

2007年中国烟草行业研究咨询报告

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

《2007年中国烟草行业研究咨询报告》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/P28941KSHU.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]2007年中国[b]烟草[/b]行业研究咨询报告 内容介绍：[/b]

2007年是《烟草控制框架公约》深入实施的一年，也是迎接和举办2008年北京“无烟奥运”关键的一年。但从长期来看，这对我国烟草业不会有太大的影响，到2025年烟民的总数仍将维持在3.2亿。因此烟草控制，在未来的20-30年内，烟草总消费量不会明显减少，因此也不会直接影响到目前的烟草产业。预测2007年全球烤烟作物增长1.4%。

中国烟草行业发展状况[/b]

第一节 世界烟草行业发展状况

- 一、美国
- 二、英国
- 三、德国
- 四、意大利
- 五、俄罗斯
- 六、印度
- 七、日本
- 八、韩国

[b]第三章 中国烟草行业营销分析[/b]

第一节 烟草行业营销现状与问题分析

- 一、国内烟草行业的营销现状
- 二、卷烟品牌营销的误区与病症解析

第二节 新形势下中国烟草行业竞争分析[/b]

第一节 中国卷烟名牌分析

- 一、中国卷烟名牌概况
- 二、中国卷烟名牌的产品竞争力分析
- 三、中国烟草强势品牌分析

第二节 未来企业竞争优势分析

第三节 卷烟市场竞争与消费趋势分析

[b]第十一章 国内外烟草行业调研)行业重点企业分析[/b]

第一节 上海烟草行业市场分析[/b]

第一节 烟草包装行业发展状况

- 一、国际烟草业包装的发展趋势

二、中国烟草包装业发展现状及存在问题

三、烟草包装业发展机遇

四、卷烟包装用纸的现状与趋势分析

第二节 中国烟草机械行业投资与趋势分析

第一节 中国烟草市场格局

图表：2005年中国以外国际卷烟(以外国外卷烟(卷烟市场考察)市场分析)市场格局

图表：近年来部分国家烤烟价格

图表：世界主要卷烟产销国家（或地区）卷烟综合税率一览表

图表：世界主要的卷烟产销大国国内烟草税征收方式及税率水平

图表：2000-2005年美国卷烟产量、国内消费量、进口量及出口量一览表

图表：美国国内不同长度卷烟(不同长度卷烟市场考察)市场份额发展趋势

图表：美国国内薄荷型和非薄荷型卷烟市场份额趋势

图表：2003-2005年美国各类烟草的每月出口量

图表：2001年以来全国卷烟工业企业兼并重组整合案例

图表：2005年行业累计卷烟结构

图表：2005年12月全国百牌号卷烟产销量排序

图表：2005年1-12月全国百牌号卷烟产销量排序

图表：2006年烤烟国家收购价格表

图表：2006年10月份全国百牌号卷烟产销量排序

图表：2006年1-10月份全国百牌号卷烟产销量排序

图表：2005年1-12月烟草制品业主要经济指标全国统计

图表：2005年1-12月烟叶复烤主要经济指标全国统计

图表：2005年1-12月卷烟制造主要经济指标全国统计

图表：2006年1-9月烟草制品业主要经济指标全国统计

图表：2006年1-9月烟叶复烤主要经济指标全国统计

图表：2006年1-9月卷烟制造主要经济指标全国统计

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计全部从业人员平均人数

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计企业单位数

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计产成品

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计产品销售收入

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计工业总产值（当年价格）

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计工业总产值（当年价格）比去年同期增长

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计产成品比去年同期增长

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计产品销售收入比去年同期增长

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计利润总额

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计亏损企业单位数

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计亏损企业亏损总额

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业资本保值增值率

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业资金利润率

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业成本费用利润率

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业去年本月止累计利润总额

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计资产总计

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计负债合计

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业资本负债率

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计流动资产平均余额

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计固定资产净值平均余额

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计流动资产平均余额比去年同期增长

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计固定资产净值平均余额比去年同期增长

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计资产总计比去年同期增长

图表：2006年1-10月各省市烟草制品业累计负债合计比去年同期增长

图表：2005年2-12月卷烟产品产量全国合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量北京合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量天津合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量河北合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量山西合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量辽宁合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量吉林合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量黑龙江合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量上海合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量江苏合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量浙江合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量安徽合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量福建合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量江西合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量山东合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量河南合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量湖北合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量湖南合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量广东合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量广西合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量海南合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量重庆合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量四川合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量贵州合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量云南合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量陕西合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量甘肃合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量新疆合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量宁夏合计

