

# 2021-2026年中国卷烟行业市场供需格局及行业前景展望报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国卷烟行业市场供需格局及行业前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/wine/690835.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

2020年由于受到新冠疫情的影响，各国为了防治疫情，在新冠疫情前期大都选择全国戒严，关闭海关等方式，这使得国际贸易严重萎缩。根据中国海关数据显示，2020年中国烟草制的卷烟（24022000）出口量为18231604千支，同比下降36.1%，出口金额为2.57亿美元，同比下降63.6%。同进口一样，出口金额下降程度远大于出口量下降程度，主要也是由于国际市场卷烟本就供大于求，再加上疫情影响下，为了刺激国际贸易，各国都降低了关税，使得出口金额下滑程度大于出口量下滑程度。

从出口目的地来看，我国卷烟出口目的地遍布全球六大洲，数十个国家和地区，其中亚洲地区出口量最高，达到10918163千支。而出口量最高的国家，则为菲律宾，出口量达到3227851千支。

2014-2020年中国卷烟出口量变化情况

2014-2020年中国卷烟出口金额变化情况

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：中国卷烟品牌发展行业发展综述

1.1国内烟草行业特点分析

1.1.1运作特点分析

1.1.2制度特点分析

1.1.3市场特点分析

1.2国内烟草行业运行状况

1.2.1产量规模分析

1.2.2销售规模分析

随着近些年我国居民健康意识的觉醒，抽烟有害健康的思想逐渐深入人心，年轻一代抽烟人数逐年下降，卷烟销售量整体来看处于下滑趋势。但是我国是世界上最大的烟草生产国和消费国，烟草销售量仍然处于较高水平。根据数据显示，2019年中国卷烟销售量为23676.4亿支，同比下降0.2%。

2014-2019年中国卷烟销售量变化情况

1.2.3产品结构分析

- 1.2.4价格趋势分析
- 1.2.5区域分布分析
- 1.2.6库存规模分析
- 1.2.7经营情况分析
- 1.3烟草行业体制发展与整合历程
  - 1.3.1烟草行业体制形成过程
  - 1.3.2烟草行业整合重组历程
- 1.4烟草行业相关制度影响分析
  - 1.4.1组织架构对品牌培育影响
  - 1.4.2专卖制度对品牌培育影响
  - 1.4.3烟草政策税收制度及影响
- 1.5国内烟草行业发展趋势分析
  - 1.5.1行业改革走向市场化
  - 1.5.2企业重组与品牌整合
  - 1.5.3国内品牌国际化发展
- 1.6国内烟草行业产品结构特点
  - 1.6.1以卷烟为主的产品结构特征
  - 1.6.2国内烟草产品结构变化趋势
- 第2章：中国卷烟品牌发展环境分析
  - 2.1中国卷烟品牌发展政策环境
    - 2.1.1卷烟行业政策汇总
    - 2.1.2行业政策影响分析
  - 2.2中国卷烟品牌发展经济环境
    - 2.2.1国际宏观经济环境分析
    - 2.2.2国家宏观经济环境分析
  - 2.3中国卷烟品牌发展社会环境
    - 2.3.1社会控烟环境分析
    - 2.3.2行业危机公关分析
    - 2.3.3行业需求特征分析
    - 2.3.4行业需求趋势分析
  - 2.4中国卷烟品牌发展需求环境
    - 2.4.1国内消费者行为分析
    - 2.4.2中国卷烟消费群体分析
    - 2.4.3消费者卷烟品牌忠诚度
    - 2.4.4卷烟总体消费需求分析

