

# 2017-2022年中国卷烟行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国卷烟行业发展现状分析及市场供需预测报告》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/detail/291686.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。卷烟开始进入中国商品市场是在1890年，设厂制造则始于1893年，产销逐年增加。自1980年起至今中国卷烟产量居世界各国的首位，1989年产量为3195.06万箱(5万支/箱)。

中国卷烟按原料分主要有4种： 烤烟型，以烤烟为原料，流行于英国、中国、印度、加拿大等国； 混合型，以烤、晒、晾烟为原料，现风靡于世界； 香料型（东方型），以香料烟为原料，流行于土耳其、希腊、苏联及东欧等国； 晒烟型，以深色晒烟为原料，流行于南欧及非洲部分国家。

2016年6月中国卷烟产量为1949.3亿支，同比下降6.1%。2016年1-6月止累计中国卷烟产量11745亿支，同比下降7.4%。2016年1-6月全国卷烟产量数据表如下表所示：

2016年1-6月全国卷烟产量统计表

月份

卷烟产量\_当期值(亿支)

卷烟产量\_累计值(亿支)

卷烟产量\_同比增长(%)

卷烟产量\_累计增长(%)

2016年6月

1949.3

11745

-6.1

-7.4

2016年5月

1843.4

9795.7

-6.5

-7.7

2016年4月

1706.7

7956.1

-11.1

-7.9

2016年3月

1812.4

6249.4

-6

-7

2016年2月

-

4437.3

-

-7.4

2016年2-7月卷烟产量累计同比下降7.30%

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背景与特点 26

### 1.1 国内烟草行业特点分析 26

#### 1.1.1 运作特点分析 26

#### 1.1.2 制度特点分析 26

#### 1.1.3 市场特点分析 26

### 1.2 国内烟草行业运行状况 26

#### 1.2.1 产量规模分析 26

#### 1.2.2 销售规模分析 27

#### 1.2.3 产品结构分析 27

#### 1.2.4 价格趋势分析 28

#### 1.2.5 区域分布分析 28

#### 1.2.6 库存规模分析 29

#### 1.2.7 经营情况分析 29

### 1.3 烟草行业体制发展与整合历程 30

#### 1.3.1 烟草行业体制形成过程 30

#### 1.3.2 烟草行业整合重组历程 32

### 1.4 烟草行业相关制度影响分析 33

#### 1.4.1 组织架构对品牌培育影响 33

- 1.4.2 专卖制度对品牌培育影响 34
- 1.4.3 烟草政策税收制度及影响 34
- 1.5 国内烟草行业发展趋势分析 35
  - 1.5.1 行业改革走向市场化 35
  - 1.5.2 企业重组与品牌整合 36
  - 1.5.3 国内品牌国际化发展 36
- 1.6 国内烟草行业产品结构特点 37
  - 1.6.1 以卷烟为主的产品结构特征 37
  - 1.6.2 国内烟草产品结构变化趋势 38

## 第2章 中国卷烟品牌发展环境分析 40

- 2.1 中国卷烟品牌发展政策环境 40
  - 2.1.1 卷烟行业政策汇总 40
  - 2.1.2 行业政策影响分析 41
- 2.2 中国卷烟品牌发展经济环境 43
  - 2.2.1 国际宏观经济环境分析 43
    - (1) 国际宏观经济现状 43
    - (2) 国际宏观经济预测 45
  - 2.2.2 国家宏观经济环境分析 46
    - (1) 国内宏观经济现状 46

我国自改革开放以来，工业化进程加快，经济发展水平得到了极大的提升。2007-2012年，我国工业增加值保持着逐年上升的趋势，但同比增速波动下降。2007年，我国工业增加值同比增速为18.5%，为近五年来的最高值；2014年，工业增加值同比增速下降为8.3%；2015年前三季度，工业增加值同比增速下降为6.2%。2015年全年，全国规模以上工业增加值按可比价格计算比上年增长6.1%。

2007-2015年全国规模以上企业工业增加值同比增速（单位：%）

2016年是中国经济持续探底的一年，经过2015-2016年全面培育新的增长源和新的动力机制，中国宏观经济预计将在2017年后期出现稳定的反弹，并逐步步入中高速的稳态增长轨道之中。2016年，预计全年GDP增速为6.7%左右，增速较2015年下降约0.2个百分点。预计2016年我国第一产业增加值增速为3.6%，第二产业为5.3%，第三产业为8.6%。消费、投资和净出口对GDP增长的拉动分别为4.0、2.6和0.1个百分点。

- (2) 国内宏观经济预测 49

- 2.3 中国卷烟品牌发展社会环境 51
  - 2.3.1 社会控烟环境分析 51

- 2.3.2 行业危机公关分析 51
- 2.3.3 行业需求特征分析 52
- 2.3.4 行业需求趋势分析 54
- 2.4 中国卷烟品牌发展需求环境 54
  - 2.4.1 国内消费者行为分析 54
    - (1) 整体的消费行为特征 54
    - (2) 消费信心与消费模式 55
    - (3) 消费者的品牌认知度 56
    - (4) 消费者的品牌忠诚度 57
    - (5) 消费特征对企业的启示 59
  - 2.4.2 中国卷烟消费群体分析 60
    - (1) 卷烟消费者消费动机 60
    - (2) 卷烟消费者群体特征 61
    - (3) 卷烟消费者议价能力 62
  - 2.4.3 消费者卷烟品牌忠诚度 63
    - (1) 卷烟品牌烟民忠诚度 63
    - (2) 卷烟品牌烟民转移趋势 64
  - 2.4.4 卷烟总体消费需求分析 64
    - (1) 国内烟民数量以及吸烟率 64
    - (2) 烟草收入与居民收入关系 70

### 第3章 中国卷烟行业品牌竞争力与品牌发展战略 71

- 3.1 卷烟品牌竞争力评估体系 71
  - 3.1.1 卷烟品牌竞争力评估指标 71
  - 3.1.2 卷烟品牌再定位机制分析 72
- 3.2 卷烟品牌核心竞争力来源分析 73
  - 3.2.1 品牌竞争力内部来源 73
  - 3.2.2 品牌竞争力外部来源 74
- 3.3 不同卷烟品牌类型竞争力分析 75
  - 3.3.1 效益规模型品牌 75
    - (1) 代表品牌及特点分析 75
    - (2) 效益规模型品牌交易规模 75
    - (3) 效益规模型品牌效益水平 76
    - (4) 效益规模型品牌产品结构 76
    - (5) 效益规模型品牌发展瓶颈分析 77

