



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006-2007年中国烟草行业投资 分析报告

## 一、调研说明

《2006-2007年中国烟草行业投资分析报告》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/45562.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

我国是烟草生产和消费大国，均占全球三分之一以上。目前全国约有3.5亿吸烟者。加入WTO后,中国烟草市场的进一步开放是大势所趋,国外烟草企业纷纷抢占中国市场。中国烟草业在一系列烟草政策的控制下，出现了许多矛盾。中国烟草渴望符合市场经济发展的政策体制,工商分离吹响了中国烟草改革的号角。中国烟草行业何去何从成了大众瞩目的焦点。

经过二十多年的改革开放，我国经济环境发生了重大变化，经济体制改革和国有企业改革的新形势，对烟草行业的改革发展提出了全新的课题，“十一五”时期烟草行业发展处在一个新的起点上。1、“大企业、大品牌、大市场”已基本形成；2、国内烟草市场国际化已开始成形；3、国家专卖专营制度得到确立和完善；4、行业自律、内部监管大气候已形成。

在当前烟草行业“大市场、大品牌、大企业”等战略措施推进下，卷烟市场发生了深刻的变化，显示出较好的成效，呈现出以下特点：一是卷烟产品由多品牌竞争向牌号集中转变；二是卷烟产品由价格、包装竞争走向注重产品科技含量的转变；三是卷烟市场逐步由销售产品向经营品牌转变；四是卷烟市场竞争的热点开始由高端市场向中高端市场转变；五是市场营销行为由依赖专卖行政管理向服务和管理并重的模式转变。

截止到2005年底，烟草工业企业数量已由2002年的123家，减少到了46家。其中，百万箱规模以上的企业已经超过了15家。卷烟品牌从2003年的582个减少到现在的200多个。通过企业兼并重组、品牌整合，优化了烟草经济结构，实现了资源的优质配置和有效利用，使行业整体竞争实力明显增强。

### 2005年1-12月全国百牌号卷烟产销量排序

名次 产量 销量 名次 产量 销量  
1 白沙 白沙 11 五牛 五牛 2 红河 红河 12 甲天下 甲天下 3 红梅 红梅 13 云烟  
春城 4 红金龙 红金龙 14 春城 云烟 5 哈德门 哈德门 15 红三环 大鸡 6 金许昌 黄果树 16 红山茶 红山茶 7 红  
旗渠 红旗渠 17 大鸡 红三环 8 金许昌 芙蓉 18 红双喜 兰州 9 芙蓉 金许昌 19 沙河 红双喜 10 双喜 双喜 20 牡  
丹（上海）沙河

“十五”期间，中国烟草行业持续保持高速增长，关键在于不断深化改革。“十一五”规划期间，中国烟草行业要保持持续增长。

## 报告摘要

### 第一章 烟草行业概况

#### 第一节 烟草行业定义及分类

#### 第二节 全球烟草厂商结构

#### 第三节 2005年世界烟草发展分析

##### 一、2005年世界烟叶发展状况

##### 二、2005年世界卷烟发展状况

##### 三、世界烟草发展趋势分析

#### 第四节 中国烟草行业基本特征

##### 一、卷烟行业资本集中性分析

##### 二、卷烟行业垄断性分析

#### 第五节 中国烟草行业产业链分析

##### 一、烟草行业产业链分析

##### 二、烟草行业上下游相关产业分析

#### 第六节 中国烟草行业发展概述

##### 一、近年来中国烟草行业发展现状分析

##### 二、2005年我国烟草行业经济运行情况

### 第二章 烟草行业政策分析

#### 第一节 《烟草控制框架公约》

##### 一、《烟草控制框架公约》的由来

##### 二、《烟草控制框架公约》的主要内容

##### 三、世界《烟草控制框架公约》2005年2月27日生效

##### 四、我国履行《烟草控制框架公约》正式启动

#### 第二节 控烟运动对全球烟草产业格局的影响

#### 第三节 《烟草控制框架公约》对我国烟草行业的影响分析

##### 一、《公约》对我国烟草业影响总体分析

##### 二、《公约》对我国烟草行业的影响分析

###### （一）《公约》对烟草的危害在法律上予以认定的影响

- (二) 减少烟草需求措施的影响
- (三) 关于减少烟草供给的措施的影响
- (四) 价税政策调整对我国烟草行业影响的分析
- (五) 国际烟草税收分配政策的比较
- (六) 财税政策对烟草的影响分析
- (七) 其它措施对烟草业的影响

