



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年雪茄行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年雪茄行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/126867.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

最近几年，跨国烟草公司对雪茄市场的兴趣越来越大，瑞典火柴公司和帝国烟草公司通过并购在美国雪茄市场上的影响力进一步增强。近年来，高档雪茄和小雪茄销量增长迅速，低档雪茄销量略有萎缩。全球最大的雪茄市场是美国和德国，而在印度、中国和日本这些新兴市场，尽管相对于西欧和北美它们的雪茄销售基数很小，但是发展态势良好。美国和西欧合计占全球雪茄销量的96%，其中西欧占55%，美国占41%。自从市场上的雪茄产品从单一的手卷高档雪茄发展到手卷雪茄、机制雪茄和小雪茄并存，业内人士对整个市场形势的分析便侧重于销售额而不是销量。目前，全球雪茄类产品销售额的增长高于销量的增长，但英国不在此列，该国的雪茄制造商需要承担很高的税收。据统计，全球市场上高档雪茄的市场份额占总销量的3%，但产生的利润却达到了28%。全球雪茄市场已被少数几家跨国公司瓜分。阿塔迪斯公司的市场份额约为25%，瑞典火柴公司为13%，斯维什公司为12%，ST雪茄公司为11%，约翰·米德尔顿雪茄公司为10%，伯格公司为9%。在北美地区，年人均雪茄消费量为19支，西欧为17.7支，而东欧只有0.4支，拉丁美洲和亚洲分别只有0.9支和0.1支。美国是最大的高档雪茄消费市场。全球高档雪茄的65%是在美国消费的，西欧占25%。在欧洲，主要雪茄市场是法国、西班牙、英国和德国。全球雪茄在过去几年内销量和销售额都保持了增长，特别是小雪茄逐渐流行。另外，在美国和欧洲，芳香型和特别风味雪茄也很有前景。

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。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、

国家商务部、中国农业部、国家烟草专卖局、中国烟草总公司、中国烟草学会以及国内外相关刊物杂志的大量基础信息和统计数据，运用图、表等分析工具，结合相关的经济学理论，从宏观着眼、以微观入手，两方面分析中国雪茄企业面临的市场环境。报告对我国雪茄行业的发展现状及趋势进行了深入透彻的分析，揭示了我国雪茄行业新的发展机会以及当前面临问题的解决方案，是雪茄生产企业、雪茄相关企业准确了解目前中国雪茄市场发展动态，把握雪茄行业发展方向、制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要决策参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 雪茄行业发展概述

第一节 雪茄的定义及分类

一、雪茄的定义

二、雪茄的分类

三、雪茄的特性

第二节 雪茄产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 雪茄行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球雪茄市场发展分析

第一节 2008年全球雪茄市场分析

一、2008年全球雪茄市场回顾

二、2008年全球控烟情况分析

三、2008年全球雪茄销售分析

四、2008年全球雪茄市场规模

第二节 2009年全球雪茄市场分析

- 一、2009年全球雪茄需求分析
- 二、2009年全球雪茄市场规模
- 三、2009年全球控烟情况分析
- 四、2009年中外雪茄市场对比

第三节 主要国家地区雪茄市场分析

- 一、2008-2009年美国雪茄市场分析
- 二、2008-2009年欧洲雪茄市场分析
- 三、2008-2009年古巴雪茄市场分析
- 四、2008-2009年多米尼加雪茄市场分析
- 五、2008-2009年洪都拉斯雪茄市场分析
- 六、2008-2009年其他国家雪茄市场分析

第三章 我国雪茄行业发展现状

第一节 我国雪茄行业发展现状

- 一、雪茄行业品牌发展现状
- 二、雪茄行业消费市场现状
- 三、雪茄市场消费层次分析
- 四、我国雪茄市场走向分析

第二节 2007-2009年雪茄业发展情况分析

- 一、2007年雪茄行业发展情况分析
- 二、2008年雪茄行业发展情况分析
- 三、2009年雪茄行业发展特点分析
- 四、2009年1-5月雪茄行业发展情况

第三节 2008-2009年雪茄行业运行分析

- 一、2008-2009年雪茄业产销存运行分析
- 二、2008-2009年雪茄行业利润情况分析
- 三、2008-2009年雪茄行业发展周期分析
- 四、2009-2012年雪茄行业发展机遇分析
- 五、2009-2012年雪茄行业利润增速预测

