

2022-2027年中国卷烟行业市场深度分析及投资前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国卷烟行业市场深度分析及投资前景展望报告》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/761193.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

卷烟（cigarette）用卷烟纸将烟丝卷制成条状的烟制品。又称纸烟、香烟、烟卷。有滤嘴卷烟和无嘴卷烟，又有淡味和浓味之分。

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 中国卷烟及烟草物流行业发展综述

1.1 中国卷烟品牌发展行业发展历程及发展环境分析

1.1.1 烟草行业及其体制发展与整合历程

- （1）中国烟草行业发展历程
- （2）烟草行业体制形成过程
- （3）烟草行业整合重组历程

1.1.2 中国卷烟品牌发展政策环境

- （1）烟草行业相关制度介绍及影响分析
 - 1）组织架构对品牌培育影响
 - 2）专卖制度对品牌培育影响
 - 3）烟草政策税收制度及影响
- （2）卷烟行业政策汇总及重点政策解读
 - 1）卷烟行业标准分析
 - 2）卷烟行业相关政策及规划汇总
 - 3）卷烟行业重点政策影响解读
- （3）政策环境变化对行业发展的影响程度分析

1.1.3 中国卷烟品牌发展经济环境

- （1）国际宏观经济环境分析
 - 1）国际宏观经济环境分析
 - 2）重点国家经济环境分析
 - 3）国际宏观经济展望
- （2）国内宏观经济环境分析
 - 1）国内宏观经济现状
 - 2）国内宏观经济展望
- （3）经济环境变化对行业发展的影响程度分析

1.1.4 中国卷烟品牌发展社会环境

- (1) 社会控烟环境分析
 - 1) “世界无烟日”的确定
 - 2) 《烟草控制框架公约》的制定
 - 3) “三公消费”禁令的出台
 - 4) 《公共场所控制吸烟条例(送审稿)》公开征求意见
- (2) 行业危机公关分析
- (3) 行业需求特征分析
 - 1) 卷烟行业消费需求类型分布
 - 2) 行业需求趋势分析
- (4) 社会环境的变化趋势及其对行业发展的影响程度分析
- 1.1.5 中国卷烟品牌发展技术环境
 - (1) 中国卷烟关键技术介绍
 - (2) 中国卷烟技术发展现状
 - (3) 中国卷烟技术发展趋势
 - (4) 技术环境变化对行业发展的影响程度分析
- 1.1.6 行业发展机遇与威胁分析
- 1.2 中国卷烟行业产业链发展状况分析
 - 1.2.1 卷烟行业产业链结构
 - 1.2.2 中国烟草上游市场分析
 - (1) 中国烟叶种植面积及区域分布情况
 - (2) 中国烟叶种植产量及区域分布情况
 - 1.2.3 中国烟草市场运行分析
 - (1) 中国烟草行业发展特点分析
 - 1) 运作特点分析
 - 2) 制度特点分析
 - 3) 市场特点分析
 - (2) 中国烟草行业产品结构特点
 - 1) 以卷烟为主的产品结构特征
 - 2) 国内烟草产品结构变化趋势
 - (3) 中国烟草行业运行状况
 - 1) 产量规模分析
 - 2) 销售规模分析
 - 3) 产品结构分析
 - 4) 价格趋势分析
 - 5) 区域分布分析

