艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年卷烟行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2011-2015年卷烟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/188773.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

2011年1-5月份，低焦油卷烟发展态势持续向好，品牌培育成效明显，低焦油卷烟市场逐步成长，有力支撑了"卷烟上水平"的深入推进。1-5月份，行业低焦油卷烟(卷烟焦油量8mg/支及以下)产销规模持续扩大。低焦油卷烟实现产量114.13万箱，同比增长163.99%；低焦油卷烟实现销量113.19万箱，同比增长157.01%。低焦油卷烟的发展势头远超过全国卷烟发展平均水平。1-5月份，重点品牌仍然是低焦油卷烟产销的"主力军"。重点品牌实现低焦油卷烟产量100.62万箱，占低焦油卷烟总产量的88.16%；实现低焦油卷烟销量97.79万箱，占低焦油卷烟总销量的86.39%。1-5月份，低焦油卷烟的产销力度进--步加大，低焦油品牌规模持续扩大。低焦油卷烟产量规模前三位分别是"长白山"、"黄鹤楼"、"中南海"品牌，相比1-4月份，"长白山"取代"黄鹤楼"成为产量最大的低焦油卷烟品牌；低焦油卷烟销量规模前三位品牌是"长白山"、"黄鹤楼"、"红金龙"，与1-4月份排名没有发生变化。1-5月份，低焦油卷烟持续加快发展，低焦油品牌的发展速度进一步提升，竞争势头加剧。低焦油卷烟中，"黄鹤楼"、"长白山"、"红金龙"是产量增量最大的前三个品牌，同比分别增15.92万箱、15.37万箱和11.61万箱；"长白山"、"黄鹤楼"　"红金龙"是销量增量最大的前三个品牌，同比分别增加16.15万箱、15.1l万箱和12.09万箱。1-5月份，各工业企业进一步加大低焦油卷烟的生产力度。全国有25家工业企业生产低焦油卷烟，同比增加了4家。其中，吉林烟草工业有限责任公司、上海烟草集团有限责任公司、湖北中烟工业有限责任公司分别以24.62万箱、20.22万箱和19.80万箱，成为低焦油卷烟生产规模最大的前三家企业。1-5月份，商业公司加大对培育低焦油卷烟的力度，低焦油卷烟市场迅速成长。33个省级市场的低焦油卷烟销量同比增加，其中，19个省级市场的销量增幅超过100%；甘肃、青海、湖南、湖北、内蒙古等5个省级市场销量增幅超过300%；湖北、吉林、黑龙江等三个省级市场低焦油卷烟销量名列全国三甲，分别为20.42万箱、10.32万箱和7.97万箱。

2010年中国烟草行业实现利税超过6000亿元，烟草销量大幅增长。2011年上半年，全国烟草行业实现工商税利4083亿元，同比增长23%；其中实现税金2809亿元，同比增长24%。2011年上半年，全行业生产卷烟2550.5万箱，同比增长3.9%；销售卷烟2615.9万箱，同比增长4.3%。随着行业精准营销工作的深入推进，精确信息、精准投放、精细管理等工作措施的落实，都需要烟草商业企业对市场情况进行全面掌控，这就对商业企业市场细分工作提出了更高要求。在实施精准营销的过程中，很多商业企业提出了"把合适的卷烟投放给合适的零售客户"理念，基于这一认知，只有对卷烟市场进行合理细分，才能做到科学投放，才能取得精准营销工作的成功。所谓市场细分，就是根据消费者需求将整体市场划分为若干消费群体的过程，每一个消费群体都是一个具有相似需求和欲望的细分市场。借助市场细分，企业能够向目标细分市场提供个性化产品、服务或者相关营销组合，从而使客户需求得到充分满足，不断提

