

2016-2022年中国烟草行业 全景调研及产业竞争格局报告

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

《2016-2022年中国烟草行业全景调研及产业竞争格局报告》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/N038271L54.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

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。

“十一五”时期是烟草业发展的最好时期之一。烟叶生产保持稳定发展，现代烟草农业建设扎实推进；企业组织结构和产品结构调整持续推进，烟草产业结构不断优化；减害降焦取得明显成效，自主创新能力明显增强；经济运行质量明显改善，劳动生产率大幅提高；卷烟产品由多品牌竞争向牌号集中转变，卷烟市场逐步由销售产品向经营品牌转变，市场营销行为由依赖专卖行政管理向服务和管理并重的模式转变。

2012年，我国烟草全行业实现工商利税8649亿元，同比增长15.7%；上交国家财政7166亿元，比上年增长19%。此外，2012年卷烟产销量4950万箱。2013年全国卷烟产量增速比上年回落的1.1个百分点，卷烟的销量增速比上年回落1.2个百分点，但是全年烟草行业实现的工商税利是9559.86亿元，比上年有所增加。2014年1-5月，全国共生产烟草10993.5亿根，2014年烟草行业实现利税额10517.6亿元，同比增长10.02%。

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。

《2016-2022年中国烟草行业全景调研及产业竞争格局报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了烟草行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国烟草做了重点企业经营状况分析，并分析了中国烟草行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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 2013-2015年烟草行业政策环境分析

- 2.1 国内外控烟政策
 - 2.1.1 世界控烟政策简介
 - 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年中国室内公共场所全面禁烟
- 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 中国烟草行业制度建设的基本任务
 - 2.2.4 中国烟草业的市场化取向改革分析
 - 2.2.5 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 中国烟叶税收制度演变及改革背景分析

2.3.2 中国卷烟消费税政策调整分析

2.3.3 中国推出卷烟出口税收管理新模式

2.3.4 我国实行烟草税新办法

2.3.5 香港特区烟草税调整

2.3.6 2012年我国烟草业出台计税新规

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 《反垄断法》对中国烟草业的影响

2.4.4 增值税转型对烟草行业发展的影响

2.4.5 公共场所全面禁烟对烟草行业的影响

2.5 烟草行业发展规划

2.5.1 烟草行业“卷烟上水平”总体规划（2010-2015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 2013-2015年国际烟草行业发展分析

3.1 2013-2015年国际烟草行业发展概况

3.1.1 世界烟草产业发展历程

3.1.2 国际烟草行业发展现状

3.1.3 全球烟草行业并购面临变局

3.1.4 世界烟草市场供需状况简析

3.1.5 北非烟草市场逐步向世界开放

3.2 美国

3.2.1 美国烟草市场发展概况

3.2.2 美国烟草行业发展特征

3.2.3 美国无烟烟草发展令人瞩目

3.2.4 美国烟草监管新规实施

3.2.5 美国烟草行业税收政策发展综述

3.3 德国

- 3.3.1 德国烟草市场现状简析
- 3.3.2 德国烟草市场主要企业及品牌
- 3.3.3 德国烟草贸易总体发展特征
- 3.3.4 德国对烟草广告实施限制措施
- 3.4 俄罗斯
 - 3.4.1 俄罗斯烟草市场发展简述
 - 3.4.2 俄罗斯烟草市场竞争格局
 - 3.4.3 俄罗斯烟草市场控烟法规概况
 - 3.4.4 俄罗斯急促开放烟草市场的教训
- 3.5 土耳其
 - 3.5.1 土耳其烟草市场快速增长
 - 3.5.2 土耳其烟草市场竞争格局分析
 - 3.5.3 土耳其烟草行业发展态势
 - 3.5.4 土耳其烟叶生产和收购政策介绍
- 3.6 巴西
 - 3.6.1 巴西烟草行业的特色
 - 3.6.2 巴西烟草种植业发达
 - 3.6.3 巴西烟草向阿拉伯市场出口简况
 - 3.6.4 巴西烟草业发展面临的挑战
- 3.7 日本
 - 3.7.1 日本烟草行业的发展与改革
 - 3.7.2 日本推出“香烟护照”加强规范管理
 - 3.7.3 日本烟草市场发展动态
- 3.8 印度
 - 3.8.1 印度烟草市场分析
 - 3.8.2 全球需求增长拉动印度烟草出口激增
 - 3.8.3 印度政府禁止外资投资烟草制造业