- (6) 效益规模型品牌发展前景及策略 77
- 3.3.2 效益主导型品牌 77
  - (1) 代表品牌及特点分析 77
  - (2) 效益主导型品牌交易规模 78
  - (3) 效益主导型品牌效益水平 78
  - (4) 效益主导型品牌产品结构 79
  - (5) 效益主导型品牌发展瓶颈分析 79
  - (6) 效益主导型品牌发展前景及策略 80
- 3.3.3 规模主导型品牌 80
  - (1) 代表品牌及特点分析 81
  - (2) 规模主导型品牌交易规模 81
  - (3) 规模主导型品牌效益水平 81
  - (4) 规模主导型品牌产品结构 82
  - (5) 规模主导型品牌发展瓶颈分析 82
  - (6) 规模主导型品牌发展前景及策略 83
- 3.3.4 成长优势型品牌 83
  - (1) 代表品牌及特点分析 83
  - (2) 成长优势型品牌交易规模 84
  - (3) 成长优势型品牌效益水平 84
  - (4) 成长优势型品牌产品结构 84
  - (5) 成长优势型品牌发展瓶颈分析 84
  - (6) 成长优势型品牌发展前景及策略 85
- 3.3.5 优势居中型品牌 85
  - (1) 代表品牌及特点分析 85
  - (2) 优势居中型品牌发展瓶颈分析 85
  - (3) 优势居中型品牌发展前景及策略 85
- 3.4 卷烟品牌运作一般战略分析 86
  - 3.4.1 卷烟品牌发展战略 86
    - (1) 差异化战略 86
    - (2) 技术领先战略 87
    - (3) 成本领先战略 88
    - (4) 集中发展战略 89
  - 3.4.2 卷烟品牌运作环节 89
    - (1) 卷烟品牌定位 89
    - (2) 卷烟品牌形象设计 92

- (3) 卷烟品牌传播 93
- (4) 卷烟品牌体验 93
- 3.5 中国卷烟品牌发展战略案例分析 94
  - 3.5.1 “白沙”品牌战略与缺陷 94
  - 3.5.2 “中华香烟”品牌战略与缺陷 95
  
- 第4章 中国卷烟行业品牌竞争格局与市场趋势 97
  - 4.1 卷烟品牌总体竞争格局分析 97
    - 4.1.1 卷烟行业品牌竞争状况 97
      - (1) 卷烟品牌数量变化情况 97
      - (2) 卷烟品牌交易量排名情况 97
      - (3) 卷烟品牌交易额排名情况 98
      - (4) 卷烟产品销售结构变化情况 98
    - 4.1.2 卷烟品牌集中度分析 99
      - (1) 卷烟企业生产集中度 99
      - (2) 卷烟品牌集中度分析 100
      - (3) 卷烟规格集中度分析 100
  - 4.2 卷烟品牌区域竞争格局分析 100
    - 4.2.1 卷烟品牌地区分布情况 100
    - 4.2.2 卷烟品牌市场表现分析 102
    - 4.2.3 卷烟品牌区域影响力 102
      - (1) 卷烟产品跨省交易量 102
      - (2) 卷烟品牌区域竞争格局 103
  - 4.3 卷烟行业细分产品竞争格局与趋势 103
    - 4.3.1 不同价位卷烟市场分析 103
      - (1) 高档卷烟现状与趋势 103
        - 1) 高档卷烟品牌竞争格局 103
        - 2) 高档卷烟市场需求分析 104
        - 3) 高档卷烟市场竞争趋势 105
      - (2) 中档卷烟现状与趋势 105
        - 1) 中档卷烟品牌竞争格局 105
        - 2) 中档卷烟市场需求分析 105
        - 3) 中档卷烟市场竞争趋势 106
      - (3) 低档卷烟现状与趋势 106
        - 1) 低档卷烟品牌竞争格局 106

- 2) 低档卷烟市场需求分析 106
- 3) 低档卷烟市场竞争趋势 106
- 4.3.2 主要卷烟产品市场分析 107
  - (1) 烤烟型卷烟现状与趋势 107
  - (2) 混合型卷烟现状与趋势 108
  - (3) 低焦油型卷烟现状与趋势 109
- 4.4 卷烟品牌产品创新能力分析 110
  - 4.4.1 重点品牌新产品开发状况 110
  - 4.4.2 重点品牌新产品价位分布 110
  - 4.4.3 卷烟品牌产品创新趋势 111
- 4.5 卷烟行业竞争特点及总体趋势分析 111
  - 4.5.1 卷烟品牌竞争特点分析 111
    - (1) 卷烟品牌主要竞争方式 111
    - (2) 卷烟品牌激烈竞争领域 112
    - (3) 卷烟品牌竞争盲点分析 112
  - 4.5.2 卷烟市场发展趋势分析 113
    - (1) 市场空间变化趋势 113
    - (2) 市场结构档次变化趋势 114
    - (3) 雪茄烟、替代品市场分析 114
  
- 第5章 中国卷烟行业价值链构建与品牌建设 115
  - 5.1 价值链构建与品牌竞争策略 115
    - 5.1.1 价值链对品牌体系影响 115
    - 5.1.2 基于价值链的品牌策略 115
  - 5.2 烟草行业价值链综述 116
    - 5.2.1 烟草行业价值链特征分析 116
      - (1) 烟草行业价值链层次分析 117
      - (2) 烟草行业价值链价值点分布 117
      - (3) 烟草行业价值链重心分析 118
    - 5.2.2 烟草工商企业价值链关系分析 119
      - (1) 烟草工商企业协作模式 119
      - (2) 烟草工商企业竞争关系 120
      - (3) 烟草工商企业利益分配关系 120
    - 5.2.3 烟草行业价值链现存问题分析 122
  - 5.3 卷烟行业价值链——生产供应环节分析 123