高顾客忠诚度。对烟草商业企业来讲，科学的市场细分对企业营销策略的制定、营销组合的推广有着重要的指导意义。比如，在制定营销策略时，企业通过市场细分，能够准确把握投放策略，即根据零售客户所处的细分市场，决定投放卷烟的品牌和数量。同时，通过市场细分和市场调研，企业还能发现尚未被满足的客户群体。如果能够根据这一类客户群体的需求特征推出个性化产品或服务，就可以进一步增强精准营销战略的执行效果。但从当前市场细分的执行来看，形势不容乐观。不少商业企业制定营销策略时，不是依据以消费者真实需求为基础的细分市场，而是依据零售客户的分类级别。但零售客户级别基本上是根据其历史销售数据确定的，具有很大的变动性，所以在很多情况下，零售客户需要的产品不一定就是区域内消费者所需要的，这样就无法反映市场的真实需求，使得市场上的一些卷烟品牌出现供需失衡。

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，两方面分析中国卷烟企业面临的市场环境。报告对我国卷烟行业的发展现状及趋势进行了深入透彻的分析，揭示了我国卷烟行业新的发展机会以及当前面临问题的解决方案，是卷烟生产企业、卷烟相关企业准确了解目前中国卷烟市场发展动态，把握卷烟行业发展方向、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 卷烟行业发展概述
第一节 卷烟的定义及分类
一、卷烟的定义
二、卷烟的分类
三、卷烟的特性
第二节 卷烟产业链分析
一、市场特点
二、行业经济特性

三、产业链结构分析
第三节 卷烟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 全球卷烟市场发展分析
第一节 2010年全球卷烟市场分析
一、2010年全球卷烟市场回顾
二、2010年全球控烟情况分析
三、2010年全球卷烟销售分析
四、2010年全球卷烟市场规模
第二节 2011年全球卷烟市场分析
一、2011年全球卷烟需求分析
二、2011年全球卷烟市场规模
三、2011年全球控烟情况分析
四、2011年中外卷烟市场对比
第三节 主要国家地区卷烟市场分析
一、2010-2011年美国卷烟市场分析
二、2010-2011年欧洲卷烟市场分析
三、2010-2011年日本卷烟市场分析
四、2010-2011年韩国卷烟市场分析
五、2010-2011年其他国家卷烟市场

第三章 我国卷烟行业发展现状
第一节 我国卷烟行业发展现状
一、卷烟行业品牌发展现状
二、卷烟行业消费市场现状
三、卷烟市场消费层次分析
四、我国卷烟市场走向分析
第二节 2009-2011年卷烟业发展情况分析
一、2009年卷烟行业发展情况分析

二、2010年卷烟行业发展情况分析
三、2011年卷烟行业发展特点分析
四、2011年1-8月卷烟行业发展情况
第三节 2010-2011年卷烟行业运行分析
一、2010-2011年卷烟业产销存运行分析
二、2010-2011年卷烟行业利润情况分析
三、2010-2011年卷烟行业发展周期分析
四、2011-2015年卷烟行业发展机遇分析
五、2011-2015年卷烟行业利润增速预测

第四章 我国卷烟市场发展研究
第一节 2010年我国卷烟市场发展研究
一、2010年1季度我国卷烟市场研究
二、2010年2季度我国卷烟市场研究
三、2010年3季度我国卷烟市场研究
四、2010年4季度我国卷烟市场研究
第二节 2011年我国卷烟市场情况
一、2011年1-8月我国卷烟产销情况
二、2011年1-8月我国卷烟市场价格情况
三、2011年1-8月重点城市卷烟市场发展情况
四、2011年1-8月我国卷烟市场发展情况
第三节 2011年我国卷烟市场结构和价格走势分析
一、2011年1-8月我国卷烟市场结构和价格走势概述
二、2011年1-8月我国卷烟市场结构分析
三、2011年1-8月我国卷烟市场价格走势分析
第四节 2011年我国卷烟业市场发展特点分析
一、2011年1-8月我国卷烟市场格局特点
二、2011年1-8月我国卷烟产品创新特点
三、2011年1-8月我国卷烟市场服务特点
四、2011年1-8月我国卷烟市场品牌特点

