



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年烟具行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年烟具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/132969.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

烟具就是抽烟用的工具，包括装烟设备，如烟嘴、烟斗、烟枪、水烟斗、烟盒、烟壶、水烟壶等，也包括点火用的工具，如打火机、点火枪、点烟器等，也包括烟的制作工具，雪茄刀、雪茄剪、磨烟器等。由于吸烟者的与日俱增,消费需求量的不断增加,以及吸食方法的变化，既刺激了烟草制品生产的快速发展,又促进了吸烟用具的创新、发展和流传，琳琅满目的烟具,千姿百态的造型,雕镂琢磨的工艺,绚丽多彩的纹饰,形成了风格独特的艺术门类。如按各类烟草制品的不同吸食方法可分为鼻烟具、旱烟具、水烟具、斗烟具、雪茄烟具和卷烟具六大类。烟草及其制品的繁荣和发展，使得烟具得到了迅速的发展。人们在使用这些烟具的同时,十分注重其装饰艺术,所以烟具又反映出不同历史时期消费者所处的社会状态及生活习惯、文化层次等。烟具既是生产力及工艺水平发展的体现和标志,又是某一时代人们审美意识、审美情趣的结晶。烟具的演化过程由原始到现代,由单一到组合，由实用到艺术,可以说浸透着历史文化的色彩,反映了时代的变化和进步。纵观烟具的演变过程,它不但反映了烟草的发展史,也反映的社会的发展史。

2008年我国烟草行业经济效益进一步提高，累计产销卷烟22000亿支（4400万箱），累计实现工商税利4499亿元，同比增加619亿元，增长16%。2008年我国现代烟草农业建设试点工作扎实开展，烟叶工作水平整体提高。全国落实烤烟种植面积1729.7万亩，完成国家下达计划；全年收购烟叶4700万担以上，烟叶生产连续11年保持稳定发展。在开展现代烟草农业建设试点工作过程中，共投入基础设施建设专项资金74亿元，完成541万亩以水利工程、机耕路、密集式烤房为主要内容的基础设施建设任务。全国具备排灌能力的基本烟田达到2550万亩。烟叶规模种植取得新的进展，全国户均种烟面积7.7亩，比上年增加2.3亩。专业化服务水平进一步提高，烟农增产增收效果明显。种烟每亩平均收入2215元，比上年增加590元；全国烟农户均收入17096元，同比增加8352元。同时，我国烟草行业各项改革继续推进，体制机制不断健全完善。国家烟草专卖局制定了《关于卷烟工业跨省联合重组工作的指导意见》，广东中烟和广西中烟、浙江中烟和甘肃烟草工业实施了跨省联合重组，云南中烟的红塔、红云、红河三个集团公司整合为两个集团公司。目前全国卷烟工业企业已减少到30家，品牌跨省整合和现代企业制度建设迈出新的步伐。“走出去”战略加快实施，全年实现出口商品总值7.38亿美元，同比增长22%，境外卷烟生产158.4万件，同比增长54.9%。

2008年1-12全国烟草制品业工业增加值增长12.6%，在全国主要行业中增长较为快速。而全国烟草制品业的工业总产值也是逐年递加，08年1-12月全国烟草制品业工业总产值为4397.04亿元(当年价格)(下同)，比上年同期增长16.24%，其中，国有企业烟草制品业的工业总产值为3928.4亿元，同比增长15.88%，外资及港澳台企业烟草制品业的工业总产值为7.21亿元，同比减少18.96%，而私营企业烟草制品业的工业中产值为19060.4万元，同比增长41.07%，国内

的企业已经对烟草制品业的生产形成垄断之势，特别是国有企业。分产业类别看：08年1-12月全国烟草制品业中的烟叶复烤业产值为75.64亿元，同比减少5.6%，减少的幅度比上月有所减少，国有企业产值为51.97亿元，同比减少6.45%，外资企业的产值为3.88亿元，同比减少34.29%，该产业的迅速萎缩，对于全国烟草制品业的长远发展显得后劲不足。2009年1-2月，烟草行业增加值同比增长5.6%，其中2月份增长9.2%。头两个月，生产卷烟4482亿支，增长2.6%，同比回落6.1个百分点。

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、国家商务部、国家海关总署、国家烟草专卖局、中国烟草总公司、中国烟草学会、温州市烟具行业协会、全国商业信息中心、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及各省市相关统计单位与行业协会等公布和提供的大量资料和实地调查获取的第一手信息，对我国烟具行业的发展状况、需求状况、营销状况、消费变化、烟具企业的战略选择以及烟具市场发展趋势进行了详细的分析和预测，并对国内烟具子产业和重点市场的发展、国内外著名品牌企业的经营管理、等方面进行了深入探讨。本报告是烟具原料供应、生产加工和市场经营企业或单位及计划投资于烟具行业的企业、单位和个人等准确了解目前国内外烟具市场发展动态，把握烟具行业消费现状与趋势，制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 烟具行业发展概述