第四章 我国雪茄市场发展研究

第一节 2008年我国雪茄市场发展研究

一、2008年1季度我国雪茄市场研究

二、2008年2季度我国雪茄市场研究

三、2008年3季度我国雪茄市场研究

四、2008年4季度我国雪茄市场研究

第二节 2009年我国雪茄市场情况

一、2009年1-5月我国雪茄产销情况

二、2009年1-5月我国雪茄市场价格情况

三、2009年1-5月重点城市雪茄市场发展情况

四、2009年1-5月我国雪茄市场发展情况

第三节 2009年我国雪茄市场结构和价格走势分析

一、2009年Q1我国雪茄市场结构和价格走势概述

二、2009年Q1我国雪茄市场结构分析

三、2009年Q1我国雪茄市场价格走势分析

四、2009年1-5月我国雪茄市场结构和价格走势概述

五、2009年1-5月我国雪茄市场结构分析

六、2009年1-5月我国雪茄市场价格走势分析

第四节 2009年我国雪茄业市场发展特点分析

一、2009年Q1我国雪茄市场格局特点

二、2009年Q1我国雪茄产品创新特点

三、2009年Q1我国雪茄市场服务特点

四、2009年Q1我国雪茄市场品牌特点

第五章 我国雪茄市场调查分析

第一节 2008年我国雪茄市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第二节 2009年1季度我国雪茄市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第三节 2009年4月份中国雪茄市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第四节 2009年5月份中国雪茄市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第六章 雪茄行业经济运行分析

第一节 2008-2009年雪茄产量分析

- 一、2008年雪茄产量分析
- 二、2009年1-5月雪茄产量分析

第二节 2008-2009年雪茄行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2008年雪茄行业主要经济指标分析
- 三、2009年1-5月雪茄行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国雪茄行业绩效分析

- 一、2008-2009年行业产销情况
- 二、2008-2009年行业规模情况
- 三、2008-2009年行业盈利能力
- 四、2008-2009年行业经营发展能力
- 五、2008-2009年行业偿债能力分析

第七章 我国雪茄行业进出口分析

第一节 我国雪茄进口分析

- 一、2008年进口总量分析
- 二、2008年进口结构分析
- 三、2008年进口区域分析

第二节 我国雪茄出口分析

- 一、2008年出口总量分析
- 二、2008年出口结构分析
- 三、2008年出口区域分析

第三节 我国雪茄进出口预测

- 一、2009年1季度进口分析
- 二、2009年1季度出口分析
- 三、2009年雪茄进口预测
- 四、2009年雪茄出口预测

第八章 我国雪茄关联产业发展分析

第一节 2008-2009年中国烟草包装业发展状况

- 一、我国烟草包装外观设计专利授权的现状
- 二、我国烟草行业过度包装问题分析
- 三、未来国际烟草包装行业走势分析
- 四、烟草用BOPP膜的发展趋势分析

第二节 2008-2009年中国烟草广告业发展状况

- 一、烟草广告业的现状分析
- 二、中国烟草广告业面临政策限制
- 三、对烟草广告策略的几点看法与建议

第三节 2008-2009年中国烟草机械业发展状况

- 一、烟草机械的发展
- 二、中式卷烟新机遇
- 三、烟草机械国产化潮流
- 四、烟草机械未来方向

第四节 2008-2009年中国烟草物流业发展状况

- 一、物流资源共享的作用及方式
- 二、物流资源共享中需要解决的问题
- 三、搭建物流资源信息平台的策略
- 四、烟草行业与逆向物流分析
- 五、烟草行业的物流配送渠道分析

第九章 雪茄区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第十章 中国雪茄行业消费市场分析

第一节 雪茄消费者消费行为分析

一、雪茄消费者分类及消费水平

二、雪茄产品的消费者吸味测试

第二节 消费心理与雪茄包装设计分析

一、消费心理与包装设计

二、消费者对雪茄包装使用过程的心理学分析

三、雪茄包装设计的一般要素

四、雪茄包装材料、文字与消费心理

五、雪茄包装装潢色彩、图案与消费心理

六、雪茄包装设计策略、定位与消费心理

七、雪茄包装设计存在的问题及对策

第三节 北京雪茄消费市场调查分析

一、北京地区各档次雪茄市场表现

二、北京地区雪茄消费群体特征

三、北京地区雪茄群体的消费行为特征

第四节 上海雪茄市场消费分析

一、上海雪茄市场的特征

二、沪产雪茄的市场表现

三、沪产雪茄面临的挑战和机遇

四、沪产雪茄的发展对策

第五节 高档雪茄消费市场分析

一、高档雪茄消费市场现状

二、高档雪茄消费者分析

三、高档雪茄消费市场主要问题分析

第十一章 雪茄行业市场营销分析

第一节 赢得雪茄零售客户持久忠诚度的策略

一、树立正确的服务意识

二、增强与客户的情感交流

三、提高客户的满意度

四、满足客户需求

五、增强客我互动

六、让零售客户获利

第二节 雪茄品牌营销策略分析

一、市场定位策略

二、产品价格策略

三、雪茄组合策略

四、广告宣传策略

第二部分 行业竞争格局

第十二章 雪茄行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国雪茄行业竞争格局综述

一、2008年雪茄行业集中度

二、2008年雪茄行业竞争程度

三、2008年雪茄企业与品牌数量

四、2008年雪茄行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年雪茄行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外雪茄竞争分析

