

2020-2026年中国烟草市场 深度研究与市场需求预测报告

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

《2020-2026年中国烟草市场深度研究与市场需求预测报告》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/201912/146168.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

报告目录：

第一章 烟草行业相关知识阐释

1.1 烟草相关知识

1.1.1 烟草概述

1.1.2 烟草的类型及其分布

1.1.3 烟草制品的定义和分类

1.2 中式卷烟

1.2.1 中式卷烟的定义及特征

1.2.2 中式卷烟的四个要素

1.2.3 中式卷烟的发展优势

1.2.4 发展中式卷烟的重要意义

1.3 烟草行业的特征

1.3.1 烟草行业的行政垄断性

1.3.2 烟草行业的矛盾性

1.3.3 现阶段中国烟草行业的特点

1.3.4 中国烟草业周期波动及内在机理

1.4 烟草行业的地位和作用

1.4.1 烟草行业关系到国计民生

1.4.2 中国烟草业在反哺农业中的重要作用

1.4.3 中国烟草企业的地位与作用

第二章 中国烟草行业政策环境分析

2.1 国内外控烟政策

2.1.1 世界各国的控烟政策简介

2.1.2 《烟草控制框架公约》概述

2.1.3 《烟草控制框架公约》对中国烟草业的影响

2.1.4 中国禁止公共场所吸烟的政策回顾

2.1.5 2019年起中国将在所有室内公共场所完全禁烟

2.2 中国烟草行业改革

2.2.1 我国烟草业经济体制改革的路径选择

- 2.2.2 中国烟草行业改革取得的主要成就
- 2.2.3 2019年烟草行业改革取得明显成效
- 2.2.4 中国烟草行业制度建设的基本任务
- 2.2.5 中国烟草业的市场化取向改革分析
- 2.2.6 关于烟草企业深化改革的思考
- 2.3 中国烟草税收政策
 - 2.3.1 中国烟草税收政策与调整对策建议
 - 2.3.2 2019年我国实行烟草税新办法
 - 2.3.3 中国烟叶税收制度演变及改革背景分析
 - 2.3.4 中国卷烟消费税政策调整分析
 - 2.3.5 中国推出卷烟出口税收管理新模式
- 2.4 烟草行业其他相关政策分析
 - 2.4.1 卷烟价格管理政策分析
 - 2.4.2 大部制改革对烟草业影响和理性应对
 - 2.4.3 《物权法》对烟草业的双重作用
 - 2.4.4 《反垄断法》对中国烟草业的影响
 - 2.4.5 世贸组织有关条款对中国烟草行业的影响
- 2.5 烟草行业发展规划
 - 2.5.1 中国烟叶生产可持续发展规划纲要（2020-2026年）
 - 2.5.2 烟草行业中长期科技发展规划纲要（2020-2026年）
 - 2.5.3 烟草行业标准化中长期发展战略（2020-2026年）

第三章 2019年国际烟草行业市场营运格局分析

- 3.1 美国
 - 3.1.1 美国烟草市场发展概况
 - 3.1.2 美国部分烟草市场悄然开放
 - 3.1.3 美国雪茄进口增长迅速
 - 3.1.4 美国烟草业进入监管新时代
 - 3.1.5 美国无烟烟草发展令人瞩目
- 3.2 德国
 - 3.2.1 德国烟草市场现状简析
 - 3.2.2 德国烟草市场主要企业及品牌

