牌战略与国内烟草业的重要差别，对中国烟草品牌战略的走向的思考.....

报告撰写：

本报告由林恒博士领衔撰写。在撰写过程中得到香港中华商业信息研究院的智慧持。并得到国家统计局，中国海关，《中国食品报》，《中国烟草》，中国食品信息网，中国食品网，中国食品发展纲要

二、“中式卷烟”发展策略探讨

三、卷烟产品发展方向及对策探讨

第三节 卷烟企业市场运作及管理策略

一、中国烟草企业如何提高竞争力

二、论国烟参与国际市场调研市场竞争的思路

三、浅谈提高卷烟销量的根本途径

四、五大因素影响卷烟产品内在质量

五、烟草业打造行业统一的信息集成平台

六、试析专卖管理工作

第四节 烟草市场渠道策略

一、烟草产业结构调整中的多元化经营

二、通过资本运营建立新型卷烟流通体制

三、流通企业的物流集约化经营

四、大力推进烟草现代物流

五、烟草行业值得关注的四个发展趋势

六、烟草全球控制化

七、烟草工业要走新型工业化之路

[b]第十六章 2007年中国卷烟企业发展战略 [/b]

第一节 品牌扩张战略

- 一、中国烟草品牌战略面临的重大压力
- 二、国外烟草企业的品牌战略与国内烟草业的重要差别
- 三、对中国烟草品牌战略的走向的思考

第二节 建设行业诚信体系

第三节 如何构建和增强中国卷烟工业企业核心竞争力

[b]图表目录[/b]

图表1-1 2006年中国国内生产总值

图表1-2 2004-2005年中国国内生产总值增长

图表1-3 2006年中国国内生产总值1-4季度增长

图表1-4 2006年中国第一产业/第二产业/第三产业增长

图表1-5 2006年中国粮食总产量增长统计

图表1-6 2006年中国规模以上工业企业完成增加值统计

图表1-7 2006年中国对外贸易统计

图表1-8 2006年以来投资增幅升降比较大的行业

图表1-9 2006年以来投资增幅比较大的行业

图表1-10 2006年中国人均国内生产总值

图表1-11 2006年我国城镇居民人均可支配收入

图表1-12 2006年我国农民人均纯收入

图表1-13 2006年我国居民消费价格

图表1-14 2006年我国生产资料价格

图表1-15 2006年我国固定资产投资

图表1-16 2006-2007年固定资产投资增长预测情况 (单位：亿元，%)

图表2-1 2004-2006年实施联合兼并重组的卷烟企业数量变化统计

图表2-2 2004-2006年生产卷烟牌号数量变化统计

图表2-3 中美关于加入WTO的双边协议中方有关烟草行业的承诺

图表4-1 2005年全国各月烟叶收购量表 (万吨)

