



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006年中国卷烟市场研究预测报告 告

## 一、调研说明

《2006年中国卷烟市场研究预测报告》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/45569.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

【描述】 本报告着重介绍了2004年中国卷烟行业和市场发展现状，经营理念的变化以及行业发展趋势。依据对大量最新资讯的详尽分析，结合权威的观点，并将近年来大量的连续监测数据运用数据模型分析，对2006年中国卷烟行业的发展做出科学的预测。 本报告的数据来源于国家药品监督管理局、国家统计局、海关总署、国务院发展研究中心、国家信息中心、卷烟数据库中的相关资料，其它渠道行业非公开数据、行业专家访谈结果以及大量一手调研数据；权威、公正。特别感谢中国烟草学会等提供的协助。 【目录】

### 第一章 2004年中国经济及人口环境分析1

#### 第一节 2004年中国宏观经济环境分析1

##### 一、经济全球化分析1

##### 二、国民经济发展状况分析与预测3

##### 三、烟草行业“十五”计划4

#### 第二节 2004年中国人口统计及居民收入分析5

##### 一、2004年中国主要人文统计分析5

##### 二、1980—2004年中国家庭结构变化分析6

##### 三、2004年城镇和农村居民可支配收入分析8

##### 四、2006年中国居民收入及消费支出预测10

### 第二章 2005年中国烟草行业政策环境分析11

#### 第一节 烟草专卖制度11

##### 一、统一领导，垂直管理和专卖专营的专卖管理体制11

##### 二、中国烟草专卖制度前景几何11

##### 三、2005年加大专卖执法力度12

#### 第二节 内部改革12

##### 一、卷烟工业企业组织结构调整12

##### 二、行业管理体制改革15

#### 第三节 市场秩序整顿19

##### 一、烟草行业财经秩序整顿19

##### 二、治理卷烟体外循环20

##### 三、卷烟打假打私21

#### 第四节 WTO与WHO对中国烟草业的影响24

- 一、加入WTO后的烟草关税变化24
- 二、“特种烟草专卖零售许可证”的取消及其深度影响25
- 三、《烟草控制框架公约》全面影响中国烟草业26
- 第五节 中国烟草：政府垄断下的特殊产业28
  - 一、中国烟草行业的垄断特征28
  - 二、我国烟草行业的竞争特性29
  - 三、垄断竞争政策下蕴藏的风险30

### 第三章 卷烟工业技术环境分析31

- 第一节 “中式卷烟”与“英式卷烟” 31
- 第二节 配方技术32
  - 一、国内外配方理念差异32
  - 二、中国卷烟配方技术的发展34
- 第三节 加工工艺技术35
- 第四节 卷烟降焦减害技术研究进展38

### 第四章 上游产业分析48

- 第一节 烟叶48
  - 一、烟叶的基础地位48
  - 二、中国烤烟种植和产量51
  - 三、2004年烟叶收购54
  - 四、提高国产烟叶质量加快替代进口烟叶55
  - 五、粮价变动对烟叶生产影响56
- 第二节 2004年烟草物资经济运行61
  - 一、醋纤丝束及醋片61
  - 二、丙纤丝束63
  - 三、卷烟纸63
- 第三节 烟草机械63

### 第五章 2004-2005年中国卷烟行业运行概况65

- 第一节 2004-2005年中国卷烟行业运行特点65
  - 一、产销量达到三年来最好水平65

- 二、产品结构明显上移66
- 三、出口快速增长67
- 四、全国性大品牌卷烟产销势头强劲68
- 五、价格整体走势平稳69

## 第二节 卷烟工业运行数据分析70

- 一、2004年卷烟工业产值70
- 二、2004年卷烟销售产值71
- 三、2004年卷烟入网销售率71

## 第六章 经营指标分析72

### 第一节 2004年中国卷烟生产经营指标分析72

- 一、2004年卷烟产销增长72
- 二、2004年卷烟库存下降72
- 三、2004年卷烟效益提高73

### 第二节 2004年34户重点工业企业经营指标分析73

- 一、2004年34户重点工业企业产销存统计分析73

### 第三节 2004年36种名优烟经营指标分析76

## 第七章 进出口现状79

- 一、世界烟叶生产79
- 二、世界烟叶贸易80
- 三、2004、2005年中国烟叶进口分析82
- 四、2004、2005年中国烟叶出口分析83
- 五、2006年中国烟叶进出口预测83