第五章 我国卷烟市场调查分析

第一节 2010年我国卷烟市场调查分析
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 2011年1季度我国卷烟市场调查分析
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 2011年上半年中国卷烟市场调查分析
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 卷烟行业经济运行分析
第一节 2010-2011年卷烟产量分析
一、2010年卷烟产量分析
二、2011年1-8月卷烟产量分析
第二节 2010-2011年卷烟行业主要经济指标分析
一、销售收入前十家企业分析
二、2010年卷烟行业主要经济指标分析

三、2011年1-8月卷烟行业主要经济指标分析
第三节 2010-2011年我国卷烟行业绩效分析
一、2010-2011年行业产销情况
二、2010-2011年行业规模情况
三、2010-2011年行业盈利能力
四、2010-2011年行业经营发展能力
五、2010-2011年行业偿债能力分析

第七章 我国卷烟行业进出口分析
第一节 我国卷烟进口分析
一、2010年进口总量分析
二、2010年进口结构分析
三、2010年进口区域分析
第二节 我国卷烟出口分析
一、2010年出口总量分析
二、2010年出口结构分析
三、2010年出口区域分析
第三节 我国卷烟进出口预测
一、2011年1季度进口分析
二、2011年1季度出口分析
三、2011年卷烟进口预测
四、2011年卷烟出口预测

第八章 我国卷烟上有行业发展分析
第一节 烟叶
一、2010-2011年我国烟叶复烤业产销情况
二、2011年我国烟叶收购价实现较大增幅
三、我国烟叶生产分析
四、我国烟叶生产可持续发展分析
第二节 烟草机械设备
一、世界卷烟机械市场活力再现
二、中国卷烟包装设备制造业的发展

第三节 烟草物资
一、2010年湖南省首条高档卷烟纸生产线投产
二、2011年3月份我国纸及纸浆进口环比冲高回落
三、国产卷烟纸面对市场的发展分析
四、国高档卷烟纸产量分析
五、卷烟纸制造行业未来发展分析

第九章 卷烟区域市场情况分析
第一节 华北地区
一、2010-2011年行业发展现状分析
二、2010-2011年市场需求情况分析
三、2010-2011年市场规模情况分析
四、2010-2011年行业竞争格局分析
五、2010-2011年消费者的偏好分析
六、2011-2015年行业发展趋势分析
第二节 东北地区
一、2010-2011年行业发展现状分析
二、2010-2011年市场需求情况分析
三、2010-2011年市场规模情况分析
四、2010-2011年行业竞争格局分析
五、2010-2011年消费者的偏好分析
六、2011-2015年行业发展趋势分析
第三节 华东地区
一、2010-2011年行业发展现状分析
二、2010-2011年市场需求情况分析
三、2010-2011年市场规模情况分析
四、2010-2011年行业竞争格局分析
五、2010-2011年消费者的偏好分析
六、2011-2015年行业发展趋势分析
第四节 华南地区
一、2010-2011年行业发展现状分析
二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析
四、2010-2011年行业竞争格局分析
五、2010-2011年消费者的偏好分析
六、2011-2015年行业发展趋势分析
第五节 中南地区
一、2010-2011年行业发展现状分析
二、2010-2011年市场需求情况分析
三、2010-2011年市场规模情况分析
四、2010-2011年行业竞争格局分析
五、2010-2011年消费者的偏好分析
六、2011-2015年行业发展趋势分析
第六节 西南地区
一、2010-2011年行业发展现状分析
二、2010-2011年市场需求情况分析
三、2010-2011年市场规模情况分析
四、2010-2011年行业竞争格局分析
五、2010-2011年消费者的偏好分析
六、2011-2015年行业发展趋势分析
第七节 西北地区
一、2010-2011年行业发展现状分析
二、2010-2011年市场需求情况分析
三、2010-2011年市场规模情况分析
四、2010-2011年行业竞争格局分析
五、2010-2011年消费者的偏好分析
六、2011-2015年行业发展趋势分析