二、2008-2009年我国雪茄市场竞争分析

三、2008-2009年我国雪茄市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要雪茄企业动向

五、2009年国内雪茄拟在建项目分析

第十三章 雪茄企业竞争策略分析

第一节 雪茄市场竞争策略分析

一、2009年雪茄市场增长潜力分析

二、2009年雪茄主要潜力品种分析

三、现有雪茄产品竞争策略分析

四、潜力雪茄品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 雪茄企业竞争策略分析

一、金融危机对雪茄行业竞争格局的影响

二、金融危机后雪茄行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国雪茄市场竞争趋势

四、2009-2012年雪茄行业竞争格局展望

五、2009-2012年雪茄行业竞争策略分析

六、2009-2012年雪茄企业竞争策略分析

第十四章 主要雪茄企业竞争分析

第一节 川渝中烟

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 武烟集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 山东中烟

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 安徽中烟

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 上海烟草

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 湖南中烟

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十五章 雪茄行业发展趋势分析

第一节 我国雪茄行业前景与机遇分析

一、我国雪茄行业发展前景

二、我国雪茄发展机遇分析

三、2009年雪茄的发展机遇分析

四、金融危机对雪茄行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国雪茄市场趋势分析

一、2008-2009年雪茄市场趋势总结

二、2009-2012年雪茄发展趋势分析

三、2009-2012年雪茄市场发展空间

四、2009-2012年雪茄产业政策趋向

五、2009-2012年雪茄技术革新趋势

六、2009-2012年雪茄价格走势分析

七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十六章 未来雪茄行业发展预测

第一节 未来雪茄需求与消费预测

- 一、2009-2012年雪茄产品消费预测
- 二、2009-2012年雪茄市场规模预测
- 三、2009-2012年雪茄行业总产值预测
- 四、2009-2012年雪茄行业销售收入预测
- 五、2009-2012年雪茄行业总资产预测
- 第二节 2009-2012年中国雪茄行业供需预测
- 一、2008-2012年中国雪茄供给预测
- 二、2009-2012年中国雪茄产量预测
- 三、2009-2012年中国雪茄需求预测
- 四、2009-2012年中国雪茄供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国雪茄产品价格预测
- 六、2009-2012年主要雪茄产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十七章 雪茄行业投资现状分析

第一节 2008年雪茄行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月雪茄行业投资情况分析

- 一、2009年1-5月总体投资及结构
- 二、2009年1-5月投资规模情况
- 三、2009年1-5月投资增速情况
- 四、2009年1-5月分行业投资分析
- 五、2009年1-5月分地区投资分析
- 六、2009年1-5月外商投资情况

第十八章 雪茄行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年雪茄行业政策环境分析
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内雪茄技术现状
- 二、2009年雪茄技术发展分析
- 三、2009-2012年雪茄技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十九章 雪茄行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较
- 二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2009年相关产业投资收益率比较
- 二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 雪茄行业投资效益分析

- 一、2008-2009年雪茄行业投资状况分析
- 二、2009-2012年雪茄行业投资效益分析
- 三、2009-2012年雪茄行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年雪茄行业的投资方向
- 五、2009-2012年雪茄行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响雪茄行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响雪茄行业运行的有利因素分析

- 二、2009-2012年影响雪茄行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响雪茄行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国雪茄行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国雪茄行业发展面临的机遇分析

第五节 雪茄行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年雪茄行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年雪茄行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年雪茄行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年雪茄行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年雪茄行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年雪茄行业其他风险及控制策略

第二十章 雪茄行业投资战略研究

第一节 雪茄行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国雪茄品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、雪茄实施品牌战略的意义
- 三、雪茄企业品牌的现状分析
- 四、我国雪茄企业的品牌战略
- 五、雪茄品牌战略管理的策略

第三节 雪茄新产品投放策略分析

- 一、产品的核心特色
- 二、小规模投放测试
- 三、适当的产品促销活动
- 四、果断的中止投放

第四节 雪茄行业投资战略研究

一、2009年烟草行业投资战略

二、2009年雪茄行业投资战略

三、2009-2012年雪茄行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：雪茄产业链分析

图表：国际雪茄市场规模

图表：国际雪茄生命周期

图表：2003-2008年中国雪茄行业市场规模

图表：2002-2008年全球雪茄产业市场规模

图表：2006-2008年雪茄重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国雪茄行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国雪茄行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国雪茄行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国雪茄发展能力分析

