

2009-2012年中国雪茄行业 市场监测与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2012年中国雪茄行业市场监测与投资前景分析报告》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.cction.com/report/200902/11486.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

目前，在国内市场销售的国产雪茄产品包括川渝中烟、武烟集团、安徽中烟、山东中烟等几家公司的品牌，主要品牌有长城、狮牌、茂大、三峡等，主要分为手工型和机制型两种，前者是传统的纯手工制作的雪茄，市场价格更高，也更符合传统意义上的雪茄；后者是采用机器规模化生产，从外观上看已经与普通的卷烟并无二异，主要是降低了雪茄的进入门槛。目前，在国内市场雪茄烟总销量中，高档雪茄烟的销量一般占25%左右，中档雪茄烟销量占30%左右，低档雪茄烟的销量比例最大，占45%左右，而且还有继续上升的趋势。这与欧美国家的雪茄烟消费结构有所不同，欧美国家中、高档雪茄烟销量的比例接近50% 50%，几乎没有低档雪茄烟销售。

一般来说，各档次雪茄烟的消费人群有限且相对固定：高档雪茄烟的消费者一般是企业的高层管理人员或私有企业的老板；中档雪茄烟的消费者一般是企业的中层管理人员或城市白领人群，低档雪茄烟的消费者一般是工薪阶层，还有部分农村消费者。目前中国雪茄市场的总量在3.7亿支，消费额约为22亿元以上。其中，单支零售价在0.3元以下的极低端雪茄市场为2亿支左右，扣除这部分极低端市场，真正意义上的雪茄烟市场总量为1.7亿支左右，消费额为21亿元。目前，我国雪茄市场消费总量呈逐年递增的趋势，一个颇具规模的雪茄消费市场正在逐步形成。随着国民经济的发展、雪茄烟市场的扩张，部分城市工薪阶层消费者正在逐渐加入消费雪茄烟的行列，而且这部分人群的数量在逐年增加。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助雪茄企业准确把握行业发展动向、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、中国烟草工业协会和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对雪茄产业的实地调研，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