第四章 2013-2015年中国烟草行业分析

- 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 中国烟草产业发展现状
- 4.1.4 中国烟草产业的发展模式分析
- 4.1.5 中国烟草产业发展的优势及劣势
- 4.1.6 我国烟草行业实现转型升级的路径选择
- 4.2 2013-2015年中国烟草业的发展
 - 4.2.1 2012年我国烟草业发展分析(ZY XH)
 - 4.2.2 2013年我国烟草行业发展现状
 - 4.2.3 2014年我国烟草行业发展动态
- 4.3 2013-2015年中国烟草行业进出口数据分析
 - 4.3.1 2013-2015年6月中国烟草、烟草及烟草代用品的制品进出口总量分析
 - 4.3.2 2013-2015年6月主要国家烟草、烟草及烟草代用品的制品进出口情况分析
 - 4.3.3 2013-2015年6月主要省份烟草、烟草及烟草代用品的制品进出口情况分析
- 4.4 2013-2015年中国烟草行业的竞争分析
 - 4.4.1 我国烟草行业的竞争优势
 - 4.4.2 中国烟草行业的竞争格局
 - 4.4.3 国内烟草品牌竞争力评析
 - 4.4.4 国内高端卷烟市场竞争日趋激烈
 - 4.4.5 增强中式卷烟市场竞争力的策略
- 4.5 烟草行业战略性重组
 - 4.5.1 中国烟草行业战略重组的意义
 - 4.5.2 中国烟草行业新一轮战略性重组的特点
 - 4.5.3 中国烟草行业的跨省重组的三种典型模式
 - 4.5.4 烟草企业重组必须重视的几个问题
- 4.6 烟草行业的物流建设
 - 4.6.1 烟草业现代物流管理系统概述
 - 4.6.2 中国卷烟企业“大物流”局面初显
 - 4.6.3 烟草商业企业物流的成本控制
 - 4.6.4 国内烟草物流标准化存在的问题与解决对策
 - 4.6.5 实现烟草行业物流资源共享的相关思考
- 4.7 中国烟草行业的可持续发展
 - 4.7.1 烟草可持续发展的范畴
 - 4.7.2 烟草可持续发展的思路

4.7.3 烟草行业可持续发展的策略

第五章 2013-2015年中国卷烟市场总体分析

5.1 中国卷烟市场发展状况

5.1.1 卷烟市场发展综述

5.1.2 中国卷烟市场形成和发展过程

5.1.3 国内卷烟市场发展现状

5.1.4 中国卷烟市场的特征

5.2 2013-2015年中国卷烟市场剖析

5.2.1 2012年国内卷烟市场运行情况

5.2.2 2013年国内卷烟市场发展分析

5.2.3 2014年上半年国内卷烟市场发展动态

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 2013-2015年农村卷烟市场

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 2013-2015年低焦油卷烟市场

5.5.1 低焦油卷烟发展简述

5.5.2 国内卷烟焦油含量变化的进程

5.5.3 我国低焦油卷烟市场发展迅猛

5.5.4 中国低焦油卷烟市场格局分析

5.5.5 国内低焦油卷烟发展中存在的问题

5.6 2013-2015年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 中国卷烟制造行业经济规模
 - 6.1.1 2011-2015年6月卷烟制造业销售规模
 - 6.1.2 2011-2015年6月卷烟制造业利润规模
 - 6.1.3 2011-2015年6月卷烟制造业资产规模
- 6.2 中国卷烟制造行业盈利能力指标分析
 - 6.2.1 2011-2015年6月卷烟制造业亏损面
 - 6.2.2 2011-2015年6月卷烟制造业销售毛利率
 - 6.2.3 2011-2015年6月卷烟制造业成本费用利润率
 - 6.2.4 2011-2015年6月卷烟制造业销售利润率
- 6.3 中国卷烟制造行业营运能力指标分析
 - 6.3.1 2011-2015年6月卷烟制造业应收账款周转率
 - 6.3.2 2011-2015年6月卷烟制造业流动资产周转率
 - 6.3.3 2011-2015年6月卷烟制造业总资产周转率
- 6.4 中国卷烟制造行业偿债能力指标分析
 - 6.4.1 2011-2015年6月卷烟制造业资产负债率
 - 6.4.2 2011-2015年6月卷烟制造业利息保障倍数
- 6.5 中国卷烟制造行业财务状况综合评价
 - 6.5.1 卷烟制造业财务状况综合评价
 - 6.5.2 影响卷烟制造业财务状况的经济因素分析
- 6.6 2013-2015年全国及主要省份卷烟产量分析
 - 6.6.1 2012年1-12月全国及主要省份卷烟产量分析
 - 6.6.2 2013年1-12月全国及主要省份卷烟产量分析
 - 6.6.3 2014年1-6月全国及主要省份卷烟产量分析