图表：2008-2009年中国雪茄竞争力分析

图表：2009-2012年中国雪茄产能预测

图表：2009-2012年中国雪茄消费量预测

图表：2009-2012年中国雪茄市场前景预测

图表：2009-2012年中国雪茄市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国雪茄发展前景预测

图表：2008年1-12月雪茄产量全国合计

图表：2008年1-12月雪茄产量北京市合计

图表：2008年1-12月雪茄产量天津市合计

图表：2008年1-12月雪茄产量河北省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量山西省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量吉林省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月雪茄产量上海市合计

图表：2008年1-12月雪茄产量江苏省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量浙江省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量安徽省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量福建省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量江西省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量山东省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量河南省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量湖北省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量湖南省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量广东省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量广西区合计

图表：2008年1-12月雪茄产量海南省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量重庆市合计

图表：2008年1-12月雪茄产量四川省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量贵州省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量云南省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量陕西省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月雪茄产量新疆区合计

图表：2008年1-12月雪茄产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月雪茄产量全国合计

图表：2009年1-5月雪茄产量北京市合计

图表：2009年1-5月雪茄产量天津市合计

图表：2009年1-5月雪茄产量河北省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量山西省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量吉林省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月雪茄产量上海市合计

图表：2009年1-5月雪茄产量江苏省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量浙江省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量安徽省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量福建省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量江西省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量山东省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量河南省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量湖北省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量湖南省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量广东省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量广西区合计

图表：2009年1-5月雪茄产量海南省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量重庆市合计

图表：2009年1-5月雪茄产量四川省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量贵州省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量云南省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量陕西省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月雪茄产量新疆区合计

图表：2009年1-5月雪茄产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月雪茄行业经济指标新疆区合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月雪茄行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月雪茄进口数据

图表：2008年1季度雪茄进口数据

图表：2008年1月雪茄进口数据

图表：2008年2月雪茄进口数据

图表：2008年3月雪茄进口数据

图表：2008年2季度雪茄进口数据

图表：2008年4月雪茄进口数据

图表：2008年5月雪茄进口数据

图表：2008年6月雪茄进口数据

图表：2008年3季度雪茄进口数据

图表：2008年7月雪茄进口数据

图表：2008年8月雪茄进口数据

图表：2008年9月雪茄进口数据

图表：2008年4季度雪茄进口数据

图表：2008年10月雪茄进口数据

图表：2008年11月雪茄进口数据

图表：2008年12月雪茄进口数据

图表：2008年1-12月雪茄出口数据

图表：2008年1季度雪茄出口数据

图表：2008年1月雪茄出口数据

图表：2008年2月雪茄出口数据

图表：2008年3月雪茄出口数据

图表：2008年2季度雪茄出口数据

图表：2008年4月雪茄出口数据

图表：2008年5月雪茄出口数据

图表：2008年6月雪茄出口数据

图表：2008年3季度雪茄出口数据

图表：2008年7月雪茄出口数据

图表：2008年8月雪茄出口数据

图表：2008年9月雪茄出口数据

图表：2008年4季度雪茄出口数据

图表：2008年10月雪茄出口数据

图表：2008年11月雪茄出口数据

图表：2008年12月雪茄出口数据

图表：2009年1-5月雪茄进口数据

图表：2009年1季度雪茄进口数据

图表：2009年1月雪茄进口数据

图表：2009年2月雪茄进口数据

图表：2009年3月雪茄进口数据

图表：2009年2季度雪茄进口数据

图表：2009年4月雪茄进口数据

图表：2009年5月雪茄进口数据

图表：2009年1-5月雪茄出口数据

图表：2009年1季度雪茄出口数据

图表：2009年1月雪茄出口数据

图表：2009年2月雪茄出口数据

图表：2009年3月雪茄出口数据

图表：2009年2季度雪茄出口数据

图表：2009年4月雪茄出口数据

图表：2009年5月雪茄出口数据

图表：雪茄市场调查对象情况分析

图表：雪茄消费者消费习惯调查

图表：消费者对雪茄产品价格认同情况调查分析

图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：雪茄消费者品牌状况调查分析

图表：2008-2009年中国消费者雪茄品牌构成

图表：雪茄消费者性别比例

图表：雪茄消费者年龄分布

图表：雪茄消费者购买频率分析

图表：雪茄消费者购买雪茄的规格

图表：雪茄消费者购买雪茄消费金额

图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/126867.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。