第十章 中国卷烟行业消费市场分析
第一节 卷烟消费者消费行为分析
一、卷烟消费者分类及消费水平
二、卷烟产品的消费者吸味测试
第二节 消费心理与卷烟包装设计分析
一、消费心理与包装设计

二、消费者对卷烟包装使用过程的心理学分析
三、卷烟包装设计的一般要素
四、卷烟包装材料、文字与消费心理
五、卷烟包装装潢色彩、图案与消费心理
六、卷烟包装设计策略、定位与消费心理
七、卷烟包装设计存在的问题及对策
第三节 北京卷烟消费市场调查分析
一、北京地区各档次卷烟市场表现
二、北京地区卷烟消费群体特征
三、北京地区卷烟群体的消费行为特征
第四节 上海卷烟市场消费分析
一、上海卷烟市场的特征
二、沪产烟的市场表现
三、沪产烟面临的挑战和机遇
四、沪产烟的发展对策
第五节 农村卷烟消费市场调查
一、农村卷烟消费市场现状分析
二、农村卷烟消费者行为分析
三、农村卷烟消费市场存在的主要问题
第六节 高档卷烟消费市场分析
一、高档烟消费市场现状
二、高档烟消费者分析
三、高档烟消费市场主要问题分析

第十一章 卷烟行业市场营销分析
第一节 卷烟新产品的营销策划
一、做好新产品上市前的市场调研与分析
二、注重卷烟新产品包装设计
三、提供新产品上市推广专项服务
四、加强工业企业形象的宣传力度
五、提高市场预测质量
第二节 国际卷烟品牌的营销分析

一、烟支规格与包装的变与不变
二、品牌和形象定位
三、不断革新赢得成功
第三节 边远农村卷烟市场分析
一、边远农村卷烟市场仍然存在的问题
二、边远农村卷烟零售户存在的必然性
三、边远农村卷烟零售户的销售心理
四、开拓农村边远卷烟市场的思路
第四节 卷烟流通企业的服务营销分析
一、卷烟流通企业服务营销的现状
二、卷烟流通企业服务营销必须实现"三个满意"
三、卷烟流通企业服务营销策略的创新
第五节 赢得卷烟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
第六节 卷烟品牌营销策略分析
一、市场定位策略
二、产品价格策略
三、卷烟组合策略
四、广告宣传策略

第二部分 行业竞争格局
第十二章 卷烟行业竞争格局分析
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 中国卷烟行业竞争格局综述
一、2010年卷烟行业集中度
二、2010年卷烟行业竞争程度
三、2010年卷烟企业与品牌数量
四、2010年卷烟行业竞争格局分析
第四节 2010-2011年卷烟行业竞争格局分析
一、2010-2011年国内外卷烟竞争分析
二、2010-2011年我国卷烟市场竞争分析
三、2010-2011年我国卷烟市场集中度分析
四、2011-2015年国内主要卷烟企业动向
五、2011年国内卷烟拟在建项目分析

第十三章 卷烟企业竞争策略分析
第一节 卷烟市场竞争策略分析
一、2011年卷烟市场增长潜力分析
二、2011年卷烟主要潜力品种分析
三、现有卷烟产品竞争策略分析
四、潜力卷烟品种竞争策略选择
五、典型企业产品竞争策略分析
第二节 卷烟企业竞争策略分析
一、金融危机对卷烟行业竞争格局的影响
二、金融危机后卷烟行业竞争格局的变化
三、2011-2015年我国卷烟市场竞争趋势
四、2011-2015年卷烟行业竞争格局展望
五、2011-2015年卷烟行业竞争策略分析
六、2011-2015年卷烟企业竞争策略分析

第十四章 主要卷烟企业竞争分析

第一节 红塔烟草（集团）有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 湖南中烟工业公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 红云红河集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 广东中烟工业公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 江苏中烟工业公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 安徽中烟工业公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 武汉烟草（集团）有限公司