- 3.2.3 德国烟草贸易总体发展特征
- 3.2.4 德国对烟草广告实施限制措施
- 3.3 俄罗斯
 - 3.3.1 俄罗斯烟草市场发展简述
 - 3.3.2 俄罗斯烟草市场竞争格局
 - 3.3.3 俄罗斯烟草市场的容量和供需状况
 - 3.3.4 俄罗斯烟草市场控烟法规概况
 - 3.3.5 俄罗斯贸然开放烟草市场的教训
- 3.4 土耳其
 - 3.4.1 土耳其烟草市场快速增长
 - 3.4.2 土耳其烟叶生产和收购政策介绍
 - 3.4.3 土耳其的国外混合型烟草生产面终结
- 3.5 巴西
 - 3.5.1 巴西烟草行业的特色
 - 3.5.2 巴西烟草种植业发达
 - 3.5.3 巴西卷烟市场销量情况
 - 3.5.4 巴西烟草向阿拉伯市场出口简况
- 3.6 日本
 - 3.6.1 日本烟草行业的发展与改革
 - 3.6.2 日本低焦油薄荷烟发展迅猛
 - 3.6.3 日本推出“香烟护照”加强规范管理
 - 3.6.4 日本烟草市场发展动态
- 3.7 印度
 - 3.7.1 印度烟草市场分析
 - 3.7.2 印度计划减少烟草种植面积
 - 3.7.3 全球需求增长拉动印度烟草出口激增
 - 3.7.4 2019年印度政府禁止外资投资烟草制造业

第四章 2019年中国烟草行业运行态势分析

- 4.1 2019年中国烟草行业发展概况
 - 4.1.1 我国烟草行业发展回顾
 - 4.1.2 中国烟草行业发展成就

- 4.1.3 中国烟草产业的发展模式分析
- 4.1.4 中国烟草产业发展的优势及劣势
- 4.1.5 我国烟草行业实现转型升级的路径选择
- 4.2 2014-2019年中国烟草业发展走势分析
 - 4.2.1 2015年我国烟草产业发展综述
 - 4.2.2 2019年中国烟草产业运行特点
 - 4.2.3 2019年我国烟草业持续增长
 - 4.2.4 2019年中国烟草业的发展重点
- 4.3 2019年中国烟草行业的竞争格局分析
 - 4.3.1 我国烟草行业的竞争优势
 - 4.3.2 中国烟草行业的竞争格局
 - 4.3.3 国内烟草品牌竞争力评析
 - 4.3.4 国内高端卷烟市场竞争日趋激烈
 - 4.3.5 增强中式卷烟市场竞争力的策略
- 4.4 2019年中国烟草行业战略性重组分析
 - 4.4.1 中国烟草行业战略重组的意义
 - 4.4.2 中国烟草行业新一轮战略性重组的特点
 - 4.4.3 中国烟草行业的跨省重组的三种典型模式
 - 4.4.4 烟草企业重组必须重视的几个问题
- 4.5 2019年中国烟草行业的物流建设分析
 - 4.5.1 烟草业现代物流管理系统概述
 - 4.5.2 中国卷烟企业“大物流”局面初显
 - 4.5.3 烟草商业企业物流的成本控制
 - 4.5.4 国内烟草物流标准化存在的问题与解决对策
 - 4.5.5 实现烟草行业物流资源共享的相关思考
- 4.6 2019年中国烟草行业的可持续发展分析
 - 4.6.1 烟草可持续发展的范畴
 - 4.6.2 烟草可持续发展的思路
 - 4.6.3 烟草行业可持续发展的策略

