



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国雪茄行业市场 分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2009-2012年中国雪茄行业市场分析与投资前景预测报告》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/24984.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

内容简介

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。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助雪茄企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署、中国烟草工业协会和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对雪茄产业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

目录

第一章 2008-2009年国际雪茄业市场动态	10
第一节 2008-2009年国际烟草行业发展综述	10
第二节 2008-2009年国际雪茄行业运营状况	10
一、行业生产状况	10
二、行业消费状况	12

三、行业市场规模	13
四、行业技术水平现状	14
第三节 2008-2009年主要国家地区雪茄行业市场现状	14
一、美国	14
二、西欧	15
三、古巴	16
四、多米尼加	16
五、洪都拉斯	16
第四节 2009-2012年国际雪茄行业市场变化趋势预测	17
第二章 2008-2009年中国雪茄行业发展环境	19
第一节 2008-2009年中国雪茄行业经济发展环境	19
一、2008-2009年中国宏观经济运行状况	19
二、2008-2009年中国经济增长情况	19
三、中国区域经济对比	21
四、中国中产阶级和高富阶层逐步形成	22
第二节 中国雪茄行业国家政策法规环境	22
一、《烟草专卖许可证管理办法》	22
二、反垄断立法对中国雪茄行业的影响	23
三、雪茄行业内部相关标准、法规	23
第三节 中国雪茄行业社会、人文环境	23
第四节 中国雪茄行业产业链环境	24
第三章 2008-2009年中国雪茄行业发展现状	25
第一节 中国雪茄行业发展历程	25
第二节 2008-2009年中国烟草行业发展现状	26
第三节 2008-2009年中国雪茄行业发展现状	27
一、行业规模	27
二、行业结构	28
三、行业特点	29
四、行业技术现状	29
第四节 中国雪茄行业发展存在的问题	32
一、雪茄文化缺失，消费市场不够成熟	32
二、雪茄市场价格混乱	32

三、雪茄走私现象严重	33
第四章 2008-2009年中国雪茄行业市场现状	35
第一节 2008-2009年中国雪茄行业市场发展现状	35
一、雪茄产品结构	35
二、雪茄市场地区结构	35
三、雪茄产品销售渠道	35
四、雪茄产品消费特点	36
第二节 2008-2009年中国雪茄行业市场供需状况	36
一、2008-2009年中国雪茄行业产品供给能力	36
二、2008-2009年中国雪茄行业市场需求状况	37
三、2008-2009年中国雪茄行业市场供需总体态势	38
第三节 2008-2009年中国雪茄行业进出口状况	38
一、2008-2009年中国雪茄行业进出口	38
二、中国雪茄出口的优劣势	38
第五章 2008-2009年中国雪茄行业主要经济指标	40
第一节 2008-2009年中国雪茄行业工业总产值	40
一、2008-2009年中国雪茄行业工业总产值	40
二、不同规模企业工业总产值	40
三、不同所有制企业工业总产值比较	41
第二节 2008-2009年中国雪茄行业市场销售收入	42
一、2008-2009年中国雪茄行业市场总销售收入	42
二、不同规模企业总销售收入	42
三、不同所有制企业总销售收入比较	43
第三节 2008-2009年中国雪茄行业产品成本费用	44
一、2008-2009年中国雪茄行业成本费用总额	44
二、不同规模企业销售成本比较	45
三、不同所有制企业销售成本比较	46
第四节 2008-2009年中国雪茄行业利润总额	46
一、2008-2009年中国雪茄行业利润总额	46
二、不同规模企业利润总额比较	47
三、不同所有制企业利润总额比较	47
第六章 2008-2009年中国雪茄行业竞争格局	49

第一节 2008-2009年雪茄行业的发展波动性	49
一、雪茄行业的经济周期	49
二、雪茄行业的增长性与波动性	49
三、雪茄行业的成熟度	49
第二节 2008-2009年雪茄行业竞争格局	49
一、雪茄行业集中度	49
二、雪茄行业竞争程度	49
三、雪茄企业产品市场占有率	50
第三节 2008-2009年雪茄行业价格情况	50
一、雪茄行业平均价格情况	50
二、雪茄价格变动影响因素	50
第四节 2008-2009年雪茄行业企业竞争状况	50
一、领导企业的市场力量	51
二、其他企业的竞争力	51
第七章 2008-2009年中国雪茄行业优势企业竞争	52
第一节 川渝中烟	52
一、2008-2009年企业经营与财务状况	52
二、企业产品结构与销售市场分布	52
三、企业竞争优势与发展战略	52
第二节 武烟集团	53
一、2008-2009年企业经营与财务状况	53
二、企业产品结构与销售市场分布	54
三、企业竞争优势与发展战略	54
第三节 山东中烟	54
一、2008-2009年企业经营与财务状况	54
二、企业产品结构与销售市场分布	57
三、企业竞争优势与发展战略	58
第四节 安徽中烟	58
一、2008-2009年企业经营与财务状况	59
二、企业产品结构与销售市场分布	61
三、企业竞争优势与发展战略	62
第五节 上海烟草(集团)公司	62