第七章 2013-2015年中国烟草业细分市场分析

- 7.1 高档烟草

- 7.1.1 我国高档烟草市场的发展潜力
- 7.1.2 国内高档烟草市场消费者分析
- 7.1.3 零售价30-40元/包烟草市场格局
- 7.1.4 零售价50-60元/包烟草市场格局
- 7.1.5 零售价80-100元/包烟草市场格局
- 7.1.6 中国高档烟草市场发展趋势
- 7.2 中档烟草
 - 7.2.1 我国中档烟草市场的发展潜力
 - 7.2.2 我国中档烟草市场的发展特征
 - 7.2.3 零售价10元/包烟草市场格局
 - 7.2.4 零售价15元/包烟草市场格局
 - 7.2.5 零售价20元/包烟草市场格局
 - 7.2.6 我国中档烟草市场发展趋势
- 7.3 低档烟草
 - 7.3.1 我国低档烟草市场的发展潜力
 - 7.3.2 零售价5元/包的竞争格局
 - 7.3.3 零售价7元/包的竞争格局
 - 7.3.4 发展农村低档烟草市场的策略
 - 7.3.5 中国低档烟草市场发展趋势

第八章 2013-2015年中国烟草业重点区域市场分析

- 8.1 2013-2015年云南烟草行业发展分析
 - 8.1.1 云南烟草工业多举措促增长
 - 8.1.2 云南烟草行业品牌优势凸显
 - 8.1.3 云南大理优化结构发展现代烟草农业
 - 8.1.4 FCTC对云南烟草业的影响及应对策略分析
 - 8.1.5 云南烟草产业面临的形势及发展规划
- 8.2 2013-2015年湖南烟草行业发展分析
 - 8.2.1 湖南烟草行业经济运行回顾
 - 8.2.2 2012年湖南烟草行业发展态势
 - 8.2.3 2013年湖南烟草行业发展动态
 - 8.2.4 湖南烟草品牌应学习国外经验

- 8.3 2013-2015年贵州烟草行业发展分析
 - 8.3.1 贵烟成为中国烟草新兴力量
 - 8.3.2 贵州烟草科技专利成效突出
 - 8.3.3 贵州烟草商业健康发展
 - 8.3.4 贵州烟草行业发展特点
 - 8.3.5 贵州省烟草行业“十二五”发展战略
- 8.4 2013-2015年河南烟草行业发展分析
 - 8.4.1 河南省积极加速烟草行业发展
 - 8.4.2 河南烟草行业实现新突破
 - 8.4.3 河南省烟叶种植情况简述
 - 8.4.4 河南省制定现代烟草农业发展规划
- 8.5 2013-2015年四川烟草行业发展分析
 - 8.5.1 四川加快建设“两烟强省”
 - 8.5.2 四川省积极建设烟叶生产基地
 - 8.5.3 四川烟草业实现产业升级
 - 8.5.4 四川烟草行业发展现状
- 8.6 2013-2015年其他地区发展分析
 - 8.6.1 甘肃省烟草行业不断发展壮大
 - 8.6.2 山东省卷烟市场销售情况综述
 - 8.6.3 江西烟草生产经营状况
 - 8.6.4 福建省卷烟市场发展特征
 - 8.6.5 广东将大力发展浓香型特色优质烟叶产业

第九章 2013-2015年烟草零售专卖业

- 9.1 中国的烟草专卖制度
 - 9.1.1 中国烟草专卖制度概述
 - 9.1.2 中国烟草专卖制度的总体特征
 - 9.1.3 我国烟草专卖体制的优点与缺点
 - 9.1.4 我国烟草专卖体制改革的原则及方向
 - 9.1.5 烟草专卖制度的组织成本、激励机制和市场效率透视
 - 9.1.6 中国的烟草专卖体制需要引入市场竞争
- 9.2 中国烟草零售商户分析