- 5.3.1 卷烟工业企业发展状况分析 123
  - (1) 卷烟工业企业发展规模 123
  - (2) 卷烟工业企业盈利水平 124
    - 1) 卷烟工业企业盈利水平 124
    - 2) 卷烟工业企业盈利来源 124
    - 3) 卷烟工业企业盈利模式创新 124
- 5.3.2 卷烟工业企业价值链职能定位 125
  - (1) 卷烟工业企业职能角色定位 125
  - (2) 卷烟工业企业服务对象及需求 125
- 5.3.3 卷烟工业企业内部价值链构成 125
- 5.3.4 卷烟工业企业价值链优化途径 126
- 5.3.5 卷烟工业企业产品品牌建设策略 130
- 5.4 卷烟行业价值链——销售分配环节分析 131
  - 5.4.1 卷烟商业企业发展状况分析 131
    - (1) 卷烟商业企业发展规模 131
    - (2) 卷烟商业企业盈利模式 131
      - 1) 卷烟商业企业盈利水平 131
      - 2) 卷烟商业企业盈利来源 132
      - 3) 卷烟商业企业盈利模式创新 132
  - 5.4.2 卷烟商业企业价值链职能定位 134
    - (1) 卷烟商业企业职能角色定位 134
    - (2) 卷烟商业企业服务对象及需求 134
  - 5.4.3 卷烟商业企业内部价值链构成 135
  - 5.4.4 卷烟商业企业价值链优化分析 135
    - (1) 信息化建设现状及优化途径 135
    - (2) 现代物流建设现状及优化途径 138
    - (3) 卷烟商业企业营销模式优化途径 140
      - 1) 卷烟商业企业营销渠道分析 140
      - 2) 卷烟商业企业营销环节分析 142
      - 3) 卷烟商业企业营销模式策略 144
  - 5.4.5 卷烟商业企业服务品牌建设策略 145
- 5.5 卷烟行业价值链——零售终端环节分析 147
  - 5.5.1 售终端建设现状分析 147
    - (1) 零售终端业态分析 147
    - (2) 零售终端建设规模 152

- (3) 零售终端销售能力 153
- (4) 零售终端盈利水平 153
- (5) 零售终端布局分析 153
- 5.5.2 售终端建设现存问题 153
- 5.5.3 现代零售终端建设模式 154
  - (1) “信息化”现代终端模式 154
  - (2) “品牌化”现代终端模式 155
  - (3) “功能化”现代终端模式 156
- 5.5.4 现代零售终端建设路径 161
- 5.6 卷烟行业价值链——消费者环节分析 163
  - 5.6.1 卷烟消费者需求变化趋势 163
  - 5.6.2 卷烟农村消费市场分析 164
    - (1) 农村消费市场消费份额 164
    - (2) 农村消费市场消费结构 165
    - (3) 农村消费市场发展瓶颈 165
    - (4) 农村消费市场发展潜力 166
  - 5.6.3 卷烟城市消费市场分析 166
    - (1) 城市消费市场消费份额 166
    - (2) 城市消费市场消费结构 166
    - (3) 城市消费消费群体分析 167
    - (4) 城市消费市场消费潜力 168
  
- 第6章 中国卷烟行业领先企业发展分析 170
  - 6.1 湖南中烟工业有限责任公司 170
    - 6.1.1 公司发展概况 170
    - 6.1.2 公司财务指标分析 170
      - (1) 公司产销能力分析 170
      - (2) 公司盈利能力分析 171
      - (3) 公司运营能力分析 171
      - (4) 公司偿债能力分析 172
      - (5) 公司发展能力分析 172
    - 6.1.3 公司组织架构分析 173
    - 6.1.4 公司品牌发展状况分析 174
      - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 174
      - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 174

- 6.1.5 公司行业价值链分析 175
  - (1) 公司原料供应管理分析 175
  - (2) 公司生产与内部管理分析 175
  - (3) 公司销售管理环节分析 175
- 6.1.6 公司发展优劣势分析 175
- 6.2 安徽中烟工业有限责任公司 176
  - 6.2.1 公司发展概况 176
  - 6.2.2 公司财务指标分析 176
    - (1) 公司产销能力分析 176
    - (2) 公司盈利能力分析 177
    - (3) 公司运营能力分析 177
    - (4) 公司偿债能力分析 178
    - (5) 公司发展能力分析 178
  - 6.2.3 公司组织架构分析 179
  - 6.2.4 公司品牌发展状况分析 179
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 179
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 180
  - 6.2.5 公司行业价值链分析 180
    - (1) 公司原料供应管理分析 180
    - (2) 公司生产与内部管理分析 180
    - (3) 公司销售管理环节分析 181
  - 6.2.6 公司发展优劣势分析 181
- 6.3 江西中烟工业有限责任公司 181
  - 6.3.1 公司发展概况 181
  - 6.3.2 公司财务指标分析 182
    - (1) 公司产销能力分析 182
    - (2) 公司盈利能力分析 183
    - (3) 公司运营能力分析 183
    - (4) 公司偿债能力分析 184
    - (5) 公司发展能力分析 184
  - 6.3.3 公司组织架构分析 184
  - 6.3.4 公司品牌发展状况分析 185
  - 6.3.5 公司行业价值链分析 186
    - (1) 公司原料供应管理分析 186
    - (2) 公司生产与内部管理分析 186

- (3) 公司销售管理环节分析 187
- 6.3.6 公司发展优劣势分析 187
- 6.3.7 公司最新发展动向分析 187
- 6.4 甘肃烟草工业有限责任公司 188
  - 6.4.1 公司发展概况 188
  - 6.4.2 公司经营情况分析 188
  - 6.4.3 公司品牌发展状况分析 188
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 189
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 189
  - 6.4.4 公司行业价值链分析 190
    - (1) 公司原料供应管理分析 190
    - (2) 公司生产与内部管理分析 190
    - (3) 公司销售管理环节分析 190
  - 6.4.5 公司发展优劣势分析 191
  - 6.4.6 公司最新发展动向分析 191
- 6.5 张家口卷烟厂有限责任公司 191
  - 6.5.1 公司发展概况 191
  - 6.5.2 公司经营情况分析 191
  - 6.5.3 公司品牌发展状况分析 192
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 192
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 192
  - 6.5.4 公司行业价值链分析 192
    - (1) 公司原料供应管理分析 192
    - (2) 公司生产与内部管理分析 192
    - (3) 公司销售管理环节分析 192
  - 6.5.5 公司发展优劣势分析 192
- 6.6 山东中烟工业有限责任公司 193
  - 6.6.1 公司发展概况 193
  - 6.6.2 公司财务指标分析 193
    - (1) 公司产销能力分析 194
    - (2) 公司盈利能力分析 194
    - (3) 公司运营能力分析 194
    - (4) 公司偿债能力分析 195
    - (5) 公司发展能力分析 195
  - 6.6.3 公司组织架构分析 196