### 三、《公约》生效对我国烟草行业的影响

- (一) 烟草垄断面临挑战
- (二) 健康警示语要更醒目
- (三) 香烟价格会上涨
- (四) 烟草诉讼将递增
- (五) 88城市已颁“禁烟令”
- (六) 广告途径可能减少

### 四、《公约》对我国烟草行业发展的影响

### 五、《公约》生效后对我国烟草经济将产生的影响分析

- (一) 对中国烟草经济的影响
- (二) 转产对就业的影响
- (三) 对中国烟草产业的影响

### 六、《公约》对我国烟草包装的影响分析

- (一) 对烟草制品外包装设置健康警语的不同规定
- (二) 国外各国实施健康警语对烟草业的影响
- (三) 各国烟草公司已采取的卷烟包装策略
- (四) 我国卷烟包装现状
- (五) 对策建议

### 七、《公约》加快外烟进攻中国步伐

### 第四节 新版《卷烟》国家标准分析

#### 一、《卷烟》系列国家标准是烟草行业重要的产品标准

#### 二、《卷烟》国标修订工作的背景

#### 三、新版《卷烟》国标概述

#### 四、《卷烟》国标的发展历程及内容分析

#### 五、新旧《卷烟》国标对比

#### 六、有关卷烟包装标识的规定

七、《卷烟》国家标准的主要修改特点

八、国家烟草专卖局关于规范境内销售卷烟包装标识的规定

九、新版《卷烟》国标的意义

第五节 《数字烟草发展纲要》分析

一、国家烟草专卖局颁布《数字烟草发展纲要》

二、数字烟草建设背景

三、创建“数字烟草”的必要性

四、当前“数字烟草”创建中存在的突出问题

五、加快信息化建设 全力打造数字烟草

第六节 中国烟草价格规制分析

一、我国对烟草行业政府规制的实质及其核心

二、我国烟草价格规制的现状分析

三、我国烟草价格规制的现实选择

第三章 中国烟草行政管理体制改革分析

第一节 历史的发展

一、北洋政府期间

二、国民政府期间

三、新中国至文革期间

四、八十年代至今

第二节 面临的形势

一、国际竞争压力大

二、整体竞争实力匮乏

三、地位特殊不容失败

第三节 存在的问题

一、体制的特点

二、存在的问题

第四节 有益的借鉴

一、日本烟草改革经验的借鉴与启迪

二、国内垄断行业改革模式及借鉴

第五节 价值与目标

一、价值取向

## 二、目标模式

### 第四章 人民币升值对烟草行业的影响分析

#### 第一节 2005年央行关于人民币汇率机制的改革

#### 第二节 人民币升值对烟草行业影响分析

##### 一、人民币升值对烟草行业直接影响比较小

##### 二、局部存在影响

##### 三、间接和远期影响

#### 第三节 从人民币升值看烟草行业风险管理

##### 一、正确看待人民币升值对烟草行业的影响

##### 二、各种风险始终存在于行业内外

##### 三、风险管理方面有发挥空间

##### 四、采取有效措施加强风险管理

### 第五章 中国烟草品牌分析

#### 第一节 烟草行业驰名商标总体分析

##### 一、烟草行业驰名商标概况

##### 二、烟草行业18个“中国驰名商标”

#### 第二节 18个烟草驰名商标分析

##### 一、白沙

##### 二、金圣

##### 三、红河

##### 四、黄山

##### 五、云烟

##### 六、红金龙

##### 七、壹枝笔

##### 八、红塔山

##### 九、芙蓉王

##### 十、利群

##### 十一、大红鹰

##### 十二、中华

##### 十三、红旗渠

十四、将军

十五、七匹狼