- 9.2.1 中国烟草零售商户的分类及特征
- 9.2.2 中国卷烟零售户与烟草公司的关系简析
- 9.2.3 国内烟草零售户的嫁接问题探讨
- 9.2.4 我国卷烟零售商户发展中存在的问题
- 9.2.5 中国烟草零售商户盈利状况与影响因素分析
- 9.2.6 烟草渠道终端的博弈现象分析
- 9.3 烟草新型零售业态分析
 - 9.3.1 烟草新型零售业态发展及其成因
 - 9.3.2 烟草新型零售业态对烟草行业的影响
 - 9.3.3 卷烟零售的连锁经营模式解析
 - 9.3.4 烟草销售网络建设应对新型零售业态的对策
- 9.4 烟草零售专卖业的发展策略
 - 9.4.1 建立中国卷烟零售网点新格局
 - 9.4.2 卷烟零售品种组合规划应考虑的几个因素
 - 9.4.3 中小卷烟零售店应确立自己的经营特点
 - 9.4.4 卷烟零售户忠诚度的培育

第十章 2013-2015年烟叶的生产分析

- 10.1 2013-2015年世界烟叶生产状况
 - 10.1.1 全球烟叶生产形势正起变化
 - 10.1.2 世界烟叶市场供需状况
 - 10.1.3 津巴布韦烟草生产动态
 - 10.1.4 巴西烟叶生产面临挑战
- 10.2 中国烟叶生产发展综述
 - 10.2.1 中国烟草种植的发展历程
 - 10.2.2 中国烟草生产正在发生第三次转变
 - 10.2.3 中国主要烟草产区简介
 - 10.2.4 中国烟叶生产概况
 - 10.2.5 “原收原调”成为中国烟叶收购新模式
- 10.3 2013-2015年中国烟叶生产分析
 - 10.3.1 2012年我国烟叶生产保持稳定
 - 10.3.2 2013年我国烟叶生产情况

- 10.3.3 2014年我国烟叶种植情况
- 10.4 中国烟叶生产存在的问题
 - 10.4.1 中国烟叶生产的三大制约因素
 - 10.4.2 中国烟叶生产经营管理的主要问题
 - 10.4.3 中国烟草品种方面的不足
 - 10.4.4 自然灾害威胁中国烟叶种植业
 - 10.4.5 烟草农业科技发展存在制约因素
- 10.5 烟叶生产的发展对策
 - 10.5.1 中国烟叶生产发展对策分析
 - 10.5.2 促进中国烟叶生产科技进步的思考
 - 10.5.3 发展中国烟草农业机械化的措施建议

第十一章 2013-2015年烟草包装业

- 11.1 烟草包装业发展概况
 - 11.1.1 中国烟草包装的现状和发展机遇
 - 11.1.2 烟草包装防伪技术现状和发展趋势
 - 11.1.3 中国烟草过度包装问题严重
 - 11.1.4 烟草包装业未来发展趋势
- 11.2 烟草包装材料
 - 11.2.1 卷烟包装材料的应用现状和未来趋势
 - 11.2.2 卷烟纸制造业发展分析
 - 11.2.3 卷烟用铝箔纸的发展轨迹
 - 11.2.4 BOPP烟膜的市场现状及未来发展方向
- 11.3 烟草包装的设计
 - 11.3.1 卷烟包装设计应该遵循的原则
 - 11.3.2 从消费者心理看卷烟包装的设计要素
 - 11.3.3 烟草产品包装设计的创新
 - 11.3.4 中式卷烟的包装设计分析
 - 11.3.5 烟包的整合设计方略
 - 11.3.6 烟草包装设计的未来发展方向
- 11.4 烟草包装的印刷
 - 11.4.1 烟包印刷的常用的材料及工艺介绍