## 第八章 中国烟草行业竞争格局分析84

### 第一节 中国卷烟市场格局分析84

- 一、卷烟品牌的区域特征84
- 二、卷烟品牌分布格局84
- 三、卷烟品牌知名度、美誉度和忠诚度85

### 第二节 国内竞争环境分析91

- 一、外烟内烟上演龙虎斗91

- 二、国产卷烟遭遇“内忧外患”92
- 三、中国入世后烟草市场仍有限制93
- 四、中国烟草业国际竞争力分析94
- 五、工商分离打破地域封锁99
- 六、民资试水海外烟草市场100
- 第三节 中国卷烟竞争格局预测101
  - 一、企业联合重组101
  - 二、省内兼并到跨省兼并102
- 第四节 市场竞争力的底蕴103

## 第九章 国际卷烟市场环境105

- 第一节 外国烟草品牌参与中国市场竞争105
  - 一、外国名烟图谋中国造，中国烟草业欲曲线救国105
  - 二、外国烟草巨头挤进中国107
  - 三、外烟零售特许证制度落幕，洋烟巨头长驱直入107
  - 四、外烟暗战分析108
- 第二节 国际卷烟市场分析109
  - 一、烟草商觊觎亚洲女性市场109
  - 二、津巴布韦的烟草行业110
  - 三、乌克兰香烟市场113
  - 四、蒙古国烟草市场116
  - 五、英美烟草公司发展特点及其竞争力分析116
  - 六、德国提高香烟的价格123
  - 七、摩洛哥拟逐步开放烟草市场123
  - 八、中亚烟草市场等待企业去开拓124

## 第十章 中国烟草行业主要企业分析126

- 第一节 玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司126
  - 一、企业基本状况126
  - 二、生产经营状况126
  - 三、企业综合分析127
- 第二节 上海烟草（集团）公司127