一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2010-2011年经营状况
四、2011-2015年发展战略
第八节 浙江中烟工业有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2010-2011年经营状况
四、2011-2015年发展战略

第三部分 行业前景预测
第十五章 卷烟行业发展趋势分析
第一节 我国卷烟行业前景与机遇分析
一、我国卷烟行业发展前景
二、我国卷烟发展机遇分析
三、2011年卷烟的发展机遇分析
四、金融危机对卷烟行业的影响分析
第二节 2011-2015年中国卷烟市场趋势分析
一、2010-2011年卷烟市场趋势总结
二、2011-2015年卷烟发展趋势分析
三、2011-2015年卷烟市场发展空间
四、2011-2015年卷烟产业政策趋向
五、2011-2015年卷烟技术革新趋势
六、2011-2015年卷烟价格走势分析
七、2011-2015年国际环境对行业的影响

第十六章 未来卷烟行业发展预测
第一节 未来卷烟需求与消费预测
一、2011-2015年卷烟产品消费预测
二、2011-2015年卷烟市场规模预测
三、2011-2015年卷烟行业总产值预测
四、2011-2015年卷烟行业销售收入预测

五、2011-2015年卷烟行业总资产预测
第二节 2011-2015年中国卷烟行业供需预测
一、2010-2015年中国卷烟供给预测
二、2011-2015年中国卷烟产量预测
三、2011-2015年中国卷烟需求预测
四、2011-2015年中国卷烟供需平衡预测
五、2011-2015年中国卷烟产品价格预测
六、2011-2015年主要卷烟产品进出口预测

第四部分 投资战略研究
第十七章 卷烟行业投资现状分析
第一节 2010年卷烟行业投资情况分析
一、2010年总体投资及结构
二、2010年投资规模情况
三、2010年投资增速情况
四、2010年分行业投资分析
五、2010年分地区投资分析
六、2010年外商投资情况
第二节 2011年1-8月卷烟行业投资情况分析
一、2011年1-8月总体投资及结构
二、2011年1-8月投资规模情况
三、2011年1-8月投资增速情况
四、2011年1-8月分行业投资分析
五、2011年1-8月分地区投资分析
六、2011年1-8月外商投资情况

第十八章 卷烟行业投资环境分析
第一节 经济发展环境分析
一、2010-2011年我国宏观经济运行情况
二、2011-2015年我国宏观经济形势分析
三、2011-2015年投资趋势及其影响预测
第二节 政策法规环境分析

一、2011年卷烟行业政策环境分析
二、2011年国内宏观政策对其影响
三、2011年行业产业政策对其影响
第三节 技术发展环境分析
一、国内卷烟技术现状
二、2011年卷烟技术发展分析
三、2011-2015年卷烟技术发展趋势分析
第四节 社会发展环境分析
一、国内社会环境发展现状
二、2011年社会环境发展分析
三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析

第十九章 卷烟行业投资机会与风险
第一节 行业活力系数比较及分析
一、2011年相关产业活力系数比较
二、2009-2010行业活力系数分析
第二节 行业投资收益率比较及分析
一、2011年相关产业投资收益率比较
二、2009-2010行业投资收益率分析
第三节 卷烟行业投资效益分析
一、2010-2011年卷烟行业投资状况分析
二、2011-2015年卷烟行业投资效益分析
三、2011-2015年卷烟行业投资趋势预测
四、2011-2015年卷烟行业的投资方向
五、2011-2015年卷烟行业投资的建议
六、新进入者应注意的障碍因素分析
第四节 影响卷烟行业发展的主要因素
一、2011-2015年影响卷烟行业运行的有利因素分析
二、2011-2015年影响卷烟行业运行的稳定因素分析
三、2011-2015年影响卷烟行业运行的不利因素分析
四、2011-2015年我国卷烟行业发展面临的挑战分析
五、2011-2015年我国卷烟行业发展面临的机遇分析