图表：2005年2-12月卷烟产品产量内蒙古合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量全国合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量北京合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量天津合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量河北合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量山西合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量辽宁合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量吉林合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量黑龙江合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量上海合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量江苏合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量浙江合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量安徽合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量福建合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量江西合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量山东合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量河南合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量湖北合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量湖南合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量广东合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量广西合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量海南合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量重庆合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量四川合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量贵州合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量云南合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量陕西合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量甘肃合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量新疆合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量宁夏合计

图表：2006年2-10月卷烟产品产量内蒙古合计

图表：2005年2月烟草制品业收入前10家企业

图表：2005年3月烟草制品业收入前10家企业

图表：2005年4月烟草制品业收入前10家企业

图表：2005年5月烟草制品业收入前10家企业

图表：2005年6月烟草制品业收入前10家企业

图表：2005年7月烟草制品业收入前10家企业

图表：2005年8月烟草制品业收入前10家企业

图表：2005年9月烟草制品业收入前10家企业

图表：2005年10月烟草制品业收入前10家企业

图表：2005年11月烟草制品业收入前10家企业

图表：2005年12月烟草制品业收入前10家企业

图表：2006年2月烟草制品业收入前10家企业

图表：2006年3月烟草制品业收入前10家企业

图表：2006年4月烟草制品业收入前10家企业

图表：2006年5月烟草制品业收入前10家企业

图表：2006年6月烟草制品业收入前10家企业

图表：2006年7月烟草制品业收入前10家企业

图表：2006年8月烟草制品业收入前10家企业

图表：2006年9月烟草制品业收入前10家企业

图表：2006年10月烟草制品业收入前10家企业

图表：2003-2005年中国卷烟产销量情况

图表：2005年全国卷烟销量超过百万箱的省、区

图表：2003年-2005年分类别卷烟产量

图表：2005年全国一类烟销量最大和最小的省（市）

图表：2005年全国二类烟销量最大和最小的省（市）

图表：2006年1-10月全国分类别卷烟产销量情况

图表：年产量过百万箱的具有法人资格的卷烟工业公司、集团、企业

图表：不同时期吸烟率变化趋势

图表：平均日吸烟数量

图表：卷烟消费者平均消费档次

图表：全国卷烟市场调研市场各档次卷烟消费比例

图表：全国不同收入家庭的卷烟消费支出

图表：全国范围内消费者最常吸的卷烟品牌

图表：消费者选择各种途径的比例

图表：消费者选择购买途径的理由

图表：购买卷烟的用途

图表：不同因素对卷烟消费者购买行为的影响

图表：旱烟消费动机

图表：卷烟消费者对低档次卷烟的总体满意度表

图表：卷烟消费者对低档次卷烟的总体满意度图

图表：卷烟消费者在消费过程中遇到的困难

图表：根据消费者自吸考虑的因素分群

图表：烟民自吸考虑因素分群对应表

图表：不同群体主吸香烟焦油量

图表：根据消费者判断香烟品质的方式分群

图表：烟民判断香烟品质的方式分群对应表

图表：两种分群方式对应分析

图表：不同卷烟消费者大专以上学历所占比例

图表：不同卷烟消费者的收入比较

图表：不同卷烟消费者的主吸价格比较

图表：不同卷烟消费者的吸食量比较

图表：不同卷烟消费者主吸烟价格分布

图表：不同卷烟消费者的营销敏感度比较

图表：不同卷烟消费者喜欢的促销方式

图表：不同卷烟消费者自身形象关注度差异

图表：不同价位的品牌关注型卷烟消费者希望展示的个体形象

图表：1986年以来农村吸烟率变化趋势

图表：2005年农村卷烟消费者日均吸烟量

图表：2005年农村各档次卷烟消费量比例

图表：2005年8-10月农村不同收入家庭卷烟消费总支出

图表：农村消费者常吸卷烟品牌首选率

图表：农村消费者购买卷烟主要场所比例

图表：农村消费者购买各种档次卷烟的用途比例

图表：不同因素对农村消费者卷烟购买行为的影响

图表：农村消费者早烟消费动机

图表：农村消费者对低档卷烟供货的满意度

图表：不同消费档次的农村消费者对低档卷烟供货情况的满意度

图表：农村卷烟消费者在消费过程中遇到的困难

图表：2005年农村各档次卷烟消费率

图表：中国营销人的年龄分布

图表：中国营销人的学历分布

图表：中国营销人的年收入分布

图表：烟被营销人选择作为商务礼品的比例

图表：营销人卷烟消费的价格选择

图表：营销人卷烟消费10元以上价格的选择比例

图表：营销人卷烟消费的产地选择

图表：营销人卷烟消费的类型选择

图表：2005年六个过百万箱卷烟品牌在京销量

图表：2005年北京卷烟销量分类统计表

图表：2005年北京销量排名前10的品牌

图表：2005年外烟在京品牌销量

图表：北京地区畅销卷烟品牌价位区间分别

图表：北京地区各档次卷烟消费群体比例

图表：北京地区各档次卷烟提均购买人流量比例

图表：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：北京地区各档次卷烟消费群体性别比例

图表：北京地区各档次卷烟消费群体的职业分布

图表：北京地区各档次卷烟消费群体平均年龄

图表：北京地区各档次卷烟消费群体收入水平走势

图表：北京地区高档卷烟消费群体受教育程度

图表：北京地区中档卷烟消费群体受教育程度

图表：北京地区各档次卷烟消费群体日均品吸量

图表：北京地区各档次卷烟消费群体卷烟日均品吸量

图表：北京地区高档卷烟消费群体日均品吸量变化状况

图表：北京地区中档卷烟消费群体日均品吸量变化状况

图表：北京地区低档卷烟消费群体日均品吸量变化状况

图表：北京地区卷烟消费群体购买行为目的

图表：北京地区各档次卷烟消费群体偏好类型