一、企业基本状况127

二、生产经营状况127

三、企业综合分析128

第三节 白沙集团129

一、企业基本状况129

二、生产经营状况129

三、企业综合分析129

第四节 昆明卷烟厂130

一、企业基本状况130

二、生产经营状况131

三、企业综合分析131

第五节 常德卷烟厂131

一、企业基本状况131

二、生产经营状况132

三、企业综合分析133

第六节 宁波卷烟厂134

一、企业基本状况134

二、生产经营状况134

三、企业综合分析135

第七节 云南红河卷烟厂136

一、企业基本状况136

二、生产经营状况136

三、企业综合分析138

第八节 中国烟草企业SWOT分析140

一、中国烟草企业优势分析140

二、中国烟草企业劣势分析140

三、中国烟草企业面临的机会141

四、中国烟草企业面临的威胁141

第十一章 中国烟民消费行为分析143

第一节 中国卷烟市场消费状况分析143

一、最新卷烟消费市场状况及规模143

二、消费者对香烟品牌、口感、包装认知分析144

三、烟雾的感觉特点148

第二节 卷烟消费者消费行为分析153

一、吸烟的心理社会因素153

二、购买地点和频率分析154

三、购买品牌及忠诚度分析156

第三节 中国吸烟者吸食口味特点及发展趋势分析158

一、当前我国卷烟消费吸食口味特点及发展趋势158

二、卷烟消费者吸食口味变化趋势160

三、国际流行的主要卷烟牌号及口味特点161

四、当前我国卷烟产品特点及消费者心理分析162

五、国际卷烟流行口味对我国消费者的影响164

六、30种品牌香烟焦油、烟气一氧化碳、烟气烟碱的比较166

第十二章 中国烟草行业营销策略分析170

第一节 中国烟草行业营销渠道策略分析170

一、卷烟营销模式分析170

二、卷烟信息化建设现状分析177

三、构建卷烟销售网络180

四、加入WTO后对烟草销售网络的影响181

五、卷烟零售连锁经营形式的基本模式183

六、烟草“新政”引发渠道“维新”187

七、烟草物流配送系统的探讨188

第二节 卷烟销售由传统商业向现代流通转变189

第三节 农村卷烟销售网络及其管理190

一、低档烟成俏货，农村烟民是主力190

二、农村销售网络及管理191

第四节 中式卷烟的营销定位192

一、中式卷烟应体现中国固有的文化底蕴192

二、中式卷烟的表现方式192

三、中式卷烟的市场切入点193

### 第十三章 卷烟包装状况分析194

- 一、包装主要标识状况194
- 二、香烟应标注生产期保质期195
- 三、我国香烟包装印刷的发展现状196
- 四、中消协呼吁改变现行过滤嘴卷烟的包装方法198
- 五、中国烟包市场走势分析198
- 六、烟标印刷业对我国烟草业的发展趋势预测199

### 第十四章 卷烟广告状况分析201

- 一、卷烟广告投放状况201
- 二、广告策略分析201
- 三、中国卷烟广告困境202

### 第十五章 卷烟品牌策略204

#### 第一节 我国卷烟市场品牌状况204

- 一、2004年最有价值品牌排行中“红塔山”居次204
- 二、解析香烟品牌运作现状205

#### 第二节 打造卷烟品牌207

- 一、品牌战略推动淮烟经济效益持续增长207
- 二、如何树立卷烟大品牌观念207
- 三、中国卷烟的“名牌战略”209
- 四、烟草公司的品牌结构调整初探210
- 五、提升入世竞争能力 合力打造国烟品牌212

#### 第三节 卷烟品牌的战略思考219

- 一、关于卷烟品牌博弈的思考219
- 二、培育知名品牌，实施品牌战略221
- 三、发达国家的品牌烟草发展战略223
- 四、买方市场条件下怎样打造卷烟品牌225
- 五、我国区域性卷烟品牌的行销误区228

### 第十六章 2006年中国卷烟行业发展趋势230

#### 第一节 信息化趋势230

## 第二节 多元化经营231

## 第三节 集团化趋势233

## 第四节 环保化趋势234

### 一、卷烟包装环保化234

### 二、卷烟降焦减害环保化236

## 第十七章 2006年中国卷烟企业发展战略238

### 第一节 品牌扩张战略238

#### 一、中国烟草品牌战略面临的重大压力238

#### 二、国外烟草企业的品牌战略与国内烟草业的重要差别238

#### 三、对中国烟草品牌战略的走向的思考239

### 第二节 建设行业诚信体系243

### 第三节 如何构建和增强中国卷烟工业企业核心竞争力245

## 第十八章 中国烟草行业发展趋势与对策252

### 第一节 烟草行业发展趋势分析252

#### 一、全球烟草规则的趋向252

#### 二、我国烟草业当前形势与未来预测253

### 第二节 中国烟草行业发展对策探讨264

#### 一、中国卷烟科技发展纲要264

#### 二、“中式卷烟”发展策略探讨273

#### 三、卷烟产品发展方向及对策探讨278

### 第三节 卷烟企业市场运作及管理策略281

#### 一、中国烟草企业如何提高竞争力281

#### 二、论国烟参与国际市场竞争的思路284

#### 三、浅谈提高卷烟销量的根本途径286

#### 四、五大因素影响卷烟产品内在质量289

#### 五、烟草业打造行业统一的信息集成平台292

#### 六、试析专卖管理工作292

### 第四节 烟草市场渠道策略295

#### 一、烟草产业结构调整中的多元化经营295

#### 二、通过资本运营建立新型卷烟流通体制298

- 三、流通企业的物流集约化经营305
- 四、大力推进烟草现代物流308
- 五、烟草行业值得关注的四个发展趋势309
- 六、烟草全球控制化311
- 七、烟草工业要走新型工业化之路312

