

2024-2029年中国烤烟型卷烟行业市场调查评估与投资发展战略研究报告

报告简介

众所周知中国是世界第一烟草大国，现阶段吸烟人口约占世界总吸烟人口的25%，卷烟消费量达3894.5万箱，市场容量之大，早已让跨国烟草公司垂涎三尺。近年来，中国的烟叶生产量平均约占世界总量的35%，卷烟产量约占世界总量的32%，中国吸烟人口数、烟叶生产量及卷烟生产量都稳居世界第一位，无疑中国是一个烟草大国。虽然中国是烟草大国，但却不是烟草强国，因为与英、美等国烟草业相比，中国离烟草强国仍存在较大差距。主要表现在一无全球巨型跨国公司；二无市场占有率很高的名牌产品，而且出口创汇能力与产销能力极不相称；三是生产集中度很差。在“大而不强”的状况下，烟草企业本身已经潜伏着一定的危机，加上私(走私烟)、假(假烟)、非(非配额烟)、超(超计划烟)泛滥，逃税漏税，约占全国卷烟产量的1.8%，使国家遭受巨大损失(仅洋烟每年偷逃关税即达2亿元以上)。入世以后，更有外烟、跨国公司的阻击。因此，国有烟草企业将陷入“前有封堵、后有追兵、中有流寇、四面受敌、危机四伏”的窘境。

从企业结构来看，虽然小烟厂数量在不断减少，但部分优势大企业正“由强趋弱”，行业集中度略有提升，但仍处在较低水平上。近些年来，中国烟草企业的格局发生了较大的变化。红塔集团虽仍占据老大的位置，但整体形象和地位都下降不少，由于企业投资过分分散使得企业利润迅速下滑。尽管“中华”烟在高档卷烟市场的地位不可撼动，但“牡丹”、“大重九”这样曾经响遍大江南北的老牌子很难再见其身影。昆明卷烟厂的“云烟”、黄果树烟草集团的“黄果树”这些历史知名品牌也经历着相同的命运——逐渐弱化。传统企业、传统品牌的弱化，一方面与其经营决策失误不可分割，另一方面也是地区封锁，假冒伪劣产品危害以及地方卷烟企业兴起所产生的必然结果。从上世纪九十年代中期开始，地方烟草企业加大了设备改良的力度，积极引进人才，改善经营管理；同时，由于烟草企业为地方税收做出了巨大贡献，地方政府也给予企业大力支持，因而地方烟草企业迅速崛起，如长沙卷烟厂、常德卷烟厂、宁波卷烟厂、杭州卷烟厂、山东将军集团等，它们在较短的时间里取得了长足的进步。

本研究咨询报告由中道泰和咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国烤烟型卷烟行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国烤烟型卷烟行业发展状况和特点，以及中国烤烟型卷烟行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球烤烟型卷烟行业发展态势作了详细分析，并对烤烟型卷烟行业进行了趋向研判，是烤烟型卷烟生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前烤烟型卷烟行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 行业环境透视