图表：北京地区各档次卷烟消费群体购买卷烟地点

图表：北京地区各档次卷烟消费群体对媒体广告接受程度

图表：2005年南京、江苏、全国经济概况对照

图表：2005年南京卷烟销量前十位品牌

图表：2005年南京卷烟销量前十位工业企业

图表：南京市场零售4-6元/包价位省内外畅销卷烟品牌

图表：南京市场零售4-6元/包价位卷烟消费者身份

图表：南京市场购买4-6元/包价卷烟影响因素

图表：南京市场零售7-11元/包价位省内外畅销卷烟品牌

图表：南京市场零售7-11元/包价位卷烟消费者身份

图表：南京市场购买7-11元/包价位卷烟影响因素

图表：南京市场零售15元/包以上价位省内外畅销卷烟品牌

图表：南京市场零售15元/包以上价位卷烟消费者身份

图表：南京市场购买15元/包以上价位卷烟影响因素

图表：南京市场部分紧缺卷烟品牌

图表：南京市场部分滞销卷烟品牌

图表：南京市场卷烟品牌滞销原因

图表：南京市场促进卷烟销量增长的有效方式

图表：南京市场有效树立卷烟品牌形象的方式

图表：南京市场价格相同前提下，影响消费者选择卷烟品牌的因素

图表：石家庄、河北、全国经济概况对照

图表：2003-2005年石家庄卷烟销售情况

图表：2005年石家庄卷烟销量情况

图表：石家庄卷烟品牌精简情况

图表：2005年石家庄市场卷烟品牌销量前十名

图表：石家庄市场零售8-10元/包价位省内外畅销卷烟品牌

图表：石家庄市场购买4-60元/包价位卷烟消费者身份

图表：石家庄市场购买4-6元/包价位卷烟消费者考虑因素

图表：石家庄市场零售8-10元/包价位省内外畅销卷烟品牌

图表：石家庄市场购买8-10元/包价位卷烟消费者身份

图表：石家庄市场消费者购买8-10元/包价位卷烟考虑因素

图表：石家庄市场零售15元/包价位以上省内外畅销卷烟品牌

图表：石家庄市场零售15元/包以上卷烟消费者身份

图表：石家庄市场消费者购买15元/包以上卷烟考虑因素

图表：石家庄市场部分紧缺卷烟品牌

图表：石家庄市场部分滞销卷烟品牌

图表：石家庄市场卷烟品牌滞销的原因

图表：石家庄市场销售良好的新上市卷烟品牌

图表：石家庄市场影响卷烟新品销售的因素

图表：石家庄市场消费者忠诚卷烟品牌的原因

图表：石家庄市场消费者更换卷烟品牌的原因

图表：2005年“中国名牌”和“中国驰名商标”产销量情况表

图表：营销观念的历史发展

图表：企业经营模式三个阶段的转变

图表：终端生动化和销售的正相关关系

图表：2006年1月我国烟草及烟草代用品的制品分产品进口情况

图表：2006年2月我国烟草及烟草代用品的制品分产品进口情况

图表：2006年3月我国烟草及烟草代用品的制品分产品进口情况

图表：2006年4月我国烟草及烟草代用品的制品分产品进口情况

图表：2006年5月我国烟草及烟草代用品的制品分产品进口情况

图表：2006年6月我国烟草及烟草代用品的制品分产品进口情况

图表：2006年7月我国烟草及烟草代用品的制品分产品进口情况

图表：2006年8月我国烟草及烟草代用品的制品分产品进口情况

图表：2006年9月我国烟草及烟草代用品的制品分产品进口情况

图表：2006年10月我国烟草及烟草代用品的制品分产品进口情况

图表：2006年1月我国烟草及烟草代用品的制品分产品出口情况

图表：2006年2月我国烟草及烟草代用品的制品分产品出口情况

图表：2006年3月我国烟草及烟草代用品的制品分产品出口情况

图表：2006年4月我国烟草及烟草代用品的制品分产品出口情况

图表：2006年5月我国烟草及烟草代用品的制品分产品出口情况

图表：2006年6月我国烟草及烟草代用品的制品分产品出口情况

图表：2006年7月我国烟草及烟草代用品的制品分产品出口情况

图表：2006年8月我国烟草及烟草代用品的制品分产品出口情况

图表：2006年9月我国烟草及烟草代用品的制品分产品出口情况

图表：2006年10月我国烟草及烟草代用品的制品分产品出口情况

图表：2006年1月我国烟草及烟草代用品的制品分国别进口情况

图表：2006年2月我国烟草及烟草代用品的制品分国别进口情况

图表：2006年3月我国烟草及烟草代用品的制品分国别进口情况

图表：2006年4月我国烟草及烟草代用品的制品分国别进口情况

图表：2006年5月我国烟草及烟草代用品的制品分国别进口情况

图表：2006年5月我国烟草及烟草代用品的制品分国别进口情况

图表：2006年6月我国烟草及烟草代用品的制品分国别进口情况

