

2007-2008年中国烟草产品 发展分析及其营销策略研究报告

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

《2007-2008年中国烟草产品发展分析及其营销策略研究报告》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/Z227198112.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]2007-2008年中国[b]烟草[/b]产品发展分析及其营销策略研究报告 内容介绍：[/b]

【报告优势】根据客户要求增加指定内容

【报告形式】动态研究报告（现成报告内容+客户指定内容+现时内容）

【报告作者】行业发展研究课题组

【报告提示】

烟草行业是我国的一个传统的支柱产业。而烟草产品市场一直处在垄断经营的市场背景之下。其营销活动还受到道德和伦理的制约。报告通过分析当前我国烟草产品传统的营销策略,从水平营销角度进行了营销策略创新的探讨。

[b]【报告目录】[/b]

绪论

[b]第1章：烟草产品特征概述[/b]

第1节：烟草产品特征

第2节：烟草生产呈现的特点

第3节：烟草生产路线

[b] 第2章：烟草行业现状分析[/b]

第1节：烟草国内外总体行业情况

1.烟草国外行业情况

2.烟草国内行业情况

第2节：烟草当前及潜在客户

第3节：行业竞争环境及对手

第4节：行业分销渠道

[b] 第3章：烟草行业面临的外部环境[/b]

第1节：经济环境

第2节：政治法律环境

第3节：技术环境

第4节：自然环境

[b] 第4章：烟草产品市场细分及预测[/b]

第1节：市场细分标准

1.行业细分标准

2.地理细分标准

3.企业规模细分标准

第2节：确定细分市场

第3节：评估细分市场

1.细分市场的规模与发展

2.细分市场结构的吸引力

3.公司的目标和资源

第4节：目标市场定位

第5节：烟草市场预测

[b] 第5章：烟草产品销售策略研究[/b]

第1节：产品策略

1.发展战略

2.维持策略

3.收割策略

4.放弃策略

第2节：定价策略

1.影响定价的因素

2.定价的目标

3.定价策略

第3节：分销策略

1.分销渠道的类型和功能

2.影响分销渠道选择的因素

3.分销策略

[b]结论[/b]