第一节 烟具的概念

一、烟具的定义

二、烟具的特点

三、烟具的分类

第二节 烟具行业发展成熟度

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

第三节 烟具市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

- 三、影响需求的关键因素
- 四、国内和国际市场
- 五、主要竞争因素
- 六、生命周期

第二章 国际烟具市场发展分析

第一节 世界烟具行业发展分析

- 一、2007年世界烟具行业发展分析
- 二、2008年世界烟具行业发展分析
- 三、2009年世界烟具行业发展分析

第二节 全球烟具市场分析

- 一、2009年全球烟具需求分析
- 二、2009年欧美烟具需求分析
- 三、2009年中外烟具市场对比

第三节 2008-2009年主要地区烟具行业发展分析

- 一、2008-2009年美洲烟具行业分析
- 二、2008-2009年亚洲烟具行业分析
- 三、2008-2009年欧洲烟具行业分析

第三章 我国烟具行业发展分析

第一节 国内烟具行业发展现状

- 一、我国烟具行业消费状况
- 二、我国烟具行业生产状况
- 三、我国烟具行业面临的问题
- 四、我国烟具行业产品结构
- 五、中国烟具行业技术发展

第二节 中国烟具市场供需状况

- 一、2009年中国烟具行业供给能力
- 二、2009年中国烟具市场供给分析
- 三、2009年中国烟具市场需求分析
- 四、2009年中国烟具产品价格分析

第三节 我国烟具市场分析

- 一、2008年上半年烟具市场分析
- 二、2008年下半年烟具市场分析
- 三、2009年上半年烟具市场分析
- 四、2009年烟具市场的走向分析

第四章 烟具产业经济运行分析

第一节 2008-2009年中国烟具产业工业总产值分析

- 一、2008-2009年中国烟具产业工业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2008-2009年中国烟具产业市场销售收入分析

- 一、2008-2009年中国烟具产业市场总销售收入分析
- 二、不同规模企业总销售收入分析
- 三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 2008-2009年中国烟具产业产品成本费用分析

- 一、2008-2009年中国烟具产业成本费用总额分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2008-2009年中国烟具产业利润总额分析

- 一、2008-2009年中国烟具产业利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五章 我国烟具产业进出口分析

第一节 我国烟具产品进口分析

- 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 我国烟具产品出口分析

- 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 我国烟具产品进出口预测

- 一、2009年上半年进口分析
- 二、2009年上半年出口分析
- 三、2009年烟具进口预测
- 四、2009年烟具出口预测

第六章 中国烟具行业消费市场分析

第一节 中国烟具消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2008-2009年消费者收入水平
- 三、2009年消费者信心指数分析

第二节 烟具行业目标客户群体调查

- 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

第三节 烟具市场消费需求分析

- 一、烟具市场的消费需求变化
- 二、烟具行业的需求情况分析
- 三、2009年烟具品牌市场消费需求分析

第四节 烟具消费市场状况分析

- 一、烟具行业消费特点
- 二、烟具消费者分析
- 三、烟具消费结构分析
- 四、烟具消费的市场变化
- 五、烟具市场的消费方向

第二部分 行业竞争格局

第七章 烟具行业竞争格局分析

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 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 烟具行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2008-2009年烟具行业竞争格局分析

一、2008年烟具行业竞争分析

二、2008年中外烟具产品竞争分析

三、2008-2009年国内外烟具竞争分析

四、2008-2009年我国烟具市场竞争分析

五、2008-2009年我国烟具市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要烟具企业动向

第八章 烟具企业竞争策略分析

第一节 烟具市场竞争策略分析

一、2009年烟具市场增长潜力分析

二、2009年烟具主要潜力品种分析

三、现有烟具产品竞争策略分析

四、潜力烟具品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 烟具企业竞争策略分析

一、金融危机对烟具行业竞争格局的影响

二、金融危机后烟具行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国烟具市场竞争趋势

四、2009-2012年烟具行业竞争格局展望

五、2009-2012年烟具行业竞争策略分析

六、2009-2012年烟具企业竞争策略分析

第九章 主要烟具品牌竞争分析

第一节 登喜路（中国驰名商标）

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 科利布瑞（中国驰名商标）

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 GIZEH (中国驰名商标)

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 Chacom（中国驰名商标）

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 Stanwell（一线品牌）

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 Vauen (中国驰名商标)

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

第七节 Mastro de paja (中国驰名商标)

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

第八节 Savinelli (中国驰名商标)

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

第九节 Peter Matzhold (中国驰名商标)

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

第十节 Zig-zag (中国驰名商标)