- 一、2008-2009年企业经营与财务状况 62
- 二、企业产品结构与销售市场分布 65
- 三、企业竞争优势与发展战略 65
- 第六节 湖南中烟 66
 - 一、2008-2009年企业经营与财务状况 66
 - 二、企业产品结构与销售市场分布 68
 - 三、企业竞争优势与发展战略 69
- 第八章 2008-2009年中国雪茄相关行业发展现状 70
 - 第一节 2008-2009年中国烟草包装业发展状况 70
 - 一、我国烟草包装外观设计专利授权的现状 70
 - 二、我国烟草行业过度包装问题 70
 - 三、未来国际烟草包装行业走势 71
 - 四、烟草用BOPP膜的发展趋势 72
 - 第二节 2008-2009年中国烟草广告业发展状况 73
 - 一、烟草广告业的现状 73
 - 二、中国烟草广告业面临政策限制 73
 - 三、对烟草广告策略的几点看法与建议 74
 - 第三节 2008-2009年中国烟草机械业发展状况 76
 - 一、烟草机械的发展 76
 - 二、中式卷烟新机遇 76
 - 三、烟草机械国产化潮流 77
 - 四、烟草机械未来方向 77
 - 第四节 2008-2009年中国烟草物流业发展状况 77
 - 一、物流资源共享的作用及方式 77
 - 二、物流资源共享中需要解决的问题 78
 - 三、搭建物流资源信息平台的策略 79
 - 四、烟草行业与逆向物流 80
 - 五、烟草行业的物流配送渠道 81
- 第九章 2009-2010年中国雪茄行业发展趋势 84
 - 第一节 2009-2010年中国雪茄行业发展趋势 84
 - 一、主要市场的产品结构发展趋势 84
 - 二、行业内各市场竞争状况的发展趋势 84

三、行业内技术发展趋势	84
四、行业内客户群发展趋势	84
第二节 2009-2010年中国雪茄行业规模预测	85
第三节 2009-2010年中国雪茄行业结构预测	85
第四节 2009-2010年中国雪茄行业市场前景展望	85
一、行业产销状况预测	85
二、行业市场需求状况预测	85
三、行业进出口状况预测	86
四、行业盈利状况预测	86
第十章 2009-2012年雪茄烟业投资机会与风险预警	87
第一节 2009-2012年雪茄烟行业投资机会	87
一、2008-2012年雪茄烟行业主要区域投资机会	87
二、2008-2012年雪茄烟行业主要出口投资机会	87
三、2008-2012年雪茄烟企业的多元化投资机会	87
第二节 2009-2012年雪茄烟行业投资风险预警	88
一、宏观调控风险	88
二、行业竞争风险	89
三、供需波动风险	90
四、经营管理风险	90
五、其他风险	90
第十一章 2009-2012年雪茄烟企业经营战略建议	92
第一节 2009-2012年雪茄烟企业的标杆管理	92
一、国内企业的经验借鉴	92
二、国外企业的经验借鉴	93
第二节 2009-2012年雪茄烟企业的资本运作模式	95
一、雪茄烟企业国内资本市场的运作建议	95
二、雪茄烟企业海外资本市场的运作建议	97
第三节 2009-2012年雪茄烟企业营销模式建议	97
一、雪茄烟企业的国内营销模式建议	97
二、雪茄烟企业海外营销模式建议	99

【图表目录】

- 图表 1 世界雪茄市场份额比例情况 8
- 图表 2 世界雪茄销量比例情况 10
- 图表 3 2000-2006年雪茄产量和消费量情况 13
- 图表 4 西欧主要国家雪茄销量对比图 14
- 图表 5 2007年~2008年上半年我国GDP季度增幅比较 17
- 图表 6 2008年上半年我国三个产业GDP增加值比较 17
- 图表 7 2004年~2008年上半年我国GDP增长趋势图 18
- 图表 8 2004年~2008年上半年我国烟草行业利税金额增长趋势图 23
- 图表 9 2004年~2008年上半年我国卷烟产销增长趋势图 24
- 图表 10 中国雪茄行业对雪茄烟的分类 26
- 图表 11 我国雪茄烟消费结构 26
- 图表 12 我国雪茄销量结构比例情况 35
- 图表 13 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业工业总产值 37
- 图表 14 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业工业总产值 37
- 图表 15 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同所有制企业工业总产值 38
- 图表 16 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业销售收入 39
- 图表 17 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业销售收入 39
- 图表 18 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同所有制企业销售收入 40
- 图表 19 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业成本费用 40
- 图表 20 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业成本费用 41
- 图表 21 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同所有制企业成本费用 42
- 图表 22 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业销售收入 42
- 图表 23 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业销售收入 43
- 图表 24 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业不同规模企业销售收入 44
- 图表 25 2006-2007年我国主要雪茄企业经营情况 47
- 图表 26 2007年川渝中烟主要经营指标 47
- 图表 27 2007年山东中烟主要经济指标 50
- 图表 28 2006年~2007年山东中烟工业公司企业盈利能力 50
- 图表 29 2006年~2007年山东中烟工业公司资产结构 51
- 图表 30 2006年~2007年山东中烟工业公司成本费用结构 52
- 图表 31 2006年~2007年蚌埠卷烟厂蒙城生产部企业盈利能力 55
- 图表 32 2006年~2007年蚌埠卷烟厂蒙城生产部资产结构 55

图表 33 2006年~2007年蚌埠卷烟厂蒙城生产部成本费用结构	56
图表 34 2006年~2007年上海烟草（集团）公司企业盈利能力	58
图表 35 2006年~2007年上海烟草（集团）公司资产结构	59
图表 36 2006年~2007年上海烟草（集团）公司成本费用结构	60
图表 37 2006年~2007年湖南中烟企业盈利能力	62
图表 38 2006年~2007年湖南中烟资产结构	62
图表 39 2006年~2007年湖南中烟成本费用结构	63
图表 40 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证	97
图表 41 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书	98
图表 42 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证	99

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/24984.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。