- 6.6.4 公司品牌发展状况分析 196
  - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 196
  - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 196
- 6.6.5 公司行业价值链分析 196
  - (1) 公司原料供应管理分析 196
  - (2) 公司生产与内部管理分析 197
  - (3) 公司销售管理环节分析 197
- 6.6.6 公司发展优劣势分析 197
- 6.6.7 公司最新发展动向分析 197
- 6.7 重庆烟草工业有限责任公司 198
  - 6.7.1 公司发展概况 198
  - 6.7.2 公司财务指标分析 198
    - (1) 公司产销能力分析 199
    - (2) 公司盈利能力分析 199
    - (3) 公司运营能力分析 199
    - (4) 公司偿债能力分析 200
    - (5) 公司发展能力分析 200
  - 6.7.3 公司组织架构分析 201
  - 6.7.4 公司品牌发展状况分析 201
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 201
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 201
  - 6.7.5 公司行业价值链分析 201
    - (1) 公司原料供应管理分析 201
    - (2) 公司生产与内部管理分析 201
    - (3) 公司销售管理环节分析 202
  - 6.7.6 公司发展优劣势分析 202
- 6.8 红云红河烟草(集团)有限责任公司 202
  - 6.8.1 公司发展概况 202
  - 6.8.2 公司财务指标分析 203
    - (1) 公司产销能力分析 203
    - (2) 公司盈利能力分析 203
    - (3) 公司运营能力分析 204
    - (4) 公司偿债能力分析 204
    - (5) 公司发展能力分析 205
  - 6.8.3 公司组织架构分析 205

- 6.8.4 公司品牌发展状况分析 206
  - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 206
  - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 206
- 6.8.5 公司行业价值链分析 206
  - (1) 公司原料供应管理分析 207
  - (2) 公司生产与内部管理分析 207
  - (3) 公司销售管理环节分析 207
- 6.8.6 公司发展优劣势分析 207
- 6.8.7 公司最新发展动向分析 207
- 6.9 河北白沙烟草有限责任公司 208
  - 6.9.1 公司发展概况 208
  - 6.9.2 公司财务指标分析 208
  - 6.9.3 公司品牌发展状况分析 208
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 208
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 208
  - 6.9.4 公司行业价值链分析 209
    - (1) 公司原料供应管理分析 209
    - (2) 公司生产与内部管理分析 209
    - (3) 公司销售管理环节分析 209
  - 6.9.5 公司发展优劣势分析 209
- 6.10 江苏中烟工业有限责任公司 209
  - 6.10.1 公司发展概况 209
  - 6.10.2 公司财务指标分析 210
    - (1) 公司产销能力分析 210
    - (2) 公司盈利能力分析 211
    - (3) 公司运营能力分析 211
    - (4) 公司偿债能力分析 211
    - (5) 公司发展能力分析 212
  - 6.10.3 公司组织架构分析 213
  - 6.10.4 公司品牌发展状况分析 213
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 213
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 213
  - 6.10.5 公司行业价值链分析 214
    - (1) 公司原料供应管理分析 214
    - (2) 公司生产与内部管理分析 214

- (3) 公司销售管理环节分析 214
- 6.10.6 公司发展优劣势分析 215
- 6.11 河南中烟工业有限责任公司 215
  - 6.11.1 公司发展概况 215
  - 6.11.2 公司财务指标分析 216
    - (1) 公司产销能力分析 216
    - (2) 公司盈利能力分析 216
    - (3) 公司运营能力分析 217
    - (4) 公司偿债能力分析 217
    - (5) 公司发展能力分析 218
  - 6.11.3 公司组织架构分析 218
  - 6.11.4 公司品牌发展状况分析 219
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 219
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 220
  - 6.11.5 公司行业价值链分析 220
    - (1) 公司原料供应管理分析 220
    - (2) 公司生产与内部管理分析 220
    - (3) 公司销售管理环节分析 220
  - 6.11.6 公司发展优劣势分析 220
  - 6.11.7 企业最新发展动向分析 221
- 6.12 红塔烟草(集团)有限责任公司 221
  - 6.12.1 公司发展概况 221
  - 6.12.2 公司财务指标分析 222
    - (1) 公司产销能力分析 222
    - (2) 公司盈利能力分析 222
    - (3) 公司运营能力分析 223
    - (4) 公司偿债能力分析 223
    - (5) 公司发展能力分析 223
  - 6.12.3 公司组织架构分析 224
  - 6.12.4 公司品牌发展状况分析 224
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 224
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 224
  - 6.12.5 公司行业价值链分析 225
    - (1) 公司原料供应管理分析 225
    - (2) 公司生产与内部管理分析 225

- (3) 公司销售管理环节分析 225
- 6.12.6 公司发展优劣势分析 225
- 6.12.7 公司最新发展动向分析 226
- 6.13 浙江中烟工业有限责任公司杭州制造部 227
  - 6.13.1 公司发展概况 227
  - 6.13.2 公司财务指标分析 227
    - (1) 公司产销能力分析 227
    - (2) 公司盈利能力分析 228
    - (3) 公司运营能力分析 228
    - (4) 公司偿债能力分析 228
    - (5) 公司发展能力分析 229
  - 6.13.3 公司品牌发展状况分析 229
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 229
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 230
  - 6.13.4 公司行业价值链分析 230
    - (1) 公司原料供应管理分析 230
    - (2) 公司生产与内部管理分析 230
    - (3) 公司销售管理环节分析 230
  - 6.13.5 公司发展优劣势分析 231
  - 6.13.6 公司最新发展动向分析 231
- 6.14 龙岩烟草工业有限责任公司 231
  - 6.14.1 公司发展概况 231
  - 6.14.2 公司财务指标分析 232
    - (1) 公司产销能力分析 232
    - (2) 公司盈利能力分析 232
    - (3) 公司运营能力分析 233
    - (4) 公司偿债能力分析 233
    - (5) 公司发展能力分析 234
  - 6.14.3 公司组织架构分析 234
  - 6.14.4 公司品牌发展状况分析 234
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 235
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 235
  - 6.14.5 公司行业价值链分析 236
    - (1) 公司原料供应管理分析 236
    - (2) 公司生产与内部管理分析 236