## 图表目录

- 图表1-1-1 2004年全年国内生产总值统计表3
- 图表1-1-2 2004年第一产业/第二产业/第三产业增长率3
- 图表1-1-3 2004年国内生产总值各季度增长情况4
- 图表1-2-1 2004中国人口数及构成5
- 图表1-2-2 2004年中国城镇化率6
- 图表1-2-3 2004年中国城镇化率6
- 图表1-2-3 1978年-2004年中国居民恩格尔系数变化7
- 图表1-2-4 1999年-2004年城镇居民人均可支配收入增长分析8
- 图表1-2-5 城镇居民人均可支配收入增长速度9
- 图表1-2-6 2005年上半年城镇居民家庭人均可支配收入统计9
- 图表1-2-7 2005年上半年城镇居民人均消费支出/同期增长9
- 图表1-2-8 2003年-2005年国内生产总值表（亿元）10
- 图表2-2-1 2003-2005年卷烟行业生产厂家数量变化统计13
- 图表2-2-2 2003-2005年生产卷烟牌号数量变化统计14
- 图表2-4-1 中美关于加入WTO的双边协议中方有关烟草行业的承诺24
- 图表3-4-1 2004年卷烟滤嘴产值39
- 图表3-4-2 2004醋纤滤嘴占滤嘴比重统计39
- 图表3-4-3 活性炭滤嘴卷烟在美国卷烟市场的份额40
- 图表3-4-4 “ AdvanceLights ” 卷烟中氰化氢、甲醛、苯和丙烯醛等成份变化40
- 图表3-4-5 加海泡石的纸-醋纤二复合滤嘴卷烟/单段醋纤滤嘴的焦油和烟碱比较42
- 图表3-4-6 以水玻璃、氢氧化钠为原料的滤嘴吸附剂降低烟气中有害物质比重43
- 图表4-1-1 2004年K326种植面积/占全国种植百分比51
- 图表4-1-2 2004年云烟87种植面积/占全国种植百分比52
- 图表4-1-3 2004年NC89种植面积/占全国种植百分比52
- 图表4-1-4 2004年红大种植面积/占全国种植百分比52