- 11.4.2 国内烟草印刷企业的现状与发展分析
- 11.4.3 国内烟草包装印刷技术的创新和应用状况
- 11.4.4 烟包印刷的未来发展方向

第十二章 2013-2015年中国烟草企业发展分析

- 12.1 中国烟草企业发展概况
 - 12.1.1 中国烟草企业发展现状
 - 12.1.2 新形势下国内卷烟制造企业的再定位
 - 12.1.3 烟草企业经营管理模式分析
 - 12.1.4 中国烟草企业知识产权创造分析
 - 12.1.5 中国烟草企业实现跨越的路径选择
- 12.2 跨国烟草公司并购重组对中国的启示
 - 12.2.1 跨国烟草公司并购重组背景分析
 - 12.2.2 跨国烟草公司并购重组动态
 - 12.2.3 跨国烟草公司并购重组的特征及发展趋势
 - 12.2.4 跨国烟草公司并购重组的动因分析
 - 12.2.5 跨国烟草公司并购重组对中国烟草企业的启示
- 12.3 烟草企业形象的塑造与传播
 - 12.3.1 企业形象对烟草行业发展的重要性
 - 12.3.2 中国烟草企业形象传播的形势和现状
 - 12.3.3 烟草企业形象的“内外兼修”之道
 - 12.3.4 烟草企业形象设计的要点
 - 12.3.5 烟草企业形象传播突围的思路
 - 12.3.6 烟草企业形象管理探析
- 12.4 烟草企业的发展创新(ZY XH)
 - 12.4.1 中国烟草企业创新现状分析
 - 12.4.2 烟草企业创新行为的制约因素分析
 - 12.4.3 解析中国烟草企业的管理创新
 - 12.4.4 中国烟草企业技术创新剖析
 - 12.4.5 中国烟草企业的全面创新策略
- 12.5 烟草企业客户关系管理探究
 - 12.5.1 烟草企业客户关系管理的科学内涵

- 12.5.2 烟草企业的客户关系管理研究及应用状况
- 12.5.3 烟草企业客户关系管理的实施途径
- 12.6 烟草企业资金管理优化剖析
 - 12.6.1 优化烟草企业资金管理的必要性
 - 12.6.2 我国烟草企业资金管理存在的问题
 - 12.6.3 加强烟草企业资金管理的思考
- 12.7 中国烟草企业的国际化发展分析
 - 12.7.1 国际化发展对中国烟草提出了新的要求
 - 12.7.2 中国烟草企业国际化必须解决的几个难题
 - 12.7.3 探索中国烟草企业国际化发展的几点战略

第十三章 2013-2015年国内外烟草行业重点企业分析

- 13.1 菲利普莫里斯国际公司
 - 13.1.1 公司简介
 - 13.1.2 2012年菲利普莫里斯经营状况
 - 13.1.3 2013年菲利普莫里斯经营状况
 - 13.1.4 2014年上半年菲利普莫里斯经营状况
- 13.2 英美烟草集团
 - 13.2.1 公司简介
 - 13.2.2 2012年英美烟草集团经营状况
 - 13.2.3 2013年英美烟草集团经营状况
 - 13.2.4 2014年上半年英美烟草集团经营状况
- 13.3 日本烟草公司
 - 13.3.1 公司介绍
 - 13.3.2 2012财年日本烟草公司经营状况
 - 13.3.3 2013财年日本烟草公司经营状况
 - 13.3.4 2014财年上半年日本烟草公司经营状况
- 13.4 红塔烟草(集团)有限责任公司
 - 13.4.1 公司简介
 - 13.4.2 红塔集团持续平稳增长
 - 13.4.3 红塔集团保持烟草业领先地位
 - 13.4.4 红塔集团继续拓展低焦油卷烟市场

- 13.5 上海烟草集团有限责任公司
 - 13.5.1 公司简介
 - 13.5.2 上海烟草集团的SWOT分析
 - 13.5.3 上海烟草积极推进集团化建设
 - 13.5.4 上海烟草行业未来发展思路
- 13.6 湖南中烟工业有限责任公司
 - 13.6.1 公司简介
 - 13.6.2 湖南中烟发展迈上新台阶
 - 13.6.3 湖南中烟持续健康发展
 - 13.6.4 湖南中烟常德卷烟厂的哑铃型盈利模式分析
- 13.7 浙江中烟工业有限责任公司
 - 13.7.1 公司简介
 - 13.7.2 浙江中烟“全硬雄狮”品牌市场培育效果显著
 - 13.7.3 浙江中烟实现“由大到强”转变的可行性思考
- 13.8 湖北中烟工业有限责任公司
 - 13.8.1 公司简介
 - 13.8.2 湖北中烟加强与东北三省一市合作
 - 13.8.3 湖北中烟公司成立雪茄研究所