6) 库存规模分析

7) 经营情况分析

(4) 中国烟草所属行业进出口业务分析

1) 中国烟草制品的进口规模

2) 中国烟草制品的进口区域分布

3) 中国烟草制品进口的市场驱动因素

(5) 中国卷烟发展趋势及前景分析

1.2.4 中国烟草下游市场分析

(1) 中国卷烟消费者行为分析

1) 整体的消费行为特征

2) 消费者的品牌认知度

3) 消费者的品牌忠诚度

4) 消费特征对企业的启示

(2) 中国卷烟消费群体特征分析

1) 卷烟消费者消费动机

2) 卷烟消费者群体特征

3) 卷烟消费者议价能力

(3) 中国消费者卷烟品牌忠诚度

1) 卷烟品牌烟民忠诚度

2) 卷烟品牌烟民转移趋势

(4) 中国卷烟消费群体特征分析

(5) 中国烟草产品的全球性需求

1) 中国烟草制品的出口规模

2) 特定地区的烟草制品出口业务

3) 中国卷烟的平均出口价格

1.3 中国烟草物流行业发展分析

1.3.1 中国烟草物流行业发展分析

(1) 烟草物流工程市场规模分析

1) 烟草物流工程总体市场规模

2) 原材料物流工程的市场规模

3) 流通领域物流工程市场规模

4) 生产领域物流工程市场规模

(2) 烟草物流系统的工程项目特点

1) 烟草物流工程不同规模构成

2) 新建商业物流配送中心的类别

- 3) 商业物流配送中心拣选系统特点
 - (3) 烟草商业企业物流发展状况分析
 - 1) 烟草商业企业物流运行现状分析
 - 2) 烟草商业企业物流运行存在问题
 - 3) 烟草商业企业物流发展方向探析
 - (4) 烟草物流信息化的发展状况分析
 - 1) 烟草物流信息化的发展现状分析
 - 2) 烟草物流信息化存在的问题分析
 - 3) 烟草物流信息化的发展规划分析
- 1.3.2 中国烟草物流典型区域市场分析
 - (1) 西安烟草物流网络体系构建分析
 - 1) 西安烟草物流的发展现状分析
 - 2) 烟草物流网络体系构建的必要性
 - 3) 西安烟草物流网络体系构建思路
 - 4) 西安烟草物流网络体系构建情况
 - (2) 石家庄烟草物流的配送状况分析
 - 1) 石家庄烟草公司经营现状分析
 - 2) 石家庄烟草物流配送现状分析
 - 3) 石家庄烟草物流配送信息化现状
 - 4) 石家庄烟草物流配送信息化问题
 - 5) 石家庄烟草物流配送信息化设计
- 1.3.3 中国烟草物联网发展状况分析
 - (1) 中国烟草物联网的发展概况分析
 - 1) 中国烟草物联网发展现状分析
 - 2) 烟草物联网对烟草行业的作用
 - 3) 中国烟草物联网应用现状分析
 - 4) 中国烟草物联网问题分析
 - (2) 中国烟草物联网的建设状况分析
 - 1) 中国烟草物联网建设总体框架
 - 2) 中国烟草物联网建设思路分析
 - (3) 物联网的烟草流通流程优化研究
 - 1) 烟草制品物流系统存在问题分析
 - 2) 基于物联网的烟草流通优化方案
- 1.4 中国烟草物流系统整合优化分析
 - 1.4.1 烟草物流系统的整合内容

- (1) 烟草物流网络的整合分析
- (2) 烟草物流组织的整合分析
- (3) 烟草物流信息的整合分析
- (4) 整合内容的区别以及联系
- 1.4.2 烟草物流系统的整合类型
 - (1) 烟草工业物流系统整合分析
 - 1) 整合前的烟草工业物流系统
 - 2) 整合后的烟草工业物流系统
 - (2) 烟草商业物流系统整合分析
 - 1) 整合前的烟草商业物流系统
 - 2) 整合后的烟草商业物流系统
 - (3) 烟草工商业协同物流系统整合
 - 1) 整合前的烟草工商物流系统
 - 2) 整合后的烟草工商协同物流
 - (4) 烟草物流系统整合类型的比较
- 1.4.3 中国现代烟草大物流的整合分析
 - (1) 烟草物流体系面临的主要问题分析
 - 1) 现代物流观念问题
 - 2) 优化布局问题
 - 3) 成本控制问题
 - 4) 烟草物流技术装备问题
 - 5) 烟草物流标准化问题
 - 6) 烟草供应物流稳定性问题
 - (2) 推进烟草物流发展的主要措施分析
 - 1) 布局方案
 - 2) 努力探索“甩挂运输服务系统”建设
 - 3) 积极构建“乡村烟草物流代办点”
 - 4) 鼓励发展专业化的第三方烟草物流公司
 - (3) 推进烟草物流发展的保障措施分析
 - 1) 强化烟草物流人才队伍建设
 - 2) 制定烟草物流发展战略规划
 - 3) 卷烟物流行业基础设施技术升级战略
 - 4) 持续推进烟草物流成本费用管理
 - 5) 加强对客户服务水平的控制
- 1.4.4 北京市烟草物流中心运营案例分析

- (1) 北京烟草物流中心创新设计理念
- (2) 物流中心的系统构成与技术亮点
- (3) 北京烟草物流中心的核心业务流程
- (4) 系统效果与未来发展展望

1.4.5 烟草物流行业市场发展方向分析

第2章 中国卷烟行业品牌竞争格局及竞争策略分析

2.1 中国卷烟行业价值链构建与品牌建设

2.1.1 价值链构建与品牌竞争策略

- (1) 价值链对品牌体系影响
 - 1) 通过对价值链分析增强企业的品牌价值
 - 2) 针对价值链的各个要素和环节，优化企业品牌建设的重点。
 - 3) 价值链分析对企业品牌体系的整合。