第五章 2019年中国卷烟市场营运局势分析

- 5.1 2019年中国卷烟市场总体发展状况

5.1.1 卷烟发展综述

5.1.2 中国卷烟市场形成和发展过程

5.1.3 中国卷烟市场的特征

5.2 2014-2019年中国卷烟市场剖析

5.2.1 2019年中国卷烟集中交易状况

5.2.2 2019年中国卷烟市场销量解析

5.2.3 2019年我国卷烟市场重点品牌销售情况

5.2.4 2019年全国卷烟集中交易成交量简析

5.2.5 2019年中国卷烟集中交易概况

5.3 2019年中国卷烟市场的影响因素分析

5.3.1 卷烟市场发展环境分析

5.3.2 制约国内卷烟市场销售的四个因素

5.3.3 卷烟货源短缺带来的不利影响及解决措施

5.3.4 山区人口迁移到城镇对卷烟市场的影响

5.4 2019年中国农村卷烟市场格局分析

5.4.1 我国农村卷烟市场发展现状

5.4.2 农村卷烟市场的主要消费群体

5.4.3 农村卷烟市场存在的主要问题

5.4.4 农村低档卷烟市场发展状况

5.4.5 农村高档卷烟销售滞后现象

5.4.6 开掘农村卷烟市场的对策

5.5 2019年中国不同价位卷烟市场分析

5.5.1 四元档卷烟销售量增长迅速

5.5.2 五元价位卷烟市场分析

5.5.3 十元价位卷烟市场的主流品牌

5.5.4 十五元价位卷烟市场销售状况

5.5.5 二十元价位卷烟市场分析

5.6 2019年中国卷烟机械与辅助材料市场分析

5.6.1 国内卷烟机械市场充满活力

5.6.2 国产烟草机械发展回顾与展望

5.6.3 卷烟过滤嘴的演变及其未来趋势

5.6.4 我国卷烟焦油量及降焦状况

5.6.5 天然香料在卷烟制造中的应用

第六章 2014-2019年中国卷烟制造行业主要数据监测分析

6.1 2014-2019年中国卷烟制造行业规模分析

6.1.1 企业数量增长分析

6.1.2 从业人数增长分析

6.1.3 资产规模增长分析

6.2 2014-2019年中国卷烟制造行业结构分析

6.2.1 企业数量结构分析

6.2.2 销售收入结构分析

6.3 2014-2019年中国卷烟制造行业产值分析

6.3.1 产成品增长分析

6.3.2 工业销售产值分析

6.3.3 出口交货值分析

6.4 2014-2019年中国卷烟制造行业成本费用分析

6.4.1 销售成本分析

6.4.2 费用分析

6.5 2014-2019年中国卷烟制造行业盈利能力分析

6.5.1 主要盈利指标分析

6.5.2 主要盈利能力指标分析

第七章 2019年中国区域烟草行业发展分析

7.1 云南

7.1.1 云南烟草业实现历史性突破

7.1.2 云南烟草工业多举措促增长

7.1.3 云南烟草业品牌优势日渐凸显

7.1.4 FCTC对云南烟草业的影响及应对策略分析

7.1.5 云南烟草产业面临的形势及发展规划

7.2 湖南

7.2.1 湖南烟草行业经济运行回顾

7.2.2 2019年湖南烟草业再创佳绩

7.2.3 湖南烟草品牌应学习国外经验

7.3 贵州

7.3.1 贵烟成为中国烟草新兴力量

7.3.2 贵州烟草科技专利成效突出

7.3.3 2019年贵州省烟草生产和收购计划

7.3.4 贵州烟草业发展战略

7.4 河南

7.4.1 河南省积极加速烟草行业发展

7.4.2 河南省烟草销售市场分析

7.4.3 河南省制定现代烟草农业发展规划

7.5 浙江

7.5.1 浙江烟草市场发展概况

7.5.2 浙江烟草销售现状分析

7.5.3 浙江衢州烟草业分析

7.6 其他地区

7.6.1 江西烟草生产经营分析

7.6.2 2019年湖北整合烟草复烤企业

7.6.3 2019年四川加快建设“两烟强省”

