



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年雪茄行业发展前景 分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2010-2015年雪茄行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/149647.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

2009年，我国烟草市场环境发生了重大变化，国家对卷烟消费税政策也进行了重大调整。在严峻复杂的经济形势面前，烟草行业坚持把“税利保增长”建立在尊重市场规律、优化资源配置、良好经营秩序、保持价格稳定、管理水平提升“五个基础”之上。烟草行业继续保持了良好发展态势。全年实现工商税利5131.1亿元，同比增加559.3亿元，增长12.2%；其中实现税费4163.4亿元，同比增加864.6亿元，增长26.2%。近年来，烟草行业按照“加强烟田基础设施建设，实现规模化种植、集约化经营、专业化分工、信息化管理”的要求，扎实开展现代烟草农业建设。2009年，全国共安排现代烟草农业试点单位143个，其中整县推进3个，整乡推进41个。为加强烟田基础设施建设，全年共安排专项资金99.7亿元，新建密集式烤房16.6万座，新修机耕路9097.1公里、沟渠9669.2公里，烟田综合生产能力和抗御自然灾害能力得到进一步增强，烟区生产生活环境得到进一步改善。在烟叶生产过程中，全国商品化供苗面积比例达94.0%，机械化整地比例达57.7%，密集式烤房烘烤比例达66.8%。通过扎实开展现代烟草农业建设，带动了烟叶工作水平的全面提高，有力促进了烟区经济社会发展和烟农增收。2009年，全国共种植烤烟1685.2万亩，同比减少44.5万亩；户均种烟规模11.2亩，同比增加3.5亩；烟叶平均亩产304斤，同比增加27斤；烟叶收购均价7.2元/斤，同比增加0.28元/斤；户均种烟收入24400元，同比增加7300元。2009年，烟草行业努力运用现代信息技术和手段，加快推进传统商业向现代流通转变，积极构建全国统一的卷烟销售网络体系，切实为广大零售客户提供优质高效的服务，有效保障了广大零售客户的合理利益。在全国495.3万户卷烟零售客户中，电话订货率为96%，电子结算率为68%，卷烟配送分拣到户率为88%。据调查统计，2009年全国卷烟零售毛利率接近10%，户均盈利额超过10000元。

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、国内外相关刊物杂志的基础信息以及雪茄研究单位等公布和提供的大量资料，结合对雪茄相关企业的实地调查，对我国雪茄行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了雪茄行业的前景与风险。报告揭示了雪茄市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球雪茄行业发展分析