图表4-2 2006年1-12月完成烟叶收购总体情况统计

图表4-3 2006年1-12月完成烤烟烟叶收购情况统计

图表4-4 2006年1-12月完成晾晒烟烟叶收购情况统计

图表4-5 上等烟叶/中等烟叶各占比重

图表4-6 1998-2005年烟叶生产情况（万亩）

图表5-1 日本女性的吸烟率

图表5-2 津巴布韦烟叶种植情况

图表6-1 2006年我国一、二、三、四类卷烟产量状况

图表6-2 2006年12月全国百牌号卷烟产销量排序

图表6-3 2006年1-12月全国百牌号卷烟产销量排序

图表6-4 2007年1-4月我国一、二、三、四类卷烟产量状况

图表6-5 2007年4月全国百牌号卷烟产销量排序（前20名）

图表6-6 2007年1-4月全国百牌号卷烟产销量排序（前20名）

图表6-7 我国烟草企业集中度分析

图表6-8 贝恩的产业集中度分类表

图表6-9 1997-2002年我国烟草企业平均产量（单位：万箱）

图表6-10 我国烟草工业企业数变化表

图表6-11 2006年重点企业卷烟销量比例

图表6-12 2001-2006年生产卷烟牌号数

图表6-13 近来我国烟草业税利（单位：亿元）

图表6-14 2004-2007年我国卷烟制造业累计工业总产值分析

图表6-15 2007年1-5月我国卷烟制造业累计工业总产值

图表6-16 2007年1-5月卷烟制造业生产资本保值增值率

图表6-17 2007年1-5月卷烟制造业生产资本负债率

图表6-18 2007年1-5月卷烟制造业产值利税率

图表6-19 2007年1-5月卷烟制造业资金利润率

图表6-20 2007年1-5月卷烟制造业成本费用利润率

图表6-21 2007年1-5月卷烟制造业人均销售率

图表6-22 2004-2007年中国卷烟制造企业增长情况

图表6-23 2007年1—5月卷烟制造企业单位数

图表6-24 2004-2007年卷烟制造企业累计亏损企业数

图表6-25 2007年1—5月卷烟制造企业亏损单位数

图表6-26 2004-2007年卷烟制造累计亏损企业亏损总额

图表6-27 2007年1-5月卷烟制造生产累计亏损企业亏损总额

图表6-28 2007年1-5月卷烟制造流动资产平均余额

图表6-29 2007年1-5月卷烟制造固定资产净值平均余额

图表6-30 2007年1-5月卷烟制造累计资产合计

图表6-31 2007年1-5月卷烟制造累计负债合计

图表6-32 2007年1-5月卷烟制造累计资本负债率

图表6-33 2004—2007年产品销售成本比较

图表6-34 2004—2007年产品销售费用比较

图表6-35 2004—2007年产品销售税金及附加

图表7-1 2004年1--12月烟草或烟草代用品制成的雪茄烟或卷烟
进出口数据

图表7-2 2005年1--12月烟草或烟草代用品制成的雪茄烟或卷烟
进出口数据

图表7-3 2006年1--12月烟草或烟草代用品制成的雪茄烟或卷烟
进出口数据

图表7-4 2006年12月烟草或烟草代用品制成的雪茄烟或卷烟主要
进出口国家及地区

图表7-5 2004年1--12月烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟出
口数据

图表7-6 2005年1--12月烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟出
口数据

图表7-7 2006年1--12月烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟出
口数据

图表7-8 2006年12月烟草或烟草代用品制成的雪茄烟或卷烟主要出
口国家及地区

图表7-9 2004年1--12月烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟进口
数据

图表7-10 2005年1--12月烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟进口
数据

图表7-11 2006年1--12月烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟进口
数据

图表7-12 2006年12月烟草或烟草代用品制成的雪茄烟或卷烟主要进口
国家及地区

图表8-1 中国香烟消费者年龄分布比重

图表8-2 中国香烟消费者学历分布比重

图表8-3 中国香烟消费者性别分布比重

图表8-4 中国香烟消费者消费香烟数量/价格

图表8-5 国产香烟品牌第一提及对应分析

图表8-6 国产卷烟品牌认知度对应分析

图表8-7 国产卷烟美誉度对应分析

图表8-8 国产卷烟品牌市场调研市场占有率

图表8-9 中国香烟消费心理分层消费香烟的心理需求