第五节 卷烟行业投资风险及控制策略分析
一、2011-2015年卷烟行业市场风险及控制策略
二、2011-2015年卷烟行业政策风险及控制策略
三、2011-2015年卷烟行业经营风险及控制策略
四、2011-2015年卷烟行业技术风险及控制策略
五、2011-2015年卷烟行业同业竞争风险及控制策略
六、2011-2015年卷烟行业其他风险及控制策略

第二十章 卷烟行业投资战略研究
第一节 卷烟行业发展战略研究
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 对我国卷烟品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、卷烟实施品牌战略的意义
三、卷烟企业品牌的现状分析
四、我国卷烟企业的品牌战略
五、卷烟品牌战略管理的策略
第三节 开拓国际卷烟市场的对策
一、直面国际巨头
二、调整战略，资产整合效益最优化
三、学会控制国外市场的风险
第四节 烟草企业战略扩张成功的对策
一、烟草企业战略扩张和行业发展时机的失衡
二、分析对扩张战略中的烟草企业的重要意义
三、科学制定企业扩张战略
第五节 卷烟新产品投放策略分析

一、产品的核心特色
二、小规模的投放测试
三、适当的产品促销活动
四、果断的中止投放
第六节 卷烟行业投资战略研究
一、2011年烟草行业投资战略
二、2011年卷烟行业投资战略
三、2011-2015年卷烟行业投资战略
四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录

图表：卷烟产业链分析
图表：国际卷烟市场规模
图表：国际卷烟生命周期
图表：2003-2010年中国卷烟行业市场规模
图表：2002-2010年全球卷烟产业市场规模
图表：2008-2010年卷烟重要数据指标比较
图表：2003-2010年中国卷烟行业销售情况分析
图表：2003-2010年中国卷烟行业利润情况分析
图表：2003-2010年中国卷烟行业资产情况分析
图表：2010-2011年中国卷烟发展能力分析
图表：2010-2011年中国卷烟竞争力分析
图表：2011-2015年中国卷烟产能预测
图表：2011-2015年中国卷烟消费量预测
图表：2011-2015年中国卷烟市场前景预测
图表：2011-2015年中国卷烟市场价格走势预测
图表：2011-2015年中国卷烟发展前景预测
图表：2010年1-12月卷烟产量全国合计
图表：2010年1-12月卷烟产量北京市合计
图表：2010年1-12月卷烟产量天津市合计
图表：2010年1-12月卷烟产量河北省合计

图表：2010年1-12月卷烟产量山西省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量辽宁省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量吉林省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量黑龙江合计
图表：2010年1-12月卷烟产量上海市合计
图表：2010年1-12月卷烟产量江苏省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量浙江省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量安徽省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量福建省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量江西省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量山东省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量河南省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量湖北省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量湖南省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量广东省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量广西区合计
图表：2010年1-12月卷烟产量海南省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量重庆市合计
图表：2010年1-12月卷烟产量四川省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量贵州省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量云南省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量陕西省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量甘肃省合计
图表：2010年1-12月卷烟产量新疆区合计
图表：2010年1-12月卷烟产量内蒙古合计
图表：2011年1-8月卷烟产量全国合计
图表：2011年1-8月卷烟产量北京市合计
图表：2011年1-8月卷烟产量天津市合计
图表：2011年1-8月卷烟产量河北省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量山西省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量辽宁省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量吉林省合计

图表：2011年1-8月卷烟产量黑龙江合计
图表：2011年1-8月卷烟产量上海市合计
图表：2011年1-8月卷烟产量江苏省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量浙江省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量安徽省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量福建省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量江西省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量山东省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量河南省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量湖北省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量湖南省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量广东省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量广西区合计
图表：2011年1-8月卷烟产量海南省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量重庆市合计
图表：2011年1-8月卷烟产量四川省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量贵州省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量云南省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量陕西省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量甘肃省合计
图表：2011年1-8月卷烟产量新疆区合计
图表：2011年1-8月卷烟产量内蒙古合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标全国合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标北京市合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标天津市合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标河北省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标山西省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标内蒙古合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标辽宁省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标吉林省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标黑龙江合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标上海市合计