第一节 2009年全球雪茄市场分析

一、2009年全球雪茄市场回顾

二、2009年全球雪茄市场环境

三、2009年全球雪茄销售分析

四、2009年全球雪茄市场规模

第二节 2010年全球雪茄市场分析

一、2010年全球雪茄需求分析

二、2010年全球雪茄市场规模

三、2010年全球雪茄品牌分析

四、2010年中外雪茄市场对比

第三节 部分国家地区雪茄行业发展状况

一、2009-2010年美国雪茄行业发展分析

二、2009-2010年欧洲雪茄行业发展分析

三、2009-2010年日本雪茄行业发展分析

四、2009-2010年韩国雪茄行业发展分析

第二章 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 我国雪茄行业发展状况

一、2009年中国雪茄行业发展回顾

二、2009年雪茄行业发展情况分析

三、2009年我国雪茄市场特点分析

四、2010年我国雪茄市场发展分析

第三节 中国雪茄行业供需分析

一、2009年中国雪茄市场供给总量分析

二、2009年中国雪茄市场供给结构分析

三、2010年中国雪茄市场需求总量分析

四、2010年中国雪茄市场需求结构分析

五、2010年中国雪茄市场供需平衡分析

第三章 中国雪茄行业经济运行分析

第一节 2009-2010年雪茄行业运行情况

一、2009年雪茄行业经济指标分析

二、2010年雪茄行业经济指标分析

第二节 2009-2010年雪茄行业产量分析

一、2009年我国雪茄产品产量分析

二、2010年我国雪茄产品产量分析

第三节 2009年雪茄行业进出口分析

一、2009年雪茄行业进口总量及价格

二、2009年雪茄行业出口总量及价格

三、2009年雪茄行业进出口数据统计

四、2010-2015年雪茄进出口态势展望

第四章 中国雪茄消费市场分析

第一节 雪茄行业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 雪茄市场消费需求分析

一、雪茄市场的消费需求变化

二、雪茄行业的需求情况分析

三、2010年雪茄品牌市场消费需求分析

第三节 雪茄消费市场状况分析

一、雪茄行业消费特点

二、雪茄消费者分析

三、雪茄消费结构分析

四、雪茄消费的市场变化

五、雪茄市场的消费方向

第四节 雪茄行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、雪茄行业品牌忠诚度调查

六、雪茄行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五章 中国雪茄行业区域市场分析

第一节 华北地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第二节 东北地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第三节 华东地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第四节 华南地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第五节 华中地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第六节 西南地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第七节 西北地区雪茄行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第六章 雪茄行业投资与发展前景分析

第一节 2009年雪茄行业投资情况分析

- 一、2009年雪茄行业总体投资结构
- 二、2009年雪茄行业投资规模情况
- 三、2009年雪茄行业投资增速情况
- 四、2009年雪茄分行业投资分析
- 五、2009年雪茄分地区投资分析

第二节 雪茄行业投资机会分析

- 一、雪茄投资项目分析
- 二、可以投资的雪茄模式
- 三、2010年雪茄投资机会
- 四、2010年雪茄细分行业投资机会
- 五、2010年雪茄投资新方向

第三节 雪茄行业发展前景分析

- 一、雪茄市场发展前景分析
- 二、我国雪茄市场蕴藏的商机
- 三、后危机时代雪茄市场的发展前景
- 四、2010年雪茄市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年雪茄市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 雪茄行业竞争格局分析

第一节 雪茄行业集中度分析

一、雪茄市场集中度分析

二、雪茄企业集中度分析

三、雪茄区域集中度分析

第二节 雪茄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、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 雪茄行业竞争格局分析

一、2009年雪茄行业竞争分析

二、2009年中外雪茄产品竞争分析

三、2009-2010年国内外雪茄竞争分析

四、2009-2010年我国雪茄市场竞争分析

五、2009-2010年我国雪茄市场集中度分析

六、2010-2015年国内主要雪茄企业动向

第八章 2010-2015年中国雪茄行业发展形势分析

第一节 雪茄行业发展概况

一、雪茄行业发展特点分析

二、雪茄行业投资现状分析

三、雪茄行业总产值分析

四、雪茄行业技术发展分析

第二节 2009-2010年雪茄行业市场情况分析

一、雪茄行业市场发展分析

二、雪茄市场存在的问题

三、雪茄市场规模分析

第三节 2009-2010年雪茄产销状况分析

一、雪茄产量分析

二、雪茄产能分析

三、雪茄市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国雪茄行业整体运行指标分析

第一节 2009-2010年中国雪茄行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009-2010年中国雪茄行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009-2010年中国雪茄行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 雪茄行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年雪茄原材料价格走势

二、2009-2010年雪茄行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2009-2010年雪茄行业产销情况

二、2009-2010年雪茄行业库存情况

三、2009-2010年雪茄行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2009-2010年雪茄行业价格走势

二、2009-2010年雪茄行业营业收入情况

三、2009-2010年雪茄行业毛利率情况

四、2009-2010年雪茄行业赢利能力

五、2009-2010年雪茄行业赢利水平

六、2010-2015年雪茄行业赢利预测

第十一章 雪茄行业盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国雪茄行业利润总额分析

- 一、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

第二节 2009-2010年中国雪茄行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009-2010年中国雪茄行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009-2010年中国雪茄行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 雪茄重点企业发展分析