十六、娇子

十七、哈德门

十八、石狮

第三节 中国烟草行业36个全国名优卷烟品牌

## 第六章 中国烟草行业重点企业分析

### 第一节 中国烟草行业36家重点工业企业

#### 第二节 重点烟草企业成长性分析

一、如何评价烟草企业的成长性

二、对36家重点烟草企业成长性的初步评价

三、对36家重点烟草企业成长性的整体分析

#### 第三节 成都卷烟厂

一、企业概况

二、生产经营分析

三、品牌分析

#### 第四节 颐中烟草（集团）有限公司

一、企业概况

二、生产经营分析

三、品牌分析

#### 第五节 将军烟草(集团)有限公司

一、企业概况

二、生产经营分析

三、品牌分析

#### 第六节 武汉烟草（集团）有限公司

一、企业概况

二、生产经营分析

三、品牌分析

#### 第七节 玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司

一、企业概况

二、生产经营分析



### 三、品牌分析

#### 第八节 上海烟草（集团）公司上海卷烟厂

##### 一、企业概况

##### 二、生产经营分析

##### 三、品牌分析

#### 第九节 南京卷烟厂

##### 一、企业概况

##### 二、生产经营分析

##### 三、品牌分析

#### 第十节 南昌卷烟厂

##### 一、企业概况

##### 二、生产经营分析

##### 三、品牌分析

#### 第十一节 常德卷烟厂

##### 一、企业概况

##### 二、生产经营分析

##### 三、品牌分析

### 第七章 我国烟草品牌市场格局分析

#### 第一节 中国烟草行业竞争态势分析

##### 一、行业集中度相对较低

##### 二、中国烟草国际竞争力分析

#### 第二节 中国卷烟市场竞争格局区域分析

##### 一、全国烟草品牌竞争概况

##### 二、华东区域卷烟市场竞争分析

##### 三、西南区域卷烟市场竞争分析

##### 四、华中区域烟草市场竞争分析

##### 五、华南区域卷烟市场竞争分析

##### 六、华北区域卷烟市场竞争分析

#### 第三节 中国烟草行业36个重点城市分析

#### 第四节 我国烟草行业品牌竞争力研究

##### 一、品牌是核心竞争力的综合表现

- 二、评价品牌竞争力的主要因素
- 三、我国烟草行业品牌竞争力与国外现状比较分析
- 四、提高我国烟草行业品牌竞争力对策

## 第八章 2006 年中国烟草行业外资企业进入威胁分析

### 第一节 中国烟草行业外资企业进入现状

- 一、总体状况
- 二、进入渠道
- 三、菲莫公司
- 四、英美烟草公司
- 五、日本烟草公司
- 六、帝国公司

### 第二节 中国烟草行业民营企业进入机会

### 第三节 外资烟草企业进入的影响分析

- 一、外烟进入对中国卷烟市场的影响
- 二、外烟企业对中国烟草行业的影响
- 三、外烟企业对中国市场的影响
- 四、跨国烟草公司评估进入中国的机会

## 第九章 中国烟草行业发展趋势与对策

### 第一节 中国烟草行业发展趋势分析

- 一、中国烟草行业发展趋势分析
- 二、卷烟产品发展趋势分析
  - (一) 不断改进、稳步发展烤烟型卷烟
  - (二) 创造条件, 加强混合型卷烟产品的开发研究工作
  - (三) 卷烟产品的发展要以内在品质舒适、外在装潢实用为主
  - (四) 发展大品牌、大市场是我国卷烟产品发展的根本出路
- 三、卷烟市场发展趋势分析