第一章 烤烟型卷烟行业发展概述

第一节 烤烟型卷烟行业定义

一、烤烟型卷烟定义

二、烤烟型卷烟分类

第二节 中国烤烟型卷烟市场发展状况

第三节 中国烤烟型卷烟发展环境分析

第二章 消费者购买行为调查

第一节 购买行为研究

一、品牌选择

二、型号选择

三、信息渠道选择

四、购买场所选择

五、购买的关注因素

第二节 品牌调查研究

一、认知度分析

二、美誉度分析

三、特点及优先选择品牌

四、地区影响力和品牌价值表现

第三节 用户价值评估调研

一、价值持续性评估

二、价值收益性评估

三、用户心理价值评估

四、总体用户价值评估

第二部分 行业深度分析

第三章 2019-2023年烤烟型卷烟消费者偏好深度调查

第一节 烤烟型卷烟产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 烤烟型卷烟产品的品牌市场调查

一、消费者对品牌消费意识形态调研

二、消费者对烤烟型卷烟产品偏好调查

三、消费者对烤烟型卷烟的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、烤烟型卷烟忠诚度调查

六、烤烟型卷烟市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 消费者使用烤烟型卷烟数据调查信息反馈

第一节 消费者使用烤烟型卷烟产品基本情况调查

一、消费者使用烤烟型卷烟产品的比例分析

二、消费者使用的烤烟型卷烟产品的品牌排名分析

三、消费者对其使用的烤烟型卷烟产品的满意度分析

四、消费者对其使用的烤烟型卷烟产品的不满意的地方分析

第二节 消费者将来准备或者继续使用烤烟型卷烟产品的情况分析

一、没有或者曾经使用过烤烟型卷烟产品的消费者准备重新使用比例分析

- 二、现在正在使用的或者准备使用烤烟型卷烟产品的消费者继续使用比例分析
- 三、消费者认为可能成为购买烤烟型卷烟产品契机的广告形式分析
- 四、消费者在购买烤烟型卷烟产品时将会做为参考的信息来源分析
- 五、消费者在购买烤烟型卷烟产品时所重视的要素分析
- 六、消费者想要购买的烤烟型卷烟产品的品牌排名分析
- 七、消费者感兴趣的烤烟型卷烟产品品牌排名分析

第三节 烤烟型卷烟厂商的品牌推广情况研究

- 一、消费者眼里各大烤烟型卷烟产品厂商的品牌形象情况
- 二、消费者认为最近强烈关注某烤烟型卷烟产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况

第三部分 行业市场调研

第五章 2019-2023年烤烟型卷烟产品品牌市场实地调查研究

第一节 2019-2023年烤烟型卷烟产品品牌市场价格走势

- 一、价格形成机制分析
- 二、烤烟型卷烟产品品牌平均价格趋势分析
- 三、2024-2029年烤烟型卷烟产品品牌价格走势预测

第二节 影响烤烟型卷烟产品品牌价格因素分析

- 一、消费税调整对烤烟型卷烟产品品牌价格的影响
- 二、零售环境的变化对烤烟型卷烟产品品牌价格的影响

第三节 2019-2023年烤烟型卷烟产品品牌市场消费状况分析

- 一、2019-2023年烤烟型卷烟产品品牌市场消费结构
- 二、2019-2023年烤烟型卷烟产品品牌市场消费特点
- 三、2019-2023年影响烤烟型卷烟产品品牌市场消费因素

第四节 2019-2023年烤烟型卷烟主流品牌厂商

- 一、主流品牌结构对比

1、整体市场主流品牌对比

2、烤烟型卷烟市场主流品牌消费

二、产品品牌结构对比

1、整体市场品牌对比

2、烤烟型卷烟市场品牌消费

第六章 烤烟型卷烟市场产销数据跟踪监测

第一节 2019-2023年烤烟型卷烟产品产销状况监测

一、2019-2023年烤烟型卷烟产品产量分析

二、2019-2023年烤烟型卷烟产品产能分析

三、2019-2023年烤烟型卷烟产品市场需求状况

第二节 2019-2023年烤烟型卷烟产品历年消费量数据分析

第三节 2019-2023年烤烟型卷烟产品市场主要供给数据统计

第四节 2024-2029年烤烟型卷烟产品市场需求预测

第七章 2019-2023年烤烟型卷烟市场经销模式及营销渠道考察

第一节 2019-2023年烤烟型卷烟产品主要经销方式深度探讨

一、2019-2023年烤烟型卷烟产品市场批发分析

二、2019-2023年烤烟型卷烟产品加盟商(代理)