第一节 川渝中烟

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力
- 四、2010-2015年投资风险

第二节 武烟集团

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力
- 四、2010-2015年投资风险

第三节 山东中烟

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四节 安徽中烟

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第五节 上海烟草

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第六节 湖南中烟

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 雪茄行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 雪茄行业投资效益分析

一、2009年雪茄行业投资状况分析

二、2009年雪茄行业投资效益分析

三、2010-2015年雪茄行业投资方向

四、2010-2015年雪茄行业投资建议

第四节 雪茄行业投资策略研究

一、2009年雪茄行业投资策略

二、2010年雪茄行业投资策略

三、2010-2015年雪茄行业投资策略

四、2010-2015年雪茄细分行业投资策略

第十四章 雪茄行业投资风险预警

第一节 影响雪茄行业发展的主要因素

一、2010年影响雪茄行业运行的有利因素

二、2010年影响雪茄行业运行的稳定因素

三、2010年影响雪茄行业运行的不利因素

四、2010年我国雪茄行业发展面临的挑战

五、2010年我国雪茄行业发展面临的机遇

第二节 雪茄行业投资风险预警

一、2010-2015年雪茄行业市场风险预测

二、2010-2015年雪茄行业政策风险预测

三、2010-2015年雪茄行业经营风险预测

四、2010-2015年雪茄行业技术风险预测

五、2010-2015年雪茄行业竞争风险预测

六、2010-2015年雪茄行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 雪茄行业发展趋势分析

第一节 2010-2015年中国雪茄市场趋势分析

一、2009-2010年我国雪茄市场趋势总结

二、2010-2015年我国雪茄发展趋势分析

第二节 2010-2015年雪茄产品发展趋势分析

一、2010-2015年雪茄产品技术趋势分析

二、2010-2015年雪茄产品价格趋势分析

第三节 2010-2015年中国雪茄行业供需预测

一、2008-2012年中国雪茄供给预测

二、2010-2015年中国雪茄需求预测

三、2010-2015年中国雪茄价格预测

第四节 2010-2015年雪茄行业规划建议

一、雪茄行业"十一五"整体规划

二、雪茄行业"十二五"规划预测

三、2010-2015年雪茄行业规划建议

第十六章 雪茄企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、雪茄价格策略分析

二、雪茄渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高雪茄企业竞争力的策略

一、提高中国雪茄企业核心竞争力的对策

二、雪茄企业提升竞争力的主要方向

三、影响雪茄企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高雪茄企业竞争力的策略

第四节 对我国雪茄品牌的战略思考

一、雪茄实施品牌战略的意义

二、雪茄企业品牌的现状分析

三、我国雪茄企业的品牌战略

四、雪茄品牌战略管理的策略

图表目录

图表：雪茄产业链分析

图表：雪茄行业生命周期

图表：2009-2010年中国雪茄行业市场规模

图表：2009-2010年全球雪茄产业市场规模

图表：2009-2010年雪茄重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国雪茄行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国雪茄行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国雪茄行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国雪茄竞争力分析

图表：2010-2015年中国雪茄市场前景预测

图表：2010-2015年中国雪茄市场价格走势预测

图表：2010-2015年中国雪茄发展前景预测

图表：2001-2009年美国雪茄市场销售规模

图表：2010-2015年美国雪茄市场销售规模预测

图表：2002-2009年英国雪茄市场规模

图表：2002-2009年英国雪茄市场占全球和欧洲份额比较

图表：2010-2015年英国雪茄市场规模预测

图表：2008-2012年英国雪茄市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2009年德国雪茄市场规模

图表：2002-2009年德国雪茄市场占全球和欧洲份额比较

图表：2010-2015年德国雪茄市场规模预测

图表：2008-2012年德国雪茄市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2009年日本雪茄市场规模