- (2) 基于价值链的品牌策略

- 1) 依靠管理机制和依托信息化建设
- 2) 构建企业的品牌价值链
- 3) 实施品牌联合战略。
- 4) 塑造差异化品牌的核心价值。

2.1.2 烟草行业价值链综述

- (1) 烟草行业价值链特征分析

- 1) 烟草行业价值链层次分析
- 2) 烟草行业价值链价值点分布
- 3) 烟草行业价值链重心分析

- (2) 烟草工商企业价值链关系分析

- 1) 烟草工商企业协作模式
- 2) 烟草工商企业竞争关系
- 3) 烟草工商企业利益分配关系

- (3) 烟草行业价值链现存问题分析

- 1) 行业价值链非市场导向性
- 2) 价值链相关主体利益矛盾
- 3) 计划与需求预测掌握难点
- 4) 行业价值链不协调、不对称

2.1.3 卷烟行业价值链——生产供应环节分析

- (1) 卷烟工业企业发展状况分析

- 1) 卷烟工业企业发展规模
- 2) 卷烟工业企业盈利水平

- 1、卷烟工业企业盈利来源
- 2、卷烟工业企业盈利模式创新
 - (2) 卷烟工业企业价值链职能定位
 - 1) 卷烟工业企业职能角色定位
 - 2) 卷烟工业企业服务对象
 - (3) 卷烟工业企业内部价值链构成
 - (4) 卷烟工业企业价值链优化途径
 - 1) 组织机构调整与业务流程整合
 - 2) 组织结构整合
 - 3) 业务流程整合
 - 4) 价值链管理的三大平台
 - 5) 观念平台
 - 6) 信息集成平台
 - 7) 价值重新分配平台
 - (5) 卷烟工业企业产品品牌建设策略
 - 1) 重视顶层设计：树立特色化的服务文化理念
 - 2) 完善中层制度：合理设置服务品牌的标准
 - 3) 落实底层实施：建设服务品牌传递系统，形成全方位的服务体系
- 2.1.4 卷烟行业价值链——销售分配环节分析
 - (1) 卷烟商业企业发展状况分析
 - 1) 卷烟商业企业发展规模
 - 2) 卷烟商业企业盈利模式
 - 1、卷烟商业企业盈利水平
 - 2、卷烟商业企业盈利来源
 - 3、卷烟商业企业盈利模式创新
 - (2) 卷烟商业企业价值链职能定位
 - 1) 卷烟商业企业职能角色定位
 - 2) 卷烟商业企业服务对象及需求
 - (3) 卷烟商业企业内部价值链构成
 - (4) 卷烟商业企业价值链优化分析
 - 1) 信息化建设现状及优化途径
 - 2) 现代物流建设现状及优化途径
 - 3) 卷烟商业企业营销模式优化途径
 - (5) 卷烟商业企业服务品牌建设策略
- 2.1.5 卷烟行业价值链——零售终端环节分析

- (1) 零售终端建设现状分析
 - 1) 零售终端业态分析
 - 2) 零售终端建设规模
 - 3) 零售终端销售能力
 - 4) 零售终端布局分析
- (2) 零售终端建设现存问题
- (3) 现代零售终端建设模式
 - 1) “信息化”现代终端模式
 - 2) “品牌化”现代终端模式
 - 3) “功能化”现代终端模式
- (4) 现代零售终端建设路径
 - 1) 公平至上、服务至尊
 - 2) 顶层设计、模式创新。
 - 3) 培训先行、激励为主。
- 2.1.6 卷烟行业价值链——消费者环节分析
 - (1) 卷烟消费者需求变化趋势
 - (2) 卷烟农村消费市场分析
 - 1) 农村消费市场消费份额
 - 2) 农村消费市场消费结构
 - 3) 农村消费市场发展瓶颈
 - 4) 农村消费市场发展潜力
 - (3) 卷烟城市消费市场分析
 - 1) 城市消费市场消费份额
 - 2) 城市消费市场消费结构
 - 3) 城市消费群体分析
 - 4) 城市消费市场消费潜力
- 2.2 中国卷烟行业品牌竞争力与品牌发展战略
 - 2.2.1 卷烟品牌竞争力评估体系
 - (1) 卷烟品牌竞争力评估指标
 - 1) 对品牌管理能力的评估
 - 2) 对品牌竞争基础工作的评估
 - (2) 卷烟品牌再定位机制分析
 - 1) 卷烟品牌再定位原因
 - 2) 卷烟品牌再定位方法
 - 2.2.2 卷烟品牌核心竞争力来源分析