- (3) 公司销售管理环节分析 236
- 6.14.6 公司发展优劣势分析 236
- 6.14.7 公司最新发展动向分析 236
- 6.15 贵州中烟工业有限责任公司 237
  - 6.15.1 公司发展概况 237
  - 6.15.2 公司财务指标分析 237
    - (1) 公司产销能力分析 238
    - (2) 公司盈利能力分析 238
    - (3) 公司运营能力分析 238
    - (4) 公司偿债能力分析 239
    - (5) 公司发展能力分析 239
  - 6.15.3 公司组织架构分析 240
  - 6.15.4 公司品牌发展状况分析 241
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 241
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 241
  - 6.15.5 公司行业价值链分析 241
    - (1) 公司原料供应管理分析 241
    - (2) 公司生产与内部管理分析 241
    - (3) 公司销售管理环节分析 241
  - 6.15.6 公司发展优劣势分析 242
  - 6.15.7 公司最新发展动向分析 242
- 6.16 陕西中烟工业有限责任公司 242
  - 6.16.1 公司发展概况 242
  - 6.16.2 公司财务指标分析 243
    - (1) 公司产销能力分析 243
    - (2) 公司盈利能力分析 244
    - (3) 公司运营能力分析 244
    - (4) 公司偿债能力分析 244
    - (5) 公司发展能力分析 245
  - 6.16.3 公司组织架构分析 245
  - 6.16.4 公司品牌发展状况分析 246
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 246
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 247
  - 6.16.5 公司行业价值链分析 247
    - (1) 公司原料供应管理分析 247

- (2) 公司生产与内部管理分析 247
- (3) 公司销售管理环节分析 247
- 6.16.6 公司发展优劣势分析 248
- 6.16.7 公司最新发展动向分析 248
- 6.17 上海烟草(集团)公司 248
- 6.17.1 公司发展概况 248
- 6.17.2 公司财务指标分析 249
  - (1) 公司产销能力分析 249
  - (2) 公司盈利能力分析 250
  - (3) 公司运营能力分析 250
  - (4) 公司偿债能力分析 251
  - (5) 公司发展能力分析 251
- 6.17.3 公司组织架构分析 251
- 6.17.4 公司品牌发展状况分析 252
  - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 252
  - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 252
- 6.17.5 公司行业价值链分析 252
  - (1) 公司原料供应管理分析 252
  - (2) 公司生产与内部管理分析 253
  - (3) 公司销售管理环节分析 253
- 6.17.6 公司发展优劣势分析 253
- 6.18 湖北中烟工业有限责任公司 254
- 6.18.1 公司发展概况 254
- 6.18.2 公司经营情况分析 255
- 6.18.3 公司组织架构分析 255
- 6.18.4 公司品牌发展状况分析 256
  - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 256
  - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 256
- 6.18.5 公司行业价值链分析 256
  - (1) 公司原料供应管理分析 256
  - (2) 公司生产与内部管理分析 256
  - (3) 公司销售管理环节分析 256
- 6.18.6 公司发展优劣势分析 257
- 6.18.7 公司最新发展动向分析 257
- 6.19 川渝中烟工业有限责任公司 258

- 6.19.1 公司发展概况 258
- 6.19.2 公司财务指标分析 258
  - (1) 公司产销能力分析 258
  - (2) 公司盈利能力分析 259
  - (3) 公司运营能力分析 259
  - (4) 公司偿债能力分析 260
  - (5) 公司发展能力分析 260
- 6.19.3 公司组织架构分析 261
- 6.19.4 公司品牌发展状况分析 261
  - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 261
  - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 262
- 6.19.5 公司行业价值链分析 262
  - (1) 公司原料供应管理分析 262
  - (2) 公司生产与内部管理分析 262
  - (3) 公司销售管理环节分析 262
- 6.19.6 公司发展优劣势分析 263
- 6.20 广东中烟工业有限责任公司 263
  - 6.20.1 公司发展概况 263
  - 6.20.2 公司经营情况分析 264
  - 6.20.3 公司组织架构分析 264
  - 6.20.4 公司品牌发展状况分析 264
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 264
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 265
  - 6.20.5 公司行业价值链分析 265
    - (1) 公司原料供应管理分析 265
    - (2) 公司生产与内部管理分析 265
    - (3) 公司销售管理环节分析 265
  - 6.20.6 公司发展优劣势分析 265
  - 6.20.7 公司最新发展动向分析 266
- 6.21 广西中烟工业有限责任公司 266
  - 6.21.1 公司发展概况 266
  - 6.21.2 公司财务指标分析 267
    - (1) 公司产销能力分析 267
    - (2) 公司盈利能力分析 268
    - (3) 公司运营能力分析 268

- (4) 公司偿债能力分析 268
- (5) 公司发展能力分析 269
- 6.21.3 公司组织架构分析 269
- 6.21.4 公司品牌发展状况分析 270
  - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 270
  - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 270
- 6.21.5 公司行业价值链分析 270
  - (1) 公司原料供应管理分析 270
  - (2) 公司生产与内部管理分析 271
  - (3) 公司销售管理环节分析 271
- 6.21.6 公司发展优劣势分析 271
- 6.21.7 公司最新发展动向分析 272
- 6.22 黑龙江烟草工业有限责任公司 272
  - 6.22.1 公司发展概况 272
  - 6.22.2 公司经营情况分析 273
  - 6.22.3 公司组织架构分析 273
  - 6.22.4 公司品牌发展状况分析 273
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 273
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 273
  - 6.22.5 公司行业价值链分析 273
    - (1) 公司原料供应管理分析 273
    - (2) 公司生产与内部管理分析 273
    - (3) 公司销售管理环节分析 273
  - 6.22.6 公司发展优劣势分析 274
- 6.23 厦门烟草工业有限责任公司 274
  - 6.23.1 公司发展概况 274
  - 6.23.2 公司财务指标分析 275
  - 6.23.3 公司组织架构分析 275
  - 6.23.4 公司品牌发展状况分析 275
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 275
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 275
  - 6.23.5 公司行业价值链分析 275
    - (1) 公司原料供应管理分析 276
    - (2) 公司生产与内部管理分析 276
    - (3) 公司销售管理环节分析 276

- 6.23.6 公司发展优劣势分析 276
- 6.23.7 公司最新发展动向分析 276
- 6.24 深圳烟草工业有限责任公司 276
  - 6.24.1 公司发展概况 276
  - 6.24.2 公司经营情况分析 277
  - 6.24.3 公司品牌发展状况分析 277
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 277
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 277
  - 6.24.4 公司行业价值链分析 278
    - (1) 公司原料供应管理分析 278
    - (2) 公司生产与内部管理分析 278
    - (3) 公司销售管理环节分析 278
  - 6.24.5 公司发展优劣势分析 279
- 6.25 吉林烟草工业有限责任公司 279
  - 6.25.1 公司发展概况 279
  - 6.25.2 公司经营情况分析 280
  - 6.25.3 公司组织架构分析 280
  - 6.25.4 公司品牌发展状况分析 280
    - (1) 公司旗下卷烟品牌及价格 280
    - (2) 公司卷烟品牌扩张与整合 280
  - 6.25.5 公司行业价值链分析 280
    - (1) 公司原料供应管理分析 280
    - (2) 公司销售管理环节分析 281
  - 6.25.6 公司发展优劣势分析 281
  