图表：2006年7月我国烟草及烟草代用品的制品分国别进口情况

图表：2006年8月我国烟草及烟草代用品的制品分国别进口情况

图表：2006年9月我国烟草及烟草代用品的制品分国别进口情况

图表：2006年10月我国烟草及烟草代用品的制品分国别进口情况

图表：2006年1月我国烟草及烟草代用品的制品分国别出口情况

图表：2006年2月我国烟草及烟草代用品的制品分国别出口情况

图表：2006年3月我国烟草及烟草代用品的制品分国别出口情况

图表：2006年4月我国烟草及烟草代用品的制品分国别出口情况

图表：2006年5月我国烟草及烟草代用品的制品分国别出口情况

图表：2006年6月我国烟草及烟草代用品的制品分国别出口情况

图表：2006年7月我国烟草及烟草代用品的制品分国别出口情况

图表：2006年8月我国烟草及烟草代用品的制品分国别出口情况

图表：2006年9月我国烟草及烟草代用品的制品分国别出口情况

图表：2006年10月我国烟草及烟草代用品的制品分国别出口情况

图表：近年全球白肋烟产量

图表：近年全球烤烟产量

图表：南非烟叶历年产量和出口情况

图表：南非的降雨量与温度

图表：全国烟叶面积和产量增减情况

图表：各地区烟叶播种面积和产量

图表：各地区烤烟面积和产量增减情况

图表：2005年度入选中国名牌的卷烟产品名单

图表：2005年复评的中国名牌卷烟产品名单

图表：2005年1-12月16大中国名牌情况表

图表：中国名牌的卷烟产品在一、二、三类卷烟最大十牌号中的地位

图表：中国名牌产品总的销量占总销量比重

图表：2005年广东“双喜”销量

图表：2005年湖北“黄鹤楼”销量

图表：卷烟新旧价类标准对比

图表：2005年各价类卷烟产量新旧标准划分对比

图表：湖南中烟布局情况

图表：用价值观维度和思维方式维度对奢侈品消费者进行分类

图表：用价值观维度和对奢侈品理解的维度对奢侈品消费者进行分类

图表：中国奢侈品消费者的人口数量分布

图表：2006年1-5月一类烟主要品牌销量增长

图表：2005年重点卷烟工业企业烟叶单耗量排序图

图表：2005年重点卷烟工业企业单箱制造费用排序图

图表：2005年重点卷烟工业企业香精香料单耗（金额）排序图

图表：2005年烟草行业广告宣传费支出总额排序图

图表：2005年重点卷烟工业企业包装成本排序图

图表：卷烟消费档次热点的变化

图表：2001-2005年28个城市吸烟率的年度变化

图表：2001-2005年不同年龄段消费者吸烟率的变化趋势

图表：2001-2005年不同月收入消费者吸烟率的变化趋势

图表：城市高端卷烟消费者对新产品品质的判断因素

图表：1992-2005年上海烟草集团产量数据对比

图表：1992-2005年上海烟草集团利税数据对比

图表：1992-2005年上海烟草集团利润数据对比

图表：1992-2005年上海烟草集团净资产数据对比

图表：中华牌卷烟年产量发展态势图

图表：上海烟草行业卷烟产量和实现利税态势图

图表：2005年白沙发展状况

图表：2006年上半年英美烟草公司卷烟销量

图表：2006年上半年英美烟草公司欧洲地区卷烟销量

图表：2006年上半年英美烟草公司欧洲地区卷烟利润

图表：2006年上半年英美烟草公司亚太地区卷烟销量

图表：2006年上半年英美烟草公司亚太地区卷烟利润

图表：2006年上半年英美烟草公司拉丁美洲地区卷烟销量

图表：2006年上半年英美烟草公司拉丁美洲地区卷烟利润

图表：2006年上半年英美烟草公司非洲和中东地区卷烟销量

图表：2006年上半年英美烟草公司非洲和中东地区卷烟利润

图表：2006年上半年英美烟草公司美国-太平洋地区卷烟销量

图表：2006年上半年英美烟草公司美国-太平洋地区卷烟利润

图表：2004-2006年英美烟草公司季度销量

图表：2004-2006年英美烟草公司季度利润

图表：2004年国际主要烟草集团销量、利润比较

图表：《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》的主要指标

图表：烟草行业工商利税

图表：以省级为单位烟草工业主要指标比较

图表：名优烟销售比重比较

图表：部分名优烟历史销售比较

图表：部分企业单箱均价，一二类烟比重，重点品牌销量统计

图表：中国入世后的烟草关税

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yancao/P28941KSHU.html>