第十四章 2013-2015年烟草行业的信息化建设

- 14.1 中国烟草行业信息化建设概况
 - 14.1.1 我国烟草行业信息化建设回顾
 - 14.1.2 中国烟草行业信息化建设发展综述
 - 14.1.3 中国烟草行业信息化建设进展顺利
 - 14.1.4 我国烟草业信息化建设的重点领域
 - 14.1.5 烟草信息化项目的风险构成及防范策略
- 14.2 烟草电子商务
 - 14.2.1 发展电子商务对于中国烟草业的现实意义
 - 14.2.2 现有信息化工程与烟草电子商务的关系
 - 14.2.3 烟草企业电子商务与现代物流信息化的关系
 - 14.2.4 烟草行业发展电子商务的特点和方略
 - 14.2.5 中国烟草行业电子商务发展面临的挑战

14.3 烟草物联网

14.3.1 物联网提升烟草行业发展水平

14.3.2 中国烟草物联网的发展现状

14.3.3 加快烟草物联网建设的对策建议

14.3.4 我国发展烟草物联网的思路及目标

14.4 烟草行业信息化建设的措施建议

14.4.1 加强烟草行业数字化管理策略分析

14.4.2 烟草行业信息化建设的目标和实施策略

14.4.3 中国烟草行业实现物流信息化的途径

14.4.4 加快烟草企业固定资产信息化的措施

14.4.5 烟草农业信息化建设的发展思路

14.4.6 烟草企业人力资源信息化建设探讨

14.5 烟草行业信息化的未来发展趋势(ZY XH)

14.5.1 CIMS将成为烟草信息化应用主角

14.5.2 集成化成为烟草业信息化的发展方向

14.5.3 优化资源将成烟草企业信息化前沿

14.5.4 中国烟草企业信息化建设前景

第十五章 2013-2015年烟草市场营销分析

15.1 烟草市场营销概况

15.1.1 世界烟草品牌的市场营销回顾

15.1.2 国内卷烟商业企业营销能力分析

15.1.3 女性及青少年逐渐成为烟草市场营销的目标人群

15.1.4 国内烟草营销存在诸多弊端

15.2 卷烟市场消费状况分析

15.2.1 中国卷烟消费的口味特点

15.2.2 高端卷烟消费与营销策略解析

15.2.3 三线城市卷烟消费调查解析

15.2.4 国内女性香烟市场的消费特征和市场机会

15.3 烟草广告分析

15.3.1 国内外烟草广告立法情况介绍

15.3.2 中国卷烟品牌广告的四种类别

- 15.3.3 浅析烟草网络广告
- 15.3.4 烟草广告传播突围的创新思路
- 15.3.5 烟草广告的直接传播突围方法
- 15.4 烟草市场营销策略探讨
 - 15.4.1 烟草市场营销的创新
 - 15.4.2 宏观政策下我国烟草市场营销的出路
 - 15.4.3 不同生命周期卷烟产品的营销策略
 - 15.4.4 事件营销在国内烟草市场的运用
 - 15.4.5 烟草体育营销评析
 - 15.4.6 烟草产品的公益营销简析

第十六章 烟草行业投资与前景分析

- 16.1 中国烟草行业的投资机遇
 - 16.1.1 经济全球化给中国烟草企业带来机遇
 - 16.1.2 宏观经济形势成烟草企业发展契机
 - 16.1.3 本土烟草企业开展境外投资的潜力
 - 16.1.4 中国烟草行业投资机会分析
- 16.2 烟草行业的投资风险
 - 16.2.1 中国烟草行业的系统性风险
 - 16.2.2 中国烟草行业的非系统性风险
 - 16.2.3 烟草行业扁平化改革的风险
 - 16.2.4 烟草企业的经营风险
- 16.3 烟草行业发展趋势及前景
 - 16.3.1 世界烟草行业的未来发展方向
 - 16.3.2 我国卷烟市场的发展趋势
 - 16.3.3 中国卷烟品牌的变动走向分析
 - 16.3.4 2016-2022年中国卷烟制造行业预测分析

图表目录：

图表 美国烟草市场格局情况

图表 美国烟草市场供应链的流动过程

图表 2013-2015年6月中国烟草、烟草及烟草代用品的制品对外贸易总量

图表 2013-2015年6月中国烟草、烟草及烟草代用品的制品对外贸易总量趋势图

图表 2013-2015年6月中国烟草、烟草及烟草代用品的制品进口总量

图表 2013-2015年6月中国烟草、烟草及烟草代用品的制品进口总量趋势图

图表 2013-2015年6月中国烟草、烟草及烟草代用品的制品出口总量

图表 2013-2015年6月中国烟草、烟草及烟草代用品的制品出口总量趋势图

图表 2013-2015年6月中国烟草、烟草及烟

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yancao/N038271L54.html>