### 第3章：中国卷烟行业品牌竞争力与品牌发展战略

#### 3.1 卷烟品牌竞争力评估体系

##### 3.1.1 卷烟品牌竞争力评估指标

##### 3.1.2 卷烟品牌再定位机制分析

#### 3.2 卷烟品牌核心竞争力来源分析

##### 3.2.1 品牌竞争力内部来源

##### 3.2.2 品牌竞争力外部来源

#### 3.3 不同卷烟品牌类型竞争力分析

##### 3.3.1 效益规模型品牌

##### 3.3.2 效益主导型品牌

##### 3.3.3 规模主导型品牌

##### 3.3.4 成长优势型品牌

##### 3.3.5 优势居中型品牌

#### 3.4 卷烟品牌运作一般战略分析

##### 3.4.1 卷烟品牌发展战略

##### 3.4.2 卷烟品牌运作环节

#### 3.5 中国卷烟品牌发展战略案例分析

##### 3.5.1 “白沙”品牌战略与缺陷

##### 3.5.2 “中华香烟”品牌战略与缺陷

### 第4章：中国卷烟行业品牌竞争格局与市场趋势

#### 4.1 卷烟品牌总体竞争格局分析

##### 4.1.1 卷烟行业品牌竞争状况

##### 4.1.2 卷烟品牌集中度分析

#### 4.2 卷烟品牌区域竞争格局分析

##### 4.2.1 卷烟品牌地区分布情况

##### 4.2.2 卷烟品牌市场表现分析

#### 4.3 卷烟行业细分产品竞争格局与趋势

##### 4.3.1 不同价位卷烟市场分析

##### 4.3.2 主要卷烟产品市场分析

#### 4.4 卷烟行业竞争特点及总体趋势分析

##### 4.4.1 卷烟品牌竞争特点分析

##### 4.4.2 卷烟市场发展趋势分析

### 第5章：中国卷烟行业价值链构建与品牌建设

#### 5.1 价值链构建与品牌竞争策略

##### 5.1.1 价值链对品牌体系影响

- 5.1.2基于价值链的品牌策略
- 5.2烟草行业价值链综述
  - 5.2.1烟草行业价值链特征分析
  - 5.2.2烟草工商企业价值链关系分析
  - 5.2.3烟草行业价值链现存问题分析
- 5.3卷烟行业价值链——生产供应环节分析
  - 5.3.1卷烟工业企业发展状况分析
  - 5.3.2卷烟工业企业价值链职能定位
  - 5.3.3卷烟工业企业内部价值链构成
  - 5.3.4卷烟工业企业价值链优化途径
  - 5.3.5卷烟工业企业产品品牌建设策略
- 5.4卷烟行业价值链——销售分配环节分析
  - 5.4.1卷烟商业企业发展状况分析
  - 5.4.2卷烟商业企业价值链职能定位
  - 5.4.3卷烟商业企业内部价值链构成
  - 5.4.4卷烟商业企业价值链优化分析
  - 5.4.5卷烟商业企业服务品牌建设策略
- 5.5卷烟行业价值链——零售终端环节分析
  - 5.5.1零售终端建设现状分析
  - 5.5.2零售终端建设现存问题
  - 5.5.3现代零售终端建设模式
  - 5.5.4现代零售终端建设路径
- 5.6卷烟行业价值链——消费者环节分析
  - 5.6.1卷烟消费者需求变化趋势
  - 5.6.2卷烟农村消费市场分析
  - 5.6.3卷烟城市消费市场分析
- 第6章：中国烟草物流行业发展分析
  - 6.1中国烟草物流行业发展分析
    - 6.1.1烟草物流工程市场规模分析
    - 6.1.2烟草物流系统的工程项目特点
    - 6.1.3烟草商业企业物流发展状况分析
    - 6.1.4烟草物流信息化的发展状况分析
  - 6.2中国烟草物流典型区域市场分析
    - 6.2.1西安烟草物流网络体系构建分析
    - 6.2.2石家庄烟草物流的配送状况分析

- 6.3中国烟草物联网发展状况分析
  - 6.3.1中国烟草物联网的发展概况分析
  - 6.3.2中国烟草物联网的建设状况分析
  - 6.3.3物联网的烟草流通流程优化研究
- 第7章：中国烟草物流系统整合优化分析
  - 7.1烟草物流系统的整合内容
    - 7.1.1烟草物流网络的整合分析
    - 7.1.2烟草物流组织的整合分析
    - 7.1.3烟草物流信息的整合分析
    - 7.1.4整合内容的区别以及联系
  - 7.2烟草物流系统的整合类型
    - 7.2.1烟草工业物流系统整合分析
    - 7.2.2烟草商业物流系统整合分析
    - 7.2.3烟草工商业协同物流系统整合
    - 7.2.4烟草物流系统整合类型的比较
  - 7.3中国现代烟草大物流的整合分析
    - 7.3.1烟草物流体系面临的主要问题分析
    - 7.3.2推进烟草物流发展的主要措施分析
    - 7.3.3推进烟草物流发展的保障措施分析
- 第8章：中国烟草物流市场规模预测分析
  - 8.1北京市烟草物流中心运营案例分析
    - 8.1.1北京烟草物流中心创新设计理念
    - 8.1.2物流中心的系统构成与技术亮点
    - 8.1.3北京烟草物流中心的核心业务流程
    - 8.1.4系统效果与未来发展展望
  - 8.2烟草物流行业市场规模预测分析
    - 8.2.1中国烟草行业的产销规模预测分析
    - 8.2.2中国烟草物流行业的发展方向分析
- 第9章：中国卷烟行业领先企业发展分析
  - 9.1红塔烟草（集团）有限责任公司
    - 9.1.1公司发展概况
    - 9.1.2公司经营情况分析
    - 9.1.3公司组织架构分析
    - 9.1.4公司品牌发展状况分析
    - 9.1.5公司行业价值链分析