### 第二节 中国烟草产业未来发展模式分析

- 一、全球烟草产业发展的现状特征
- 二、当今世界烟草产业发展模式的比较及其启示
- 三、中国烟草产业发展模式的特征和烟草产业发展中存在的问题

#### 四、构建未来烟草产业发展模式的对策

### 第三节 中国烟草行业发展对策分析

#### 一、中国烟草行业发展战略

#### 二、中国烟草行业发展策略

#### 三、卷烟产品发展方向及对策

## 第十章 中国烟民消费行为分析

### 第一节 中国卷烟市场消费状况分析

#### 一、我国卷烟消费市场规模状况

##### （一）吸烟人口比率分析

##### （二）性别结构分析

##### （三）年龄结构分析

#### 二、消费者特征分析

##### （一）人口统计特征

##### （二）职业和学历

##### （三）生活和消费态度

#### 三、城乡消费市场结构

#### 四、区域消费市场结构

#### 五、卷烟消费结构

### 第二节 农村卷烟消费市场

#### 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

### 第三节 中国卷烟消费者消费行为分析

### 第四节 中国烟民吸烟心理分析

### 第五节 中国吸烟者吸食口味特点及发展趋势分析

#### 一、吸食口味特点分析

#### 二、卷烟消费者吸食口味变化趋势

#### 三、国际流行的主要卷烟牌号及口味特点

#### 四、国际卷烟流行口味对我国消费者的影响

## 第十一章 “十一五”期间中国烟草发展分析

## 第一节 “十一五”期间中国烟草改革与发展分析

### 一、“十一五”期间我国烟草业发展思路

### 二、“十一五”烟草行业改革与发展所面临的环境

### 三、“十一五”烟草行业改革与发展面临的主要问题及基本思路

## 第二节 “十一五”期间重点区域烟草预测分析

### 一、云南省“十一五”烟草产业发展计划

### 二、贵州烟草“十一五”目标

### 三、广西烟草“十一五”规划

### 四、湖南烟草工业“十一五”要求

## 第三节 “十一五”烟草企业烟草经营战略分析

### 一、上海烟草“十一五”规划

### 二、常烟规划“十一五”计划

### 三、广西卷烟总厂“十一五”发展规划

### 四、广西中烟“十一五”目标

### 五、红塔集团明确“十一五”发展思路

## 第十二章 我国烟草行业投资机会与风险分析

### 第一节 烟草行业投资建议

### 第二节 烟草行业投资机会

#### 一、烟草行业整体投资机会判断

（一）产业规模的发展及信贷需求量

（二）产业总体效益判断

（三）所有制效益判断

#### 二、烟草行业潜在投资机会

（一）与产业政策调整相关的投资机会

（二）应重点关注的地区、产品类别

（三）应重点关注的企业类型

#### 三、烟草行业可持续发展的投资机会

### 第三节 烟草行业投资风险

## 图表目录

图表1：2001-2005年世界烟叶产量（万吨）

图表 2：2001-2005年世界主要国家烟叶产量（万吨）

图表 3：2001-2005年世界卷烟市场格局

图表 4：2005年中国以外国际卷烟市场格局

图表 5：卷烟行业产业链表

图表 6：2005年行业累计卷烟产量

图表 7：2005年12月全国百牌号卷烟产销量排序

图表 8：2005年1-12月全国百牌号卷烟产销量排序

图表 9：国内外卷烟税收分配政策的比较

图表 10：新版《卷烟》国标修订进程表

图表 11：我国烟草行业36个全国名优卷烟品牌

图表 12：我国烟草行业36家重点企业名录

图表 13：2001年中国烟草总公司与世界三大烟草公司卷烟销售情况

图表 14：2000～2002年我国烟草行业最大的8家工业企业集中度

图表 15：上海卷烟品牌销售情况

图表 16：南京卷烟品牌销售情况

图表 17：杭州卷烟品牌销售情况

图表 18：宁波卷烟品牌销售情况

图表 19：南昌卷烟品牌销售情况

图表 20：福州卷烟品牌销售情况

图表 21：厦门卷烟品牌销售情况

图表 22：合肥卷烟品牌销售情况

图表 23：济南卷烟品牌销售情况

图表 24：青岛卷烟品牌销售情况

图表 25：成都卷烟品牌销售情况

图表 26：拉萨卷烟品牌销售情况

图表 27：昆明卷烟品牌销售情况

图表 28：云南玉溪卷烟品牌销售情况

图表 29：重庆卷烟品牌销售情况

图表 30：贵阳卷烟品牌销售情况

图表 31：武汉烟草品牌销售情况

图表 32：郑州烟草品牌销售情况

图表 33：长沙烟草品牌销售情况

图表 34：华中地区明星烟草品牌主要营销策略与手段

图表 35：海口卷烟品牌销售情况

图表 36：深圳卷烟品牌销售情况

图表 37：南宁卷烟品牌销售情况

图表 38：广州卷烟品牌销售情况

图表 39：北京卷烟品牌销售情况

图表 40：天津卷烟品牌销售情况

图表 41：石家庄卷烟品牌销售情况

图表 42：呼和浩特卷烟品牌销售情况

图表 43：太原卷烟品牌销售情况

图表 44：36个城市主要经济指标占全国的比重

图表 45：2001-2002年36个重点城市卷烟经营情况与全国情况的对比

图表 46：2001-2002年36个重点城市省外烟调入量与全国情况对比

图表 47：2001-2002年36个重点城市名优烟销售与全国情况对比

图表 48：不同经济发展水平城市的卷烟销售及经营情况

图表 49：各品牌消费者人群特征

图表 50：各品牌消费者学历和职业特征

图表 51：各品牌消费者生活和消费态度

图表 52：1986-2005年农村吸烟率变化趋势图

图表 53：2005年农村卷烟消费者日均吸烟量

图表 54：2005年农村各档次卷烟消费量比例

图表 55：2005年8-10月农村不同收入家庭卷烟消费总支出

图表 56：农村消费者常吸卷烟品牌首先率

图表 57：农村消费者购买卷烟主要场所比例

图表 58：购买各档次卷烟的用途比例

图表 59：不同因素对农村卷烟消费者购买行为的影响

图表 60：农村消费者旱烟消费动机

图表 61：农村消费者对低档卷烟供货的满意度

图表 62：不同消费档次的消费者对低档卷烟供货情况的满意度

图表 63：农村卷烟消费者在消费过程中遇到的困难

图表 64：2005年农村各档次卷烟消费率

图表 65：各主要城市吸烟率的年度变化（%）

图表 66：2001-2005年30城市不同年龄段消费者吸烟率的变化趋势（%） 图表 67：2001-2005年30城市不同个人月收入段消费者吸烟率的变化趋势（%）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45562.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](http://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。