三、2019-2023年烤烟型卷烟产品自主经营分析

第二节 2019-2023年烤烟型卷烟产品销售渠道及盈利模式调研

一、2019-2023年烤烟型卷烟产品销售渠道特征分析

二、烤烟型卷烟产品销售渠道管理基本要素分析

三、2019-2023年烤烟型卷烟产品营销渠道分析

第三节 2019-2023年烤烟型卷烟产品销售渠道控制五力模型研究

第八章 消费者使用行为研究

第一节 消费者烤烟型卷烟拥有率分析

第二节 消费者烤烟型卷烟品牌拥有率分析

第三节 消费者购买烤烟型卷烟的主要用途分析

第四节 消费者对烤烟型卷烟售后服务中免费质保年限的期望分析

第五节 细分消费群体消费研究

一、潜在消费群体消费特征研究

二、产品态度和利益追求细分消费群体研究

第九章 烤烟型卷烟销售渠道实地调研

第一节 专卖店实地调查

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第二节 购物中心----专柜

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第三节 连锁超市----专柜

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第四节 网络营销模式—网店

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第五节 专业线渠道

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第十章 烤烟型卷烟产品知名品牌竞争对手跟踪监测结果

第一节 上海烟草集团有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第二节 红塔烟草(集团)有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第三节 红云红河烟草(集团)有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第四节 湖南中烟工业有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第五节 湖北中烟工业有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第六节 广东中烟工业有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第七节 浙江中烟工业有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第八节 江苏中烟工业有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第九节 川渝中烟工业有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第十节 安徽中烟工业有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第四部分 行业发展趋势

第十一章 2024-2029年中国消费市场发展趋势分析

第一节 中国经济发展趋势

一、经济增长阶段分析

二、现阶段消费模式分析

三、经济发展方向分析

第二节 中国消费市场发展趋势

一、国民收入增长趋势分析

二、国民消费水平增长趋势

三、国民消费结构趋势分析

四、未来可能影响消费的经济波动因素

第三节 消费市场对烤烟型卷烟行业的影响

一、国民消费观念对行业的影响

二、国民收入水平对行业的影响

三、消费政策对行业的影响

第十二章 对烤烟型卷烟行业投资机会与风险分析

第一节 烤烟型卷烟行业投资机会分析

一、烤烟型卷烟投资项目分析

二、可以投资的烤烟型卷烟模式

三、2019-2023年烤烟型卷烟投资机会

四、2019-2023年烤烟型卷烟投资新方向

五、2024-2029年烤烟型卷烟行业投资的建议

第二节 影响烤烟型卷烟行业发展的主要因素

一、影响行业运行的有利因素分析

二、影响行业运行的不利因素分析

三、我国行业发展面临的挑战分析

四、我国行业发展面临的机遇分析

第三节 烤烟型卷烟行业投资风险及控制策略分析

一、行业市场风险及控制策略

二、行业政策风险及控制策略

三、行业经营风险及控制策略

四、行业技术风险及控制策略

五、同业竞争风险及控制策略

六、行业其他风险及控制策略

第十三章 烤烟型卷烟行业发展建议分析

第一节 烤烟型卷烟行业研究结论及建议

第二节 烤烟型卷烟细分行业研究结论及建议

第三节 烤烟型卷烟行业竞争策略总结及建议

图表目录

图表：2019-2023年中国烤烟型卷烟行业市场规模及增速

图表：2024-2029年中国烤烟型卷烟行业市场规模及增速预测

图表：2019-2023年中国烤烟型卷烟行业重点企业市场份额

图表：2019-2023年中国烤烟型卷烟行业区域结构

图表：2019-2023年中国烤烟型卷烟行业渠道结构

图表：2019-2023年中国烤烟型卷烟行业需求总量

图表：2024-2029年中国烤烟型卷烟行业需求总量预测

图表：2019-2023年中国烤烟型卷烟行业需求集中度

图表：2019-2023年中国烤烟型卷烟行业需求增长速度

图表：2019-2023年中国烤烟型卷烟行业市场饱和度

图表：2019-2023年中国烤烟型卷烟行业供给总量

图表：2019-2023年中国烤烟型卷烟行业供给增长速度

图表：2024-2029年中国烤烟型卷烟行业供给量预测

图表：2019-2023年中国烤烟型卷烟行业供给集中度

图表：2019-2023年中国烤烟型卷烟行业销售量

图表：2019-2023年中国烤烟型卷烟行业库存量

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170214/42735.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)