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

第十章 烟具行业发展趋势分析

第一节 2009年发展环境展望

一、2009年宏观经济形势展望

二、2009年政策走势及其影响

三、2009年国际行业走势展望

第二节 2009年烟具行业发展趋势分析

一、2009年技术发展趋势分析

二、2009年产品发展趋势分析

三、2009年行业竞争格局展望

第三节 2009-2012年中国烟具市场趋势分析

一、2008-2009年烟具市场趋势总结

二、2009-2012年烟具发展趋势分析

三、2009-2012年烟具市场发展空间

四、2009-2012年烟具产业政策趋向

五、2009-2012年烟具技术革新趋势

六、2009-2012年烟具价格走势分析

第十一章 未来烟具行业发展预测

第一节 未来烟具需求与消费预测

一、2009-2012年烟具产品消费预测

二、2009-2012年烟具市场规模预测

三、2009-2012年烟具行业总产值预测

四、2009-2012年烟具行业销售收入预测

五、2009-2012年烟具行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国烟具行业供需预测

一、2008-2012年中国烟具供给预测

二、2009-2012年中国烟具产量预测

三、2009-2012年中国烟具需求预测

四、2009-2012年中国烟具供需平衡预测

五、2009-2012年中国烟具产品价格预测

六、2009-2012年主要烟具产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 烟具行业投资现状分析

第一节 2008年烟具行业投资情况分析

- 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年上半年烟具行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

第十三章 烟具行业投资环境分析

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年烟具行业政策环境
- 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 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

第十四章 烟具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 烟具行业投资效益分析

一、2008-2009年烟具行业投资状况分析

二、2009-2012年烟具行业投资效益分析

三、2009-2012年烟具行业投资趋势预测

四、2009-2012年烟具行业的投资方向

五、2009-2012年烟具行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响烟具行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响烟具行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响烟具行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响烟具行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国烟具行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国烟具行业发展面临的机遇分析

第五节 烟具行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年烟具行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年烟具行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年烟具行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年烟具行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年烟具同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年烟具行业其他风险及控制策略

第十五章 烟具行业投资战略研究

第一节 烟具行业发展战略研究

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 对我国烟具品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、烟具实施品牌战略的意义

三、烟具企业品牌的现状分析

四、我国烟具企业的品牌战略

五、烟具品牌战略管理的策略

第三节 烟具行业投资战略研究

一、2009年卷烟行业投资战略研究

二、2009年烟具行业投资战略研究

三、2009-2012年烟具行业投资形势

四、2009-2012年烟具行业投资战略

图表目录

图表：烟具产业链分析

图表：国际烟具市场规模

图表：国际烟具生命周期

图表：2008-2009年中国烟具行业市场规模

图表：2008-2009年全球烟具产业市场规模

图表：2008-2009年烟具重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国烟具行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国烟具行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国烟具行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国烟具竞争力分析

图表：2009-2012年中国烟具产能预测

图表：2009-2012年中国烟具消费量预测

图表：2009-2012年中国烟具市场前景预测

图表：2009-2012年中国烟具市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国烟具发展前景预测

图表：2008年1-12月烟具进口数据

图表：2008年1季度烟具进口数据

图表：2008年1月烟具进口数据

图表：2008年2月烟具进口数据

图表：2008年3月烟具进口数据

图表：2008年2季度烟具进口数据

图表：2008年4月烟具进口数据

图表：2008年5月烟具进口数据

图表：2008年6月烟具进口数据

图表：2008年3季度烟具进口数据

图表：2008年7月烟具进口数据

图表：2008年8月烟具进口数据

图表：2008年9月烟具进口数据

图表：2008年4季度烟具进口数据

图表：2008年10月烟具进口数据

图表：2008年11月烟具进口数据

图表：2008年12月烟具进口数据

图表：2008年1-12月烟具出口数据

图表：2008年1季度烟具出口数据

图表：2008年1月烟具出口数据

图表：2008年2月烟具出口数据

图表：2008年3月烟具出口数据

图表：2008年2季度烟具出口数据

图表：2008年4月烟具出口数据

图表：2008年5月烟具出口数据

图表：2008年6月烟具出口数据

图表：2008年3季度烟具出口数据

图表：2008年7月烟具出口数据

图表：2008年8月烟具出口数据

图表：2008年9月烟具出口数据

图表：2008年4季度烟具出口数据

图表：2008年10月烟具出口数据

图表：2008年11月烟具出口数据

图表：2008年12月烟具出口数据
图表：2009年1-6月烟具进口数据
图表：2009年1季度烟具进口数据
图表：2009年1月烟具进口数据
图表：2009年2月烟具进口数据
图表：2009年3月烟具进口数据
图表：2009年2季度烟具进口数据
图表：2009年4月烟具进口数据
图表：2009年5月烟具进口数据
图表：2009年6月烟具进口数据
图表：2009年1-6月烟具出口数据
图表：2009年1季度烟具出口数据
图表：2009年1月烟具出口数据
图表：2009年2月烟具出口数据
图表：2009年3月烟具出口数据
图表：2009年2季度烟具出口数据
图表：2009年4月烟具出口数据
图表：2009年5月烟具出口数据
图表：2009年6月烟具出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/132969.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提供专业投资咨询报告、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。