图表：2002-2009年日本雪茄市场占全球和亚洲份额比较

图表：2010-2015年日本雪茄市场规模预测

图表：2010-2015年日本雪茄市场规模趋预测势图

图表：2002-2009年中国雪茄市场规模

图表：2002-2009年中国雪茄市场占全球和亚洲份额比较

图表：2010-2015年中国雪茄市场规模预测

图表：2010-2015年中国雪茄市场规模趋预测势图

图表：2009-2010年3月雪茄行业销售成本分析

图表：2009-2010年3月雪茄行业销售费用分析

图表：2009-2010年3月雪茄行业管理费用分析

图表：2009-2010年3月雪茄行业财务费用分析

图表：2009-2010年3月雪茄行业销售及利润分析

图表：2009-2010年3月雪茄行业销售毛利率分析

图表：2009-2010年3月雪茄行业销售利润率分析

图表：2009-2010年3月雪茄行业成本费用利润率分析

图表：2009-2010年3月雪茄行业总资产利润率分析

图表：2009-2010年3月雪茄行业资产分析

图表：2009-2010年3月雪茄行业负债分析

图表：2009-2010年3月雪茄行业偿债能力分析

图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2009年年末国家外汇储备

图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2009年年末电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2009年年末各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009-2010年3月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年3月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-12月我国雪茄产品进口数据

图表：2009年1-12月我国雪茄产品出口数据

图表：2009年1月我国雪茄产品进口数据

图表：2009年1月我国雪茄产品出口数据

图表：2009年2月我国雪茄产品进口数据

图表：2009年2月我国雪茄产品出口数据

图表：2009年3月我国雪茄产品进口数据

图表：2009年3月我国雪茄产品出口数据

图表：2009年4月我国雪茄产品进口数据

图表：2009年4月我国雪茄产品出口数据

图表：2009年5月我国雪茄产品进口数据

图表：2009年5月我国雪茄产品出口数据

图表：2009年6月我国雪茄产品进口数据

图表：2009年6月我国雪茄产品出口数据

图表：2009年7月我国雪茄产品进口数据

图表：2009年7月我国雪茄产品出口数据

图表：2009年8月我国雪茄产品进口数据

图表：2009年8月我国雪茄产品出口数据

图表：2009年9月我国雪茄产品进口数据

图表：2009年9月我国雪茄产品出口数据

图表：2009年10月我国雪茄产品进口数据

图表：2009年10月我国雪茄产品出口数据

图表：2009年11月我国雪茄产品进口数据

图表：2009年11月我国雪茄产品出口数据

图表：2009年12月我国雪茄产品进口数据

图表：2009年12月我国雪茄产品出口数据

图表：2009-2010年3月中国雪茄行业国有企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国雪茄行业集体企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国雪茄行业股份合作制企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国雪茄行业股份制企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国雪茄行业私营企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国雪茄行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国雪茄行业其他类型企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国不同所有制雪茄企业累计工业总产值对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制雪茄企业累计产品销售收入对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制雪茄企业累计资产总计对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制雪茄企业累计利润总额对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制雪茄企业累计工业总产值增长对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制雪茄企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制雪茄企业累计利润总额增长对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制雪茄企业产销率对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制雪茄企业流动资产周转次数对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制雪茄企业人均销售率对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制雪茄企业亏损面对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制雪茄企业销售利润率对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制雪茄企业资金利税率对比

图表：2009年1-12月雪茄产品产量全国统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量北京市统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量天津市统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量河北省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量吉林省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量上海市统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量江苏省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量浙江省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量安徽省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量福建省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量江西省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量山东省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量河南省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量湖北省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量湖南省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量广东省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量广西区统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量海南省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量四川省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量云南省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量陕西省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量青海省统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-12月雪茄产品产量新疆区统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量全国统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量北京市统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量天津市统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量河北省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量内蒙古统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量辽宁省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量吉林省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量黑龙江统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量上海市统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量江苏省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量浙江省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量安徽省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量福建省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量江西省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量山东省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量河南省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量湖北省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量湖南省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量广东省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量广西区统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量海南省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量四川省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量云南省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量陕西省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量甘肃省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量青海省统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量宁夏区统计

图表：2010年1-3月雪茄产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/149647.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。