- 第7章 中国卷烟品牌区域发展状况分析 282
  - 7.1 中国卷烟品牌区域发展概况 282
  - 7.2 重点省份卷烟品牌发展状况 283
    - 7.2.1 湖南卷烟品牌发展状况分析 283
      - (1) 湖南烟草品牌规划与扶持措施 283
      - (2) 湖南卷烟行业运行状况与地位 283
      - (3) 湖南本地品牌省外市场规模和分布 284
      - (4) 湖南卷烟市场省外品牌影响力分析 284
      - (5) 湖南卷烟市场发展前景与品牌策略 284
    - 7.2.2 云南卷烟品牌发展状况分析 285

- (1) 云南烟草品牌规划与扶持措施 285
- (2) 云南卷烟行业运行状况与地位 285
- (3) 云南本地品牌省外市场规模和分布 286
- (4) 云南卷烟市场省外品牌影响力分析 286
- (5) 云南卷烟市场发展前景与品牌策略 286
- 7.2.3 上海卷烟品牌发展状况分析 287
  - (1) 上海烟草品牌规划与扶持措施 287
  - (2) 上海卷烟行业运行状况与地位 287
  - (3) 上海本地品牌省外市场规模和分布 288
  - (4) 上海卷烟市场省外品牌影响力分析 288
  - (5) 上海卷烟市场发展前景与品牌策略 288
- 7.2.4 江苏卷烟品牌发展状况分析 288
  - (1) 江苏烟草品牌规划与扶持措施 288
  - (2) 江苏卷烟行业运行状况与地位 289
  - (3) 江苏本地品牌省外市场规模和分布 289
  - (4) 江苏卷烟市场省外品牌影响力分析 290
  - (5) 江苏卷烟市场发展前景与品牌策略 290
- 7.2.5 浙江卷烟品牌发展状况分析 290
  - (1) 浙江烟草品牌规划与扶持措施 290
  - (2) 浙江卷烟行业运行状况与地位 291
  - (3) 浙江本地品牌省外市场规模和分布 291
  - (4) 浙江卷烟市场省外品牌影响力分析 292
  - (5) 浙江卷烟市场发展前景与品牌策略 292
- 7.2.6 河南卷烟品牌发展状况分析 292
  - (1) 河南烟草品牌规划与扶持措施 292
  - (2) 河南卷烟行业运行状况与地位 292
  - (3) 河南本地品牌省外市场规模和分布 293
  - (4) 河南卷烟市场省外品牌影响力分析 293
  - (5) 河南卷烟市场发展前景与品牌策略 293
- 7.2.7 广东卷烟品牌发展状况分析 293
  - (1) 广东烟草品牌规划与扶持措施 294
  - (2) 广东卷烟行业运行状况与地位 294
  - (3) 广东本地品牌省外市场规模和分布 294
  - (4) 广东卷烟市场省外品牌影响力分析 295
  - (5) 广东卷烟市场发展前景与品牌策略 295

#### 7.2.8 山东卷烟品牌发展状况分析 295

- (1) 山东烟草品牌规划与扶持措施 295
- (2) 山东卷烟行业运行状况与地位 295
- (3) 山东本地品牌省外市场规模和分布 296
- (4) 山东卷烟市场省外品牌影响力分析 296
- (5) 山东卷烟市场发展前景与品牌策略 296

#### 7.2.9 湖北卷烟品牌发展状况分析 297

- (1) 湖北烟草品牌规划与扶持措施 297
- (2) 湖北卷烟行业运行状况与地位 298
- (3) 湖北本地品牌省外市场规模和分布 298
- (4) 湖北卷烟市场省外品牌影响力分析 298
- (5) 湖北卷烟市场发展前景与品牌策略 298

#### 7.2.10 贵州卷烟品牌发展状况分析 299

- (1) 贵州烟草品牌规划与扶持措施 299
- (2) 贵州卷烟行业运行状况与地位 299
- (3) 贵州本地品牌省外市场规模和分布 299
- (4) 贵州卷烟市场省外品牌影响力分析 300
- (5) 贵州卷烟市场发展前景与品牌策略 300

### 第8章 国际烟草品牌运作经验借鉴 301

#### 8.1 国际烟草品牌竞争格局 301

##### 8.1.1 国际烟草产业现状及趋势 301

- (1) 世界烟草产业总体状况 301
- (2) 世界烟草产业发展趋势 302

##### 8.1.2 国际卷烟产业品牌竞争格局 303

- (1) 世界卷烟销量与地区分布 303
- (2) 世界主要烟草品牌竞争格局 304

#### 8.2 国际主要烟草公司运作案例 305

##### 8.2.1 菲莫国际——运作案例 305

- (1) 菲莫国际经营业绩 305
  - 1) 公司销量地区分布 305
  - 2) 公司销售收入情况 306
  - 3) 主要品牌销售情况 306
- (2) 菲莫国际的品牌策略 307
  - 1) 菲莫国际品牌架构 307

- 2) 菲莫国际品牌策略 307
  - (3) 菲莫国际并购与重组 308
- 8.2.2 英美烟草——运作案例 309
  - (1) 英美烟草经营业绩 309
    - 1) 公司销量地区分布 309
    - 2) 公司销售收入情况 310
    - 3) 主要品牌销售情况 311
      - (2) 英美烟草的品牌策略 311
        - 1) 英美烟草品牌架构 311
        - 2) 英美烟草品牌策略 312
          - (3) 英美烟草并购与重组 312
- 8.2.3 日本烟草公司——运作案例 313
  - (1) 日本烟草公司经营业绩 313
    - 1) 公司销量地区分布 313
    - 2) 公司营业收入情况 315
    - 3) 主要品牌销售情况 315
      - (2) 日本烟草公司的品牌策略 316
        - 1) 日本烟草公司品牌架构 316
        - 2) 日本烟草公司品牌策略 316
          - (3) 日本烟草公司并购与重组 316
- 8.2.4 帝国烟草——运作案例 317
  - (1) 帝国烟草经营业绩 317
    - 1) 公司销量地区分布 317
    - 2) 公司营业收入情况 318
      - (2) 帝国烟草的品牌策略 319
        - 1) 帝国烟草品牌架构 319
        - 2) 帝国烟草品牌策略 319
          - (3) 帝国烟草并购与重组 319
- 8.2.5 其他国际烟草公司案例分析 320
  - (1) 奥驰亚集团运作案例 320
  - (2) 雷诺美国运作案例 320
  - (3) 印度ITC公司运作案例 321
  - (4) 韩国烟草人参公社运作案例 321
  - (5) 埃及东方烟草公司运作案例 321
- 8.3 国际烟草行业并购重组分析 322