7.6.4 广东将大力发展浓香型特色优质烟叶产业

第八章 2019年中国烟草零售专卖业经营形势分析

8.1 中国的烟草专卖制度解读

8.1.1 中国烟草专卖制度概述

8.1.2 中国烟草专卖制度的总体特征

8.1.3 我国烟草专卖体制的优点与缺点

8.1.4 我国烟草专卖体制改革的原则及方向

8.1.5 烟草专卖制度的组织成本、激励机制和市场效率透视

8.1.6 中国的烟草专卖体制需要引入市场竞争

8.2 2019年中国烟草零售商户分析

8.2.1 中国烟草零售商户的分类及特征

8.2.2 中国卷烟零售户与烟草公司的关系简析

8.2.3 国内烟草零售户的嫁接问题探讨

8.2.4 我国卷烟零售商户发展中存在的问题

8.2.5 中国烟草零售商户盈利状况与影响因素分析

8.2.6 烟草渠道终端的博弈现象分析

8.3 2019年中国烟草新型零售业态分析

8.3.1 烟草新型零售业态发展及其成因

8.3.2 烟草新型零售业态对烟草行业的影响

8.3.3 卷烟零售的连锁经营模式解析

8.3.4 烟草销售网络建设应对新型零售业态的对策

8.4 2019年中国烟草零售专卖业的发展策略

8.4.1 建立中国卷烟零售网点新格局

8.4.2 卷烟零售品种组合规划应考虑的几个因素

8.4.3 中小卷烟零售店应确立自己的经营特点

8.4.4 卷烟零售户忠诚度的培育

第九章 2019年中国烟叶生产态势分析

9.1 2019年世界烟叶生产状况分析

9.1.1 全球烟叶生产形势正起变化

9.1.2 美国烟叶生产现况分析

9.1.4 巴西烟叶生产制约因素

9.1.5 2019年津巴布韦烟草输送量创历史新高

9.2 2019年中国烟叶生产发展综述

9.2.1 中国烟草种植的发展历程

9.2.2 中国烟草生产正在发生第三次转变

9.2.3 中国主要烟草产区简介

9.2.4 中国烟叶生产概况

9.2.5 “原收原调”成为中国烟叶收购新模式

9.3 2014-2019年中国烟叶生产分析

9.3.1 2019年中国烟叶种植及生产情况

9.3.2 2019年中国烟叶生产情况评析

9.3.3 2019年我国烟叶生产取得良好成绩

9.3.4 2019年我国烟叶生产总体稳定

9.4 2019年中国烟叶生产存在的问题分析

9.4.1 中国烟叶生产的三大制约因素

9.4.2 中国烟叶生产经营管理的主要问题

9.4.3 中国烟草品种方面的不足

9.4.4 自然灾害威胁中国烟叶种植业

9.4.5 烟草农业科技发展存在制约因素

9.5 2019年中国烟叶生产的发展对策分析

9.5.1 中国烟叶生产发展对策分析

9.5.2 促进中国烟叶生产科技进步的思考

9.5.3 发展中国烟草农业机械化的措施建议

第十章 2019年中国烟草包装业运营格局分析

10.1 2019年中国烟草包装业发展概况分析

10.1.1 中国烟草包装的现状和发展机遇

10.1.2 烟草包装防伪技术现状和发展趋势

10.1.3 中国烟草过度包装问题严重

10.1.4 烟草包装业未来发展趋势

10.2 烟草包装材料

10.2.1 卷烟包装材料的应用现状和未来趋势

10.2.2 卷烟纸制造业发展分析

10.2.3 卷烟用铝箔纸的发展轨迹

10.2.4 卷烟包装逐步向硬盒发展

10.2.5 BOPP烟膜的市场现状及未来发展方向

10.3 烟草包装的设计

10.3.1 卷烟包装设计应该遵循的原则

10.3.2 烟草产品包装设计的创新

10.3.3 中式卷烟的包装设计分析

10.3.4 烟包的整合设计方略

10.3.5 烟草包装设计的未来发展方向

10.4 烟草包装的印刷

10.4.1 烟包印刷的常用的材料及工艺介绍

10.4.2 国内烟草印刷企业的现状与发展分析

10.4.3 国内烟草包装印刷技术的创新和应用状况

10.4.4 烟包印刷的未来发展方向

第十一章 2019年中国烟草企业发展动态分析

11.1 2019年中国烟草企业发展概况

11.1.1 中国烟草企业发展现状

11.1.2 新形势下国内卷烟制造企业的再定位

11.1.3 烟草企业经营管理模式分析

11.1.4 卷烟企业对国内和省内市场的依赖度分析

11.1.5 中国烟草企业实现跨越的路径选择

11.2 2019年中国烟草企业形象的塑造与传播分析