(1) 品牌竞争力内部来源

- 1) 内部来源——产品因素
- 2) 内部来源——营销服务
- 3) 内部来源——技术水平
- 4) 内部来源——分销渠道

(2) 品牌竞争力外部来源

- 1) 产业联盟
- 2) 政府政策
- 3) 战略联盟

2.2.3 不同卷烟品牌类型竞争力分析

(1) 效益规模型品牌

- 1) 代表品牌及特点分析
- 2) 效益规模型品牌交易规模
- 3) 效益规模型品牌发展瓶颈分析
- 4) 效益规模型品牌发展前景及策略

(2) 效益主导型品牌

- 1) 代表品牌及特点分析
- 2) 效益主导型品牌交易规模
- 3) 效益主导型品牌效益水平
- 4) 效益主导型品牌产品结构
- 5) 效益主导型品牌发展瓶颈分析
- 6) 效益主导型品牌发展前景及策略

(3) 规模主导型品牌

- 1) 代表品牌及特点分析
- 2) 规模主导型品牌交易规模
- 3) 规模主导型品牌产品结构
- 4) 规模主导型品牌发展瓶颈分析
- 5) 规模主导型品牌发展前景及策略

(4) 成长优势型品牌

- 1) 代表品牌及特点分析
- 2) 成长优势型品牌交易规模
- 3) 成长优势型品牌产品结构
- 4) 成长优势型品牌发展瓶颈分析
- 5) 成长优势型品牌发展前景及策略

(5) 优势居中型品牌

- 1) 代表品牌及特点分析
- 2) 优势居中型品牌发展瓶颈分析
- 3) 优势居中型品牌发展前景及策略
- 2.2.4 卷烟品牌运作一般战略分析
 - (1) 卷烟品牌发展战略
 - 1) 差异化战略
 - 2) 技术领先战略
 - 3) 成本领先战略
 - 4) 集中发展战略
 - (2) 卷烟品牌运作环节
 - 1) 卷烟品牌定位
 - 2) 卷烟品牌形象设计
 - 3) 卷烟品牌传播
 - 4) 卷烟品牌体验
- 2.2.5 中国卷烟品牌发展战略案例分析
 - (1) “白沙”品牌战略与缺陷
 - 1) “白沙”品牌成长历程
 - 2) “白沙”品牌总体战略
 - 3) “白沙”品牌战略缺陷
 - (2) “中华香烟”品牌战略与缺陷
 - 1) “中华香烟”品牌成长历程
 - 2) “中华香烟”品牌总体战略
 - 3) “中华香烟”品牌战略缺陷
- 2.3 中国卷烟行业品牌竞争格局与市场趋势
 - 2.3.1 卷烟品牌总体竞争格局分析
 - (1) 卷烟行业品牌竞争状况
 - (2) 卷烟品牌集中度分析
 - 1) 卷烟企业生产集中度
 - 2) 卷烟品牌集中度分析
 - 2.3.2 卷烟品牌区域竞争格局分析
 - (1) 卷烟品牌地区分布情况
 - (2) 卷烟品牌市场表现分析
 - 2.3.3 卷烟行业细分产品竞争格局与趋势
 - (1) 不同价位卷烟市场分析
 - 1) 高档卷烟现状与趋势