- 8.3.1 国际烟草公司并购重组背景 322
- 8.3.2 国际烟草公司并购重组动态 323
- 8.3.3 国际烟草公司并购重组特点 323
- 8.3.4 国际烟草公司并购重组动机 324
- 8.3.5 国际烟草公司并购重组趋势 325
- 8.4 国际烟草品牌发展经验启示 326

## 第9章 中国烟草行业整合重组与国际化 327

- 9.1 中国烟草行业整合重组分析 327
  - 9.1.1 烟草行业整合重组历程 327
    - (1) 松散型联合重组阶段 327
    - (2) 战略性联合重组阶段 327
    - (3) 跨省联合重组阶段 328
  - 9.1.2 烟草行业整合模式分析 328
    - (1) 整合重组模式影响因素 328
    - (2) 现有整合重组模式分析 330
    - (3) 未来整合重组模式趋势 330
      - 1) 组织模式变革趋势分析 330
      - 2) 销售模式变革趋势分析 330
      - 3) 竞争模式变革趋势分析 331
      - 4) 盈利模式变革趋势分析 331
      - 5) 商务模式变革趋势分析 331
      - 6) 经营模式变革趋势分析 332
      - 7) 财务模式变革趋势分析 332
      - 8) 物流模式变革趋势分析 332
      - 9) 客服模式变革趋势分析 332
      - 10) 专卖模式变革趋势分析 332
  - 9.1.3 中国烟草行业整合重组现状 332
    - (1) 整合重组现状分析 333
    - (2) 整合重组资金实力 335
  - 9.1.4 烟草工业企业整合重组障碍 335
- 9.2 中外烟草企业合作状况分析 336
  - 9.2.1 外国烟草中国市场投资方式 336
    - (1) 合资设厂方式 336
    - (2) 品牌许可方式 337

- (3) 委托生产方式 338
- (4) 技术合作方式 338
- (5) 烟叶基地方式 338
- 9.2.2 中国烟草海外市场投资方式 339
  - (1) 国内品牌国际化SWOT分析 339
  - (2) 中国烟草企业海外投资方式 339

## 第10章 中国卷烟行业发展前景与品牌扩张路径 341

- 10.1 中国卷烟行业壁垒分析 341
  - 10.1.1 中国卷烟行业进入壁垒 341
  - 10.1.2 中国卷烟行业退出壁垒 341
- 10.2 中国卷烟市场发展前景与预测 341
  - 10.2.1 中国卷烟市场规模分析预测 341
  - 10.2.2 中国卷烟市场产品结构预测 342
- 10.3 中国卷烟行业整合重组风险与规避 343
  - 10.3.1 卷烟行业整合重组风险分析 343
    - (1) 烟草行业风险分析 343
    - (2) 兼并重组风险分析 344
    - (3) 品牌整合风险分析 345
  - 10.3.2 卷烟行业整合重组风险规避措施 346
- 10.4 中国卷烟行业品牌扩张路径 348
  - 10.4.1 卷烟品牌扩张形式与障碍 348
  - 10.4.2 卷烟品牌扩张风险与规避 350
  - 10.4.3 卷烟品牌国内市场扩张路径 352
  - 10.4.4 卷烟品牌国际市场扩张路径 352

### 图表目录:

- 图表1：2008-2016年我国卷烟产量及增速（单位：亿支，%） 27
- 图表2：2009-2016年我国卷烟销量及增速（单位：万箱，%） 27
- 图表3：2009-2016年全国卷烟行业单箱结构及同比增速（单位：元/箱，%） 28
- 图表4：2012-2016年我国卷烟销量及增速（单位：%） 28
- 图表5：2016年我国卷烟产量区域分布占比情况（单位：%） 29
- 图表6：2012-2016年烟草行业月度库存情况（单位：万箱） 29
- 图表7：2011-2016年我国卷烟行业经营情况（单位：亿元） 30
- 图表8：中国烟草行业组织架构图 33

- 图表9：烟草制品行业主要产品大类 37
- 图表10：2012-2016年国内烟草制品行业产品结构（按销售收入占比）（单位：%） 38
- 图表11：中国卷烟产品价类划分标准 38
- 图表12：2011-2016年国内卷烟结构提升和销量增加对销售收入增长的贡献度（单位：%）  
39
- 图表13：烟草产业政策汇总 40
- 图表14：新旧卷烟价类划分标准对比 42
- 图表15：2012-2016年OECD商业领先指标（BCI）走势 43
- 图表16：2012-2016年波罗的海干散货运指数走势 44
- 图表17：2011-2016年七国集团GDP增长率（单位：%） 45
- 图表18：2011-2016年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率（单位：%） 45
- 图表19：2014-2016年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%） 46
- 图表20：2005-2016年中国国内生产总值走势图（单位：亿元，%） 47
- 图表21：2005-2016年中国工业增加值走势图（单位：亿元，%） 48
- 图表22：2012年-2016年中国制造业PMI走势图（单位：%） 49
- 图表23：2016年我国宏观经济指标预测（单位：%，亿美元） 50
- 图表24：卷烟消费需求类型分析 53
- 图表25：烟草行业需求趋势分析 54
- 图表26：2016年中国消费者几大消费特征 55
- 图表27：被访者对未来家庭收入预期增长的比例（单位：%） 55
- 图表28：被访者消费开支增减状况占比（单位：%） 56
- 图表29：认为品牌或价格代表产品质量的受访者占比（单位：%） 57
- 图表30：被访者接受产品信息来源渠道占比（单位：%） 58
- 图表31：互联网对消费者的触及范围以及可信度（单位：%） 59
- 图表32：卷烟消费需求动机类型分析 61
- 图表33：不同价位卷烟烟民品牌忠诚度情况（单位：%） 63
- 图表34：烟民品牌转换原因分布情况（单位：%） 64
- 图表35：中国目前吸烟人口状况 65
- 图表36：中国吸烟人口城乡分布（单位：%） 66
- 图表37：中国不同年龄阶层吸烟率（单位：%） 66
- 图表38：城市吸烟率排名前三省份（单位：%） 67
- 图表39：农村吸烟率排名前三省份（单位：%） 68
- 图表40：不同教育程度人群吸烟率（单位：%） 68
- 图表41：中国吸烟人口规模与比重预测（单位：%，亿人） 70
- 图表42：2006-2016年烟草工业销售收入增长与人均可支配收入增长走势（单位：%） 70