图表4-1-5 2004年全国烟草种植品种面积占总面积的比例情况53

图表4-1-6 全国5大烤烟产区53

图表4-1-7 2004年世界烟叶产量/同比增长54

图表4-1-8 全国2004年烤烟产量/占烟叶总产量比重54

图表4-1-9 全国2004年烤烟种植面积54

图表4-1-10 2004年全国各月烟叶收购量表55

图表4-1-11 2004年1-12月完成烟叶收购总体情况统计55

图表4-1-12 2004年1-12月完成烤烟烟叶收购情况统计55

图表4-1-13 2004年1-12月完成晾晒烟烟叶收购情况统计55

图表4-1-14 上等烟叶/中等烟叶各占比重56

图表4-1-15 1998-2004年烟叶生产情况统计61

图表4-2-1 2004年1-4月份醋纤丝束运行情况61

图表4-2-2 2004年1-5月份国产醋纤丝束企业运行情况62

图表4-2-3 2004年1-5月份物资公司进口醋纤丝束情况62

图表4-2-4 2004年1-5月份国内醋片基本情况63

图表4-2-5 2004年1-5月卷烟纸合同基本情况63

图表5-1-1 2004-2005年卷烟每月产销存量65

图表5-1-2 2004年全国卷烟生产情况65

图表5-1-3 2004年全国卷烟销售情况66

图表5-1-4 2004年卷烟行业商业利润情况66

图表5-1-5 2004年卷烟结构变化情况67

图表5-1-6 2003年、2004年卷烟生产结构累计分析67

图表5-1-7 2004年品牌卷烟产量情况68

图表5-1-8 2004年产量排名前10位的品牌卷烟68

图表5-1-9 2004年各月全国百牌号卷烟价格指数表69

图表5-1-10 2004年全国百牌号卷烟市场零售价格各月比较70

图表5-2-1 2003-2004年烟草行业累计工业总产值70

图表5-2-2 2004年卷烟销售产值71

图表6-1-1 2004年全国卷烟库存情况72

图表6-2-1 2004年行业重点工业企业卷烟生产情况74

图表6-2-2 2004年行业重点工业企业卷烟销售情况74

图表6-2-3 2004年行业重点工业企业销售收入情况74

图表6-2-4 2004年行业重点工业企业利润情况74

图表6-2-5 2003-2004年34家重点工业产量对比图74

图表6-2-6 2004年各月34家重点工业累计产量统计分析表75

图表6-2-7 2004年各月34家重点工业销量分析 ) 75

图表6-2-8 2004年34家重点工业企业省内销售和省外销售比较图76

图表6-2-9 2004年各月末库存量76

图表6-3-1 36种名优烟品牌名录77

图表6-3-2 2004年名优卷烟生产情况77

图表6-3-3 2004年名优卷烟销售情况78

图表6-3-4 2004年各月名优烟产销存量细表 ( 万箱 ) 78

图表7-1-1 2004年全球烟叶总产量79

图表7-1-2 2001-2004年烟叶6个主要生产国烟叶生产量占世界烟叶生产总量比重79

图表7-1-3 2004年全球烤烟总产量79

图表7-1-4 2004年世界烟叶产量分布图80

图表7-1-5 2003-2004年烟叶全球出口总量80

图表7-1-6 2000-2004年主要国家烟叶出口量81

图表7-1-7 2004年烟叶进口总量81

图表7-1-8 2003-2004年俄罗斯烟叶进口量变化81

图表7-1-9 2003-2004年美国烟叶进口量变化81

图表7-1-10 2003-2004年德国烟叶进口量变化82

图表7-1-11 2003-2004年英国烟叶进口量变化82

图表7-1-12 2000-2004年主要国家烟叶进口量82

图表7-1-13 2004-2005中国烟叶进口量82

图表7-1-14 2004年中国烟草行业出口量83

图表8-1-1 卷烟品牌按照致命度/美誉度划分各集群品牌数85

图表8-1-2 各集群所占销量比重86

图表8-2-1 2004年广东口岸进口卷烟情况91

图表8-2-2 我国卷烟的产销量/吸烟者占世界比重92

图表8-2-3 美国/英国主要烟草公司数量比较93

图表8-2-4 美国/英国烟草行业集中度比较93

图表8-2-5 中国卷烟消费情况94

图表9-2-1 日本女性的吸烟率109

图表9-2-2 津巴布韦烟叶种植情况110

图表10-1-1 红塔集团2004年企业经营状况126

图表10-2-1 上海烟草(集团)公司2004年企业经营状况统计128

图表10-2-2 上海烟草(集团)公司2004年出口状况统计128

图表10-3-1 白沙集团2004年生产经营状况统计129

图表10-4-1 昆明卷烟厂2004年生产经营状况统计131

图表10-5-1 2004年常德卷烟厂完成产量/增长率132

图表10-5-2 2004年常德卷烟厂主业销售收入/增长率132

图表10-5-3 2004年常德卷烟厂主业税费/增长率132

图表10-5-4 2004年常德卷烟厂利润/增长率132

图表10-5-5 2004年常德卷烟厂利税总额/增长率133

图表10-6-1 2004年宁波卷烟厂生产经营状况统计134

图表10-7-1 1996-2004年红河卷烟厂产量比较137

图表10-7-1 1996-2004年红河卷烟厂销量比较137

图表10-7-3 1996-2004年红河卷烟厂利税比较137

图表10-7-4 1996-2004年红河卷烟厂总资产比较138

图表11-1-1 中国香烟消费者年龄分布比重143

图表11-1-2 中国香烟消费者学历分布比重143

图表11-1-3 中国香烟消费者性别分布比重144

图表11-1-4 中国香烟消费者消费香烟数量/价格144

图表11-1-5 国产香烟品牌第一提及对应分析145

图表11-1-6 国产卷烟品牌认知度对应分析145

图表11-1-7 国产卷烟美誉度对应分析146

图表11-1-8 国产卷烟品牌市场占有率146

图表11-2-1 中国香烟消费心理分层消费香烟的心理需求153

图表11-2-2 不同香烟消费心理需求的消费用户群体分布154

图表11-2-3 消费者买烟的频率154

图表11-2-4 消费者买烟的包装及数量155

图表11-2-5 不同包装烟的购买地点156

图表11-2-6 各商店类型的人群比例与卷烟销售量比例156

图表11-2-7 各类商品的品牌忠诚度对照157

图表11-2-8 各品牌消费者人群特征157

图表11-2-9 各品牌消费者学历和职业特征158

图表11-3-1 焦油档次对应的焦油量及所在档次的考核分数166

图表11-3-2 30种品牌香烟焦油、烟气一氧化碳、烟气烟碱的比较167

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45569.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。