【目录】

第一章 2008-2009年国际雪茄业市场动态分析 10

第一节 2008-2009年国际烟草行业发展综述 10

第二节 2008-2009年国际雪茄行业运营状况分析 10

一、行业生产状况分析 10

二、行业消费状况分析 12

三、行业市场规模分析 13

四、行业技术水平现状 14

第三节 2008-2009年主要国家地区雪茄行业市场现状分析 14

一、美国 14

二、西欧 15

三、古巴 16

四、多米尼加 16

五、洪都拉斯 16

第四节 2009-2012年国际雪茄行业市场变化趋势预测 17

第二章 2008-2009年中国雪茄行业发展环境分析 19

第一节 2008-2009年中国雪茄行业经济发展环境分析 19

一、2008-2009年中国宏观经济运行状况 19

二、2008-2009年中国经济增长情况 19

三、中国区域经济对比分析 21

四、中国中产阶层和高富阶层逐步形成 22

第二节 中国雪茄行业国家政策法规环境分析 22

一、《烟草专卖许可证管理办法》 22

二、反垄断立法对中国雪茄行业的影响 23

三、雪茄行业内部相关标准、法规分析 23

第三节 中国雪茄行业社会、人文环境分析 23

第四节 中国雪茄行业产业链环境分析 24

第三章 2008-2009年中国雪茄行业发展现状分析 25

第一节 中国雪茄行业发展历程分析 25

第二节 2008-2009年中国烟草行业发展现状分析 26

第三节 2008-2009年中国雪茄行业发展现状分析 27

一、行业规模分析 27

二、行业结构分析 28

三、行业特点分析 29

四、行业技术现状分析 29

第四节 中国雪茄行业发展存在的问题分析 32

一、雪茄文化缺失，消费市场不够成熟 32

二、雪茄市场价格混乱 32

三、雪茄走私现象严重 33

第四章 2008-2009年中国雪茄行业市场现状分析 35

第一节 2008-2009年中国雪茄行业市场发展现状分析 35

一、雪茄产品结构 35

二、雪茄市场地区结构 35

三、雪茄产品销售渠道 35

四、雪茄产品消费特点 36

第二节 2008-2009年中国雪茄行业市场供需状况分析 36

一、2008-2009年中国雪茄行业产品供给能力分析 36

二、2008-2009年中国雪茄行业市场需求状况分析 37

三、2008-2009年中国雪茄行业市场供需总体态势分析 38

第三节 2008-2009年中国雪茄行业进出口状况分析 38

一、2008-2009年中国雪茄行业进出口分析 38

二、中国雪茄出口的优劣势分析 38

第五章 2008-2009年中国雪茄行业主要经济指标分析 40

第一节 2008-2009年中国雪茄行业工业总产值分析 40

一、2008-2009年中国雪茄行业工业总产值分析 40

二、不同规模企业工业总产值分析 40

三、不同所有制企业工业总产值比较 41

第二节 2008-2009年中国雪茄行业市场销售收入分析 42

一、2008-2009年中国雪茄行业市场总销售收入分析 42

二、不同规模企业总销售收入分析 42

三、不同所有制企业总销售收入比较 43

第三节 2008-2009年中国雪茄行业产品成本费用分析 44

一、2008-2009年中国雪茄行业成本费用总额分析 44

二、不同规模企业销售成本比较分析 45

三、不同所有制企业销售成本比较分析 46

第四节 2008-2009年中国雪茄行业利润总额分析 46

一、2008-2009年中国雪茄行业利润总额分析 46

二、不同规模企业利润总额比较分析 47

三、不同所有制企业利润总额比较分析 47

第六章 2008-2009年中国雪茄行业竞争格局分析 49

第一节 2008-2009年雪茄行业的发展波动性分析 49

一、雪茄行业的经济周期分析	49
二、雪茄行业的增长性与波动性分析	49
三、雪茄行业的成熟度分析	49
第二节 2008-2009年雪茄行业竞争格局分析	49
一、雪茄行业集中度分析	49
二、雪茄行业竞争程度分析	49
三、雪茄企业产品市场占有率	50
第三节 2008-2009年雪茄行业价格情况分析	50
一、雪茄行业平均价格情况	50
二、雪茄价格变动影响因素	50
第四节 2008-2009年雪茄行业企业竞争状况分析	50
一、领导企业的市场力量	51
二、其他企业的竞争力	51
第七章 2008-2009年中国雪茄行业优势企业竞争分析	52
第一节 川渝中烟	52
一、2008-2009年企业经营与财务状况分析	52
二、企业产品结构与销售市场分布	52
三、企业竞争优势与发展战略	52
第二节 武烟集团	53
一、2008-2009年企业经营与财务状况分析	53
二、企业产品结构与销售市场分布	54
三、企业竞争优势与发展战略	54
第三节 山东中烟	54
一、2008-2009年企业经营与财务状况分析	54
二、企业产品结构与销售市场分布	57
三、企业竞争优势与发展战略	58
第四节 安徽中烟	58
一、2008-2009年企业经营与财务状况分析	59
二、企业产品结构与销售市场分布	61
三、企业竞争优势与发展战略	62
第五节 上海烟草（集团）公司	62
一、2008-2009年企业经营与财务状况分析	62