图表8-10 不同香烟消费心理需求的消费用户群体分布

图表8-11 消费者买烟的频率

图表8-12 消费者买烟的包装及数量

图表8-13 不同包装烟的购买地点

图表8-14 各商店类型的人群比例与卷烟销售量比例

图表8-15 各类商品的品牌忠诚度对照

图表8-16 各品牌消费者人群特征

图表8-17 各品牌消费者学历和职业特征

图表8-18 2002年—2006年全国一类卷烟销量

图表8-19 2004—2005年品牌销量对比

图表8-20 高档烟消费者的收入分布

图表8-21 高档烟消费者的年龄分布

图表8-22 高档烟消费者所属单位性质

图表8-23 高档烟消费者的职业分布

图表8-24 高档烟的主要（获得）途径

图表8-25 不同因素对高档烟消费者消费行为的影响程度

图表8-26 卷烟系列产品结构

图表8-27 28个城市吸烟率的年度变化（%）

图表8-28 不同年龄和不同收入消费者吸烟率的变化趋势

图表8-29 城市高端卷烟消费者对新产品品质的判断因素

图表9-1 1986以来农村吸烟率变化趋势

图表9-2 2006年农村卷烟消费者日均吸烟量

图表9-3 2006年农村各档次卷烟消费量比例

图表9-4 2006年8-10月农村不同收入家庭卷烟消费总支出

图表9-5 农村消费者吸卷烟品牌首选率

图表9-6 农村消费者购买卷烟主要场所比例

图表9-7 购买各档次卷烟的用途比例

图表9-8 不同因素对农村卷烟消费者购买行为的影响

图表9-9 农村消费者早烟消费动机

图表9-10 农村消费者对低档烟供货的满意度

图表9-11 不同消费档次的消费者对低档卷烟供货情况的满意度

图表9-12 2006年农村各档次卷烟消费率

图表9-13 北京地区畅销品牌价位区间分布

图表9-14 北京地区各档次卷烟消费群体比例

图表9-15 北京地区各档次卷烟日均购买人流量比例

图表9-16 北京地区各档次卷烟消费群体对不同档次卷烟的接受程度

图表9-17 北京地区各档次卷烟消费群体性别比例

图表9-18 北京地区各档次卷烟消费群体的职业分布

图表9-19 北京地区各档次卷烟群体平均年龄

图表9-20 北京地区各档次卷烟消费群体收入水平趋势

图表9-21 北京地区高档/中档卷烟消费群体受教育程度

图表9-22 北京地区各档次卷烟消费群体日均品数量

图表9-23 北京地区各档次卷烟消费群体卷烟日品吸量

图表9-24 高档卷烟消费群体日品吸量变化状况

图表9-25 中档卷烟消费群体日品吸量变化状况

图表9-26 低档卷烟消费群体日品吸量变化状况

图表9-27 北京地区卷烟消费群体购买行为目的

图表9-28 北京地区卷烟消费群体偏好类型

图表9-29 北京地区各档次卷烟消费群体购买卷烟地点

图表9-30 北京地区各档次卷烟消费群体对媒体广告接受程度

图表9-31 成都市场卷烟消费调查

图表9-32 拉萨市场卷烟消费调查

图表9-33 昆明卷烟市场消费调查

图表9-34 云南玉溪卷烟市场消费调查

图表9-35 重庆卷烟市场消费调查

图表9-36 贵阳卷烟市场消费调查

图表10-1 卷烟品牌按照致命度/美誉度划分各集群品牌数

图表10-2 各集群所占销量比重

图表10-3 2005年广东口岸进口卷烟情况

图表10-4 我国卷烟的产销量/吸烟者占世界比重

图表10-5 美国/英国主要烟草公司数量比较

图表10-6 美国/英国烟草行业考察行业集中度比较

图表10-7 中国卷烟消费情况

图表11-1 红塔集团2006年企业经营状况

图表11-2 红塔集团2007年上半年企业经营状况

图表11-3 上海烟草1992-2006年度的产量数据对比

图表11-4 上海烟草1992-2006年度的利税数据对比

图表11-5 上海烟草1992-2006年度的利润数据对比

图表11-6 上海烟草1992-2006年度的净资产数据对比

图表11-7 白沙集团2006年生产经营状况

图表11-8 2006年常德卷烟厂完成产量/增长率

图表11-9 2006年常德卷烟厂主业销售收入/增长率

图表11-10 2006年常德卷烟厂税利/增长率

图表11-11 2006年常德卷烟厂利润/增长率

图表11-12 2006年常德卷烟厂利税总额/增长率

图表11-13 1994-2005年宁波卷烟厂销售数量

图表11-14 1994-2005年宁波卷烟厂税利状况

图表11-15 1994-2005年宁波卷烟厂大经鹰销量

图表11-16 1996-2006年红河卷烟厂产量比较

图表11-17 1996-2006年红河卷烟厂税利比较

图表11-18 1996-2006年红河卷烟厂销售收入比较

图表11-19 1996-2006年红河卷烟厂固定资产比较

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yancao/K77161HR7V.html>