2) 中档卷烟现状与趋势

3) 低档卷烟现状与趋势

(2) 主要卷烟产品市场分析

1) 烤烟型卷烟现状与趋势

2) 混合型卷烟现状与趋势

3) 低焦油型卷烟现状与趋势

2.3.4 卷烟行业竞争特点及总体趋势分析

(1) 卷烟品牌竞争特点分析

1) 卷烟品牌主要竞争方式

2) 卷烟品牌激烈竞争领域

3) 卷烟品牌竞争盲点分析

(2) 卷烟市场发展趋势分析

1) 市场空间变化趋势

2) 市场结构档次变化趋势

3) 雪茄烟、替代品市场分析

2.4 中国卷烟品牌区域发展状况分析

2.4.1 中国卷烟品牌区域发展概况

2.4.2 重点省份卷烟品牌发展状况

(1) 湖南卷烟品牌发展状况分析

1) 湖南烟草品牌规划与扶持措施

2) 湖南卷烟行业运行状况与地位

3) 湖南本地品牌省外市场规模和分布

4) 湖南卷烟市场省外品牌影响力分析

5) 湖南卷烟市场发展前景与品牌策略

(2) 云南卷烟品牌发展状况分析

1) 云南烟草品牌规划与扶持措施

2) 云南卷烟行业运行状况与地位

3) 云南本地品牌省外市场规模

4) 云南卷烟市场省外品牌影响力分析

5) 云南卷烟市场发展前景与品牌策略

(3) 上海卷烟品牌发展状况分析

1) 上海烟草品牌规划与扶持措施

2) 上海卷烟行业运行状况与地位

3) 上海本地品牌省外市场规模和分布

4) 上海卷烟市场省外品牌影响力分析

5) 上海卷烟市场发展前景与品牌策略

(4) 江苏卷烟品牌发展状况分析

(5) 浙江卷烟品牌发展状况分析

(6) 河南卷烟品牌发展状况分析

(7) 广东卷烟品牌发展状况分析

(8) 山东卷烟品牌发展状况分析

(9) 湖北卷烟品牌发展状况分析

(10) 贵州卷烟品牌发展状况分析

2.5 中国卷烟行业重点企业发展分析

2.5.1 红塔烟草(集团)有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

2.5.2 浙江中烟工业有限责任公司杭州卷烟厂

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

2.5.3 上海烟草集团有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

2.5.4 上海海烟物流发展有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第3章 卷烟品牌运作的国际经验借鉴及扩张路径解析

3.1 国际烟草品牌运作经验借鉴

3.1.1 国际烟草品牌竞争格局

(1) 国际烟草产业现状及趋势

1) 世界烟草产业总体状况

2) 世界烟草产业发展趋势

(2) 国际卷烟产业品牌竞争格局

1) 世界卷烟销量情况

2) 世界主要烟草品牌竞争格局

3.1.2 国际烟草行业并购重组分析

- (1) 国际烟草公司并购重组背景
- (2) 国际烟草公司并购重组动态
- (3) 国际烟草公司并购重组特点
- (4) 国际烟草公司并购重组动机
- (5) 国际烟草公司并购重组趋势
- 3.1.3 国际烟草品牌发展经验启示
- 3.2 中国烟草行业整合重组与国际化
 - 3.2.1 中国烟草行业整合重组分析
 - (1) 烟草行业整合重组历程
 - 1) 松散型联合重组阶段
 - 2) 战略性联合重组阶段
 - 3) 跨省联合重组阶段
 - (2) 烟草行业整合模式分析
 - 1) 整合重组模式影响因素
 - 2) 现有整合重组模式分析
 - 3) 未来整合重组模式趋势
 - (3) 中国烟草行业整合重组现状
 - 1) 整合重组现状分析
 - 2) 整合重组资金实力
 - (4) 烟草工业企业整合重组障碍
 - 3.2.2 中外烟草企业合作状况分析
 - (1) 外国烟草中国市场投资方式
 - 1) 合资设厂方式
 - 2) 品牌许可方式
 - 3) 委托生产方式
 - 4) 技术合作方式
 - 5) 烟叶基地方式
 - (2) 中国烟草海外市场投资方式
 - 1) 国内品牌国际化SWOT分析
 - 2) 中国烟草企业海外投资方式
- 3.3 中国卷烟行业发展壁垒和风险及品牌扩张路径
 - 3.3.1 中国卷烟行业发展壁垒及风险特征分析
 - (1) 中国卷烟行业壁垒分析
 - 1) 中国卷烟行业进入壁垒
 - 2) 中国卷烟行业退出壁垒

(2) 中国卷烟行业整合重组风险与规避

- 1) 卷烟行业整合重组风险分析
- 2) 卷烟行业整合重组风险规避措施

3.3.2 中国卷烟行业品牌扩张路径

(1) 卷烟品牌扩张形式与障碍

- 1) 卷烟品牌扩张的几种形式
- 2) 品牌扩张中的障碍

(2) 卷烟品牌扩张风险与规避

- 1) 控制风险传递
- 2) 品牌扩张的质量风险及化解
- 3) 品牌扩张的目标风险及化解
- 4) 扩张品牌的(商业)政策风险及化解
- 5) 异地生产的信誉风险及化解
- 6) 扩张品牌的市场风险及化解

(3) 卷烟品牌国内市场扩张路径

- 1) 价位向一、二类卷烟品牌扩张
- 2) 卷烟品牌消费向大企业扩张

(4) 卷烟品牌国际市场扩张路径

- 1) 中国烟草在世界销量占比情况
- 2) 中国卷烟品牌“走出去”战略
- 3) 中国卷烟品牌国际成熟度分析

图表目录：

图表1：中国烟草行业发展历史

图表2：中国烟草行业体制形成过程

图表3：中国烟草行业整合重组历程

图表4：中国烟草行业组织架构图

图表5：调整后的烟消费税税目税率表

图表6：卷烟行业生产标准汇总

图表7：烟草产业政策汇总

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/wine/761193.html>