11.2.1 企业形象对烟草行业发展的重要性

11.2.2 中国烟草企业形象传播的形势和现状

11.2.3 烟草企业形象的“内外兼修”之道

11.2.4 烟草企业形象设计的要点

11.2.5 烟草企业形象传播突围的思路

11.2.6 烟草企业形象管理探析

11.3 2019年中国烟草企业的发展创新分析

11.3.1 创新是烟草业发展的巨大动力

11.3.2 中国烟草企业创新的现状

11.3.3 解析中国烟草企业的管理创新

11.3.4 中国烟草企业技术创新剖析

11.3.5 中国烟草企业的全面创新策略

11.4 2019年中国烟草企业客户关系管理探究

11.4.1 烟草企业客户关系管理的科学内涵

11.4.2 烟草企业的客户关系管理研究及应用状况

11.4.3 烟草企业客户关系管理的实施途径

11.5 2019年中国烟草企业资金管理优化剖析

11.5.1 优化烟草企业资金管理的必要性

11.5.2 我国烟草企业资金管理存在的问题

11.5.3 加强烟草企业资金管理的思考

11.6 2019年中国烟草企业的国际化发展分析

11.6.1 国际化发展对中国烟草提出了新的要求

11.6.2 中国烟草企业国际化必须解决的几个难题

11.6.3 探索中国烟草企业国际化发展的几点战略

第十二章 2019年国内烟草行业重点企业经营性数据分析

12.1 湖南中烟工业有限责任公司

12.1.1 企业概况

12.1.2 企业主要经济指标分析

12.1.3 企业盈利能力分析

12.1.4 企业偿债能力分析

12.1.5 企业运营能力分析

12.1.6 企业成长能力分析

12.2 上海烟草(集团)公司

12.2.1 企业概况

12.2.2 企业主要经济指标分析

12.2.3 企业盈利能力分析

12.2.4 企业偿债能力分析

12.2.5 企业运营能力分析

12.2.6 企业成长能力分析

12.3 玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司

12.3.1 企业概况

12.3.2 企业主要经济指标分析

12.3.3 企业盈利能力分析

12.3.4 企业偿债能力分析

12.3.5 企业运营能力分析

12.3.6 企业成长能力分析

12.4 广东中烟工业有限责任公司

12.4.1 企业概况

12.4.2 企业主要经济指标分析

12.4.3 企业盈利能力分析

12.4.4 企业偿债能力分析

12.4.5 企业运营能力分析

12.4.6 企业成长能力分析

12.5 武汉烟草（集团）有限公司

12.5.1 企业概况

12.5.2 企业主要经济指标分析

12.5.3 企业盈利能力分析

12.5.4 企业偿债能力分析

12.5.5 企业运营能力分析

12.5.6 企业成长能力分析

12.6 河南中烟工业公司

12.6.1 企业概况

12.6.2 企业主要经济指标分析

12.6.3 企业盈利能力分析

12.6.4 企业偿债能力分析

12.6.5 企业运营能力分析

12.6.6 企业成长能力分析

12.7 安徽中烟工业公司

12.7.1 企业概况

12.7.2 企业主要经济指标分析

12.7.3 企业盈利能力分析

12.7.4 企业偿债能力分析

12.7.5 企业运营能力分析

12.7.6 企业成长能力分析

12.8 山东中烟工业公司

12.8.1 企业概况

12.8.2 企业主要经济指标分析

12.8.3 企业盈利能力分析

12.8.4 企业偿债能力分析

12.8.5 企业运营能力分析

12.8.6 企业成长能力分析

12.9 贵州中烟工业有限责任公司

12.9.1 企业概况

12.9.2 企业主要经济指标分析

12.9.3 企业盈利能力分析

12.9.4 企业偿债能力分析

12.9.5 企业运营能力分析

12.9.6 企业成长能力分析

第十三章 2019年中国烟草行业的信息化建设分析

13.1 2019年中国烟草行业信息化建设概况

13.1.1 我国烟草行业信息化建设回顾

13.1.2 中国烟草行业信息化建设发展综述

13.1.3 中国烟草行业信息化建设进展顺利

13.1.4 我国烟草业信息化建设的重点领域