图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标江苏省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标浙江省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标安徽省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标福建省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标江西省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标山东省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标河南省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标湖北省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标湖南省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标广东省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标广西区合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标海南省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标重庆市合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标四川省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标贵州省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标云南省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标陕西省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标甘肃省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标青海省合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标宁夏区合计
图表：2010年1-12月卷烟行业经济指标新疆区合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标全国合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标北京市合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标天津市合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标河北省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标山西省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标内蒙古合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标辽宁省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标吉林省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标黑龙江合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标上海市合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标江苏省合计

图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标浙江省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标安徽省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标福建省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标江西省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标山东省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标河南省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标湖北省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标湖南省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标广东省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标广西区合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标海南省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标重庆市合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标四川省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标贵州省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标云南省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标陕西省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标甘肃省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标青海省合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标宁夏区合计
图表：2011年1-8月卷烟行业经济指标新疆区合计
图表：2010年1-12月卷烟进口数据
图表：2010年1季度卷烟进口数据
图表：2010年1月卷烟进口数据
图表：2010年2月卷烟进口数据
图表：2010年3月卷烟进口数据
图表：2010年2季度卷烟进口数据
图表：2010年4月卷烟进口数据
图表：2010年5月卷烟进口数据
图表：2010年6月卷烟进口数据
图表：2010年3季度卷烟进口数据
图表：2010年7月卷烟进口数据
图表：2010年8月卷烟进口数据

图表：2010年9月卷烟进口数据
图表：2010年4季度卷烟进口数据
图表：2010年10月卷烟进口数据
图表：2010年11月卷烟进口数据
图表：2010年12月卷烟进口数据
图表：2010年1-12月卷烟出口数据
图表：2010年1季度卷烟出口数据
图表：2010年1月卷烟出口数据
图表：2010年2月卷烟出口数据
图表：2010年3月卷烟出口数据
图表：2010年2季度卷烟出口数据
图表：2010年4月卷烟出口数据
图表：2010年5月卷烟出口数据
图表：2010年6月卷烟出口数据
图表：2010年3季度卷烟出口数据
图表：2010年7月卷烟出口数据
图表：2010年8月卷烟出口数据
图表：2010年9月卷烟出口数据
图表：2010年4季度卷烟出口数据
图表：2010年10月卷烟出口数据
图表：2010年11月卷烟出口数据
图表：2010年12月卷烟出口数据
图表：2011年1-8月卷烟进口数据
图表：2011年1季度卷烟进口数据
图表：2011年1月卷烟进口数据
图表：2011年2月卷烟进口数据
图表：2011年3月卷烟进口数据
图表：2011年2季度卷烟进口数据
图表：2011年4月卷烟进口数据
图表：2011年5月卷烟进口数据
图表：2011年1-8月卷烟出口数据
图表：2011年1季度卷烟出口数据

图表：2011年1月卷烟出口数据
图表：2011年2月卷烟出口数据
图表：2011年3月卷烟出口数据
图表：2011年2季度卷烟出口数据
图表：2011年4月卷烟出口数据
图表：2011年5月卷烟出口数据
图表：卷烟市场调查对象情况分析
图表：卷烟消费者消费习惯调查
图表：消费者对卷烟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：卷烟消费者品牌状况调查分析
图表：2010-2011年中国消费者卷烟品牌构成
图表：卷烟消费者性别比例
图表：卷烟消费者年龄分布
图表：卷烟消费者购买频率分析
图表：卷烟消费者购买卷烟的规格
图表：卷烟消费者购买卷烟消费金额
图表：消费者卷烟功能关注度调查分析
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/188773.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。