9.1.6公司发展优劣势分析

9.1.7公司最新发展动向分析

9.2浙江中烟工业有限责任公司杭州卷烟厂

9.2.1公司发展概况

9.2.2公司经营情况分析

9.2.3公司品牌发展状况分析

9.2.4公司行业价值链分析

9.2.5公司发展优劣势分析

9.2.6公司最新发展动向分析

9.3上海烟草集团有限责任公司

9.3.1公司发展概况

9.3.2公司经营情况分析

9.3.3公司组织架构分析

9.3.4公司品牌发展状况分析

9.3.5公司行业价值链分析

9.3.6公司发展优劣势分析

9.3.7公司最新发展动向分析

9.4上海海烟物流发展有限公司

9.4.1企业发展简况分析

9.4.2企业物流设施设备

9.4.3企业物流网络分布

9.4.4企业经营优劣势分析

9.4.5企业未来发展规划分析

9.4.6企业最新发展动向分析

第10章：中国卷烟品牌区域发展状况分析

10.1中国卷烟品牌区域发展概况

10.2重点省份卷烟品牌发展状况

10.2.1湖南卷烟品牌发展状况分析

10.2.2云南卷烟品牌发展状况分析

10.2.3上海卷烟品牌发展状况分析

10.2.4江苏卷烟品牌发展状况分析

10.2.5浙江卷烟品牌发展状况分析

10.2.6河南卷烟品牌发展状况分析

10.2.7广东卷烟品牌发展状况分析

10.2.8山东卷烟品牌发展状况分析



10.2.9湖北卷烟品牌发展状况分析

10.2.10贵州卷烟品牌发展状况分析

第11章：国际烟草品牌运作经验借鉴

11.1国际烟草品牌竞争格局

11.1.1国际烟草产业现状及趋势

11.1.2国际卷烟产业品牌竞争格局

11.2国际烟草行业并购重组分析

11.2.1国际烟草公司并购重组背景

11.2.2国际烟草公司并购重组动态

11.2.3国际烟草公司并购重组特点

11.2.4国际烟草公司并购重组动机

11.2.5国际烟草公司并购重组趋势

11.3国际烟草品牌发展经验启示

第12章：中国烟草行业整合重组与国际化

12.1中国烟草行业整合重组分析

12.1.1烟草行业整合重组历程

12.1.2烟草行业整合模式分析

12.1.3中国烟草行业整合重组现状

12.1.4烟草工业企业整合重组障碍

12.2中外烟草企业合作状况分析

12.2.1外国烟草中国市场投资方式

12.2.2中国烟草海外市场投资方式

第13章：中国卷烟行业发展前景与品牌扩张路径

13.1中国卷烟行业壁垒分析（AKLZH）

13.1.1中国卷烟行业进入壁垒

13.1.2中国卷烟行业退出壁垒

13.2中国卷烟市场发展前景与预测

13.2.1中国卷烟市场规模分析预测

13.2.2中国卷烟市场价类结构预测

13.3中国卷烟行业整合重组风险与规避

13.3.1卷烟行业整合重组风险分析

13.3.2卷烟行业整合重组风险规避措施

13.4中国卷烟行业品牌扩张路径

13.4.1卷烟品牌扩张形式与障碍

13.4.2卷烟品牌扩张风险与规避

### 13.4.3 卷烟品牌国内市场扩张路径

### 13.4.4 卷烟品牌国际市场扩张路径

图表目录：

图表1：2016-2020年我国卷烟产量及增速（单位：亿支，%）

图表2：2016-2020年我国卷烟销量及增速（单位：万箱，%）

图表3：2016-2020年我国整条烟零售价格指数走势

图表4：我国卷烟产量区域分布占比情况（单位：%）

图表5：2020年烟草行业月度工商库存情况（单位：万箱）

图表6：2016-2020年我国卷烟行业销售收入及增长情况（单位：亿元，%）

图表7：中国烟草行业组织架构图

图表8：烟草制品行业主要产品大类

图表9：2020国内烟草制品行业产品结构（按销售收入占比）（单位：%）

图表10：中国卷烟产品价类划分标准

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/wine/690835.html>