13.1.5 烟草信息化项目的风险构成及防范策略

13.2 2019年中国烟草电子商务发展形势分析

13.2.1 发展电子商务对于中国烟草业的现实意义

13.2.2 现有信息化工程与烟草电子商务的关系

13.2.3 烟草企业电子商务与现代物流信息化的关系

13.2.4 烟草行业发展电子商务的特点和方略

13.2.5 中国烟草行业电子商务发展面临的挑战

13.3 2019年中国烟草行业信息化建设的措施建议

13.3.1 加强烟草行业数字化管理策略分析

13.3.2 烟草行业信息化建设的目标和实施策略

13.3.3 中国烟草行业实现物流信息化的途径

13.3.4 加快烟草企业固定资产信息化的措施

13.3.5 烟草农业信息化建设的发展思路

13.3.6 烟草企业人力资源信息化建设探讨

13.4 2020-2026年中国烟草行业信息化的未来发展趋势

13.4.1 CIMS将成为烟草信息化应用主角

13.4.2 集成化成为烟草业信息化的发展方向

13.4.3 优化资源将成烟草企业信息化前沿

13.4.4 中国烟草企业信息化建设前景

第十四章 2019年中国烟草市场营销模式分析

14.1 2019年中国烟草市场营销概况

14.1.1 世界烟草品牌的市场营销回顾

- 14.1.2 国内卷烟商业企业营销能力分析
- 14.1.3 女性及青少年逐渐成为烟草市场营销的目标人群
- 14.1.4 国内烟草营销存在诸多弊端
- 14.2 2019年中国卷烟市场消费状况分析
 - 14.2.1 中国卷烟消费的口味特点
 - 14.2.2 高端卷烟消费与营销策略解析
 - 14.2.3 三线城市卷烟消费调查解析
 - 14.2.4 国内女性香烟市场的消费特征和市场机会
- 14.3 2019年中国烟草广告投入情况分析
 - 14.3.1 国内外烟草广告立法情况介绍
 - 14.3.2 中国卷烟品牌广告的四种类型
 - 14.3.3 浅析烟草网络广告
 - 14.3.4 烟草广告传播突围的创新思路
 - 14.3.5 烟草广告的直效传播突围方法
- 14.4 2019年中国烟草市场营销策略探讨
 - 14.4.1 烟草市场营销的创新
 - 14.4.2 宏观政策下我国烟草市场营销的出路
 - 14.4.3 不同生命周期卷烟产品的营销策略
 - 14.4.4 事件营销在国内烟草市场的运用
 - 14.4.5 烟草体育营销评析
 - 14.4.6 烟草产品的公益营销简析

第十五章 2020-2026年中国烟草行业投资与前景分析（ ）

- 15.1 2020-2026年中国烟草行业的投资机遇
 - 15.1.1 经济全球化给中国烟草企业带来机遇
 - 15.1.2 增值税转型成国内烟草企业发展契机
 - 15.1.3 本土烟草企业开展境外投资的潜力
 - 15.1.4 中国烟草行业投资机会分析
 - 15.1.5 马拉维成为中国烟草工业投资新机遇
- 15.2 2020-2026年中国烟草
 - 15.2.1 中国烟草行业的系统性风险
 - 15.2.2 中国烟草行业的非系统性风险

15.2.3 烟草行业扁平化改革的风险

15.2.4 烟草企业的经营风险

15.3 2020-2026年中国烟草行业发展趋势及前景

15.3.1 世界烟草行业的未来发展方向

15.3.2 我国卷烟市场的发展趋势

15.3.3 中国卷烟品牌的变动走向分析

15.3.4 2020-2026年中国卷烟制造行业预测分析

部分图表目录：

图表：2014-2019年中国卷烟制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2014-2019年中国卷烟制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2014-2019年中国卷烟制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2014-2019年中国卷烟制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2019年中国卷烟制造行业不同类型企业数量 单位：个

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201912/146168.html>