- 图表43：效益规模型代表品牌及特点 75
- 图表44：2016年效益规模型卷烟品牌交易量（单位：万箱，亿元） 75
- 图表45：2011-2016年效益规模型卷烟品牌利润总额情况（单位：万元） 76
- 图表46：2016年效益规模型品牌代表双喜?红双喜产品销售结构构成（单位：%） 76
- 图表47：效益主导型代表品牌及特点 78
- 图表48：2016年效益主导型卷烟品牌交易量（单位：万箱，亿元） 78
- 图表49：2011-2016年效益主导型卷烟品牌芙蓉王商业销售收入（单位：亿元） 79
- 图表50：2016年效益主导型卷烟品牌效益变化（单位：亿元，%） 79
- 图表51：规模主导型代表品牌及特点 81
- 图表52：2016年规模主导型卷烟品牌交易量（单位：万箱，亿元） 81
- 图表53：2016年规模主导型卷烟品牌效益变化 82
- 图表54：成长优势型代表品牌及特点 83
- 图表55：2016年成长优势型卷烟品牌交易量（单位：万箱，亿元） 84
- 图表56：2016年规模成长优势型品牌效益变化 84
- 图表57：差异化战略的重点 86
- 图表58：技术领先型战略 87
- 图表59：成本领先战略 88
- 图表60：“白沙”品牌发展历程 94
- 图表61：2001-2016年卷烟品牌数量变化（单位：个） 97
- 图表62：2016年重点品牌销量情况（单位：万箱） 98
- 图表63：2016年重点品牌销售额情况（单位：亿元） 98
- 图表64：2010-2016年卷烟交易结构及变化趋势（按照交易量）（单位：%） 99
- 图表65：2016年卷烟行业工业总产值（现价）前十位企业（单位：亿元） 99
- 图表66：2011-2016年我国卷烟品牌集中度情况（单位：%） 100
- 图表67：2016年卷烟规格集中度情况（单位：%） 100
- 图表68：“20+10”重点骨干品牌与视同骨干品牌省份分布（单位：个） 101
- 图表69：各省“20+10”重点骨干品牌与视同骨干品牌情况 101
- 图表70：2016年全国卷烟省级交易量增幅排名前三的省份（单位：万箱） 103
- 图表71：2016年全国高档卷烟品牌格局（单位：万箱，亿元） 104
- 图表72：2011-2016年全国高档卷烟市场需求量及占卷烟市场需求比重（单位：亿元，%）  
104
- 图表73：2012-2016年全国中档卷烟市场需求量及占卷烟市场需求比重（单位：万箱，%）  
105
- 图表74：2012-2016年全国低档卷烟市场需求量及占卷烟市场需求比重（单位：万箱，%）  
106

- 图表75：2008-2016年我国烤烟种植面积（单位：千公顷） 107
- 图表76：2008-2016年我国烤烟产量（单位：万吨） 107
- 图表77：2016年全国主要品牌低焦油型卷烟交易情况（单位：万箱，亿元） 109
- 图表78：2009-2016年卷烟行业新产品开发总量状况（单位：个） 110
- 图表79：2007-2016年卷烟新产品价位分布（单位：个） 111
- 图表80：烟草行业价值链三个层次 117
- 图表81：中国烟草行业价值链价值点分布 118
- 图表82：中国烟草行业价值中心环节与消费市场需求的的关系 119
- 图表83：中国烟草行业竞争力的非同向性 120
- 图表84：2010-2016烟草行业工商企业利税规模及占比情况（单位：亿元，%） 121
- 图表85：2000-2016年中国卷烟工业企业数量规模情况（单位：家） 123
- 图表86：2010-2016年中国卷烟工业企业税利情况（单位：亿元，%） 124
- 图表87：烟草行业工业企业盈利模式图 125
- 图表88：中国烟草工业企业价值链 126
- 图表89：流程导向（右）与智能导向（左）的企业组织形式比较 126
- 图表90：组织流程改造前组织机构图（直线职能型） 127
- 图表91：组织流程改造前组织机构图（流程导向型） 127
- 图表92：价值链管理体系平台体系示意图 129
- 图表93：2010-2016年中国卷烟商业企业税利规模情况（单位：亿元，%） 132
- 图表94：卷烟商业企业传统盈利模式 132
- 图表95：中国烟草商业企业服务对象 134
- 图表96：中国烟草商业企业利益相关者价值需求 135
- 图表97：2008-2016年中国烟草行业IT投资规模（单位：亿元） 136
- 图表98：2016年中国烟草行业IT建设投资主体（单位：%） 137
- 图表99：2016年中国烟草行业IT投资结构（单位：%） 137
- 图表100：2010-2016年我国网民数量规模 and 增长趋势（单位：万人，%） 142
- 图表101：烟草商业企业营销环节存在的问题及策略 143
- 图表102：销售系统外包模式 144
- 图表103：区域网络核心营销模式 145
- 图表104：中国人均GDP与零售业态的关系 148
- 图表105：中国百货店运营情况（单位：个，万人，万平方米，亿元） 148
- 图表106：部分国家和地区百货零售前五强市场份额（单位：%） 149
- 图表107：中国超级市场运营情况（单位：个，人，万平方米，亿元） 150
- 图表108：烟草行业发展趋势分析 164
- 图表109：2011-2016年城乡市场卷烟销量比例结构变化（单位：%） 165

图表110：烟草行业消费结构影响因素与城市消费特点 167

图表111：城市卷烟消费结构影响因素与城市消费特点 167

图表112：1980-2030年中国城镇化率走势及预测（单位：%） 168

图表113：中国正处于城市化进程加速阶段（单位：%） 168

图表114：2009-2016年我国城镇居民人均可支配收入增长走势（单位：元） 169

图表115：湖南中烟工业有限责任公司基本信息 170

图表116：2011-2016年湖南中烟工业有限责任公司产销能力分析（单位：万元） 171

图表117：2011-2016年湖南中烟工业有限责任公司盈利能力分析（单位：%） 171

图表118：2011-2016年湖南中烟工业有限责任公司运营能力分析（单位：次） 172

图表119：2011-2016年湖南中烟工业有限责任公司偿债能力分析（单位：%、倍） 172

图表120：2011-2016年湖南中烟工业有限责任公司发展能力分析（单位：%） 173

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/291686.html>