二、企业产品结构与销售市场分布 65

三、企业竞争优势与发展战略 65

第六节 湖南中烟 66

一、2008-2009年企业经营与财务状况分析 66

二、企业产品结构与销售市场分布 68

三、企业竞争优势与发展战略 69

第八章 2008-2009年中国雪茄相关行业发展现状分析 70

第一节 2008-2009年中国烟草包装业发展状况 70

一、我国烟草包装外观设计专利授权的现状 70

二、我国烟草行业过度包装问题分析 70

三、未来国际烟草包装行业走势分析 71

四、烟草用BOPP膜的发展趋势分析 72

第二节 2008-2009年中国烟草广告业发展状况 73

一、烟草广告业的现状分析 73

二、中国烟草广告业面临政策限制 73

三、对烟草广告策略的几点看法与建议 74

第三节 2008-2009年中国烟草机械业发展状况 76

一、烟草机械的发展 76

二、中式卷烟新机遇 76

三、烟草机械国产化潮流 77

四、烟草机械未来方向 77

第四节 2008-2009年中国烟草物流业发展状况 77

一、物流资源共享的作用及方式 77

二、物流资源共享中需要解决的问题 78

三、搭建物流资源信息平台的策略 79

四、烟草行业与逆向物流分析 80

五、烟草行业的物流配送渠道分析 81

第九章 2009-2010年中国雪茄行业发展趋势分析 84

第一节 2009-2010年中国雪茄行业发展趋势 84

一、主要市场的产品结构发展趋势分析 84

二、行业内各市场竞争状况的发展趋势分析 84

三、行业内技术发展趋势分析 84

四、行业内客户群发展趋势分析	84
第二节 2009-2010年中国雪茄行业规模预测	85
第三节 2009-2010年中国雪茄行业结构预测	85
第四节 2009-2010年中国雪茄行业市场前景展望	85
一、行业产销状况预测	85
二、行业市场需求状况预测	85
三、行业进出口状况预测	86
四、行业盈利状况预测	86
第十章 2009-2012年雪茄烟业投资机会分析与风险预警	87
第一节 2009-2012年雪茄烟行业投资机会	87
一、2008-2012年雪茄烟行业主要区域投资机会	87
二、2008-2012年雪茄烟行业主要出口投资机会	87
三、2008-2012年雪茄烟企业的多元化投资机会	87
第二节 2009-2012年雪茄烟行业投资风险预警	88
一、宏观调控风险	88
二、行业竞争风险	89
三、供需波动风险	90
四、经营管理风险	90
五、其他风险	90
第十一章 2009-2012年雪茄烟企业经营战略建议	92
第一节 2009-2012年雪茄烟企业的标杆管理	92
一、国内企业的经验借鉴	92
二、国外企业的经验借鉴	93
第二节 2009-2012年雪茄烟企业的资本运作模式	95
一、雪茄烟企业国内资本市场的运作建议	95
二、雪茄烟企业海外资本市场的运作建议	97
第三节 2009-2012年雪茄烟企业营销模式建议	97
一、雪茄烟企业的国内营销模式建议	97
二、雪茄烟企业海外营销模式建议	99

【图表目录】

图表 1 世界雪茄市场份额比例情况	8
-------------------	---

图表 2	世界雪茄销量比例情况	10
图表 3	2000-2006年雪茄产量和消费量情况	13
图表 4	西欧主要国家雪茄销量对比图	14
图表 5	2007年~2008年上半年我国GDP季度增幅比较	17
图表 6	2008年上半年我国三个产业GDP增加值比较	17
图表 7	2004年~2008年上半年我国GDP增长趋势图	18
图表 8	2004年~2008年上半年我国烟草行业利税金额增长趋势图	23
图表 9	2004年~2008年上半年我国卷烟产销增长趋势图	24
图表 10	中国雪茄行业对雪茄烟的分类	26
图表 11	我国雪茄烟消费结构	26
图表 12	我国雪茄销量结构比例情况	35
图表 13	2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业工业总产值分析	37
图表 14	2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业工业总产值分析	37
图表 15	2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同所有制企业工业总产值分析	38
图表 16	2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业销售收入分析	39
图表 17	2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业销售收入分析	39
图表 18	2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同所有制企业销售收入分析	40
图表 19	2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业成本费用分析	40
图表 20	2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业成本费用分析	41
图表 21	2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同所有制企业成本费用分析	42
图表 22	2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业销售收入分析	42
图表 23	2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业销售收入分析	43
图表 24	2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业销售收入分析	44
图表 25	2006-2007年我国主要雪茄企业经营情况	47
图表 26	2007年川渝中烟主要经营指标分析	47
图表 27	2007年山东中烟主要经济指标	50
图表 28	2006年~2007年山东中烟工业公司企业盈利能力分析	50
图表 29	2006年~2007年山东中烟工业公司资产结构分析	51
图表 30	2006年~2007年山东中烟工业公司成本费用结构分析	52
图表 31	2006年~2007年蚌埠卷烟厂蒙城生产部企业盈利能力分析	55
图表 32	2006年~2007年蚌埠卷烟厂蒙城生产部资产结构分析	55
图表 33	2006年~2007年蚌埠卷烟厂蒙城生产部成本费用结构分析	56

图表 34 2006年~2007年上海烟草（集团）公司企业盈利能力分析 58
图表 35 2006年~2007年上海烟草（集团）公司资产结构分析 59
图表 36 2006年~2007年上海烟草（集团）公司成本费用结构分析 60
图表 37 2006年~2007年湖南中烟企业盈利能力分析 62
图表 38 2006年~2007年湖南中烟资产结构分析 62
图表 39 2006年~2007年湖南中烟成本费用结构分析 63
图表 40 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 97
图表 41 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 98
图表 42 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 99

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200902/11486.html>