



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国烟草品牌市场调查及 投资分析及市场发展趋势研究报 告报告

## 一、调研说明

《2008年中国烟草品牌市场调查及投资分析及市场发展趋势研究报告报告》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/56667.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

### 第一部分 世界烟草行业概况1

#### 第一章 世界烟草行业历史综述1

##### 第一节 世界烟草的历史1

##### 第二节 烟草名称的来历3

#### 第二章 世界烟草行业市场分析4

##### 第一节 烟草生产市场分析4

###### 一、世界烟叶生产市场分析4

###### 二、世界卷烟生产市场分析6

###### 三、世界烟草厂商分析7

###### 四、世界卷烟品牌分析9

##### 第二节 世界烟草消费市场分析13

###### 一、世界卷烟消费总量分析13

###### 二、世界烟草消费的地域结构分析13

##### 第三节 世界卷烟市场供需变化趋势分析14

###### 一、世界卷烟生产量和消费量趋势14

###### 二、世界卷烟生产消费结构趋势14

#### 第三章 世界主要国家烟草市场分析17

##### 第一节 美国烟草市场17

###### 一、美国卷烟生产、消费及进出口17

###### 二、美国卷烟消费市场18

##### 第二节 日本烟草市场20

###### 一、日本卷烟生产、消费及进出口20

###### 二、日本卷烟消费市场20

##### 第三节 欧洲主要国家烟草市场分析22

###### 一、俄罗斯22

###### 二、英国23

### 第二部分 世界主要烟草企业和卷烟品牌分析25

#### 第四章 奥驰亚集团 (ALG) 25

第一节 集团发展历程	25
一、奥驰亚（ALG）在英国	25
二、ALG在美国的创业	26
三、ALG在全球的扩展	27
四、多元化经营历程	28
五、公司更名	29
第二节 集团经营状况	31
一、集团经营规模	31
二、国内烟草经营	36
三、国际烟草经营	37
第三节 集团品牌现状	40
一、主要品牌	40
二、万宝路的销售情况	40
第四节 品牌经营战略	41
一、ALG品牌战略框架	41
二、菲莫的品牌策略	42
三、万宝路的品牌策略	46

## 第五章 英美烟草公司（BAT） 49

第一节 集团发展历程	49
一、BAT的诞生	49
二、创建初期的BAT	49
三、快速发展的BAT	50
四、多元化发展历程	51
五、今天的BAT	52
第二节 集团经营状况	53
一、经营规模	53
二、地区结构	54
三、全球生产经营布局	55
四、经营绩效	57
第四节 品牌经营战略	58
一、市场策略	58

二、强大的品牌阵容及组合优势59

三、品牌策略59

## 第六章 日本烟草（JT）60

### 第一节 集团发展历程60

一、集团建立60

二、业务拓展61

三、JT与中国烟草界交往与合作62

### 第二节 集团经营状况63

一、经营规模63

二、经营业务结构63

三、烟草经营65

### 第三节 集团品牌现状67

一、JT在国内的主要品牌67

二、JT在全球的主要品牌68

### 第四节 品牌经营战略69

## 第七章 帝国烟草（ITG）70

### 第一节 集团发展历程70

一、ITG的诞生70

二、ITG历史上的重大事件70

三、原利是美烟草公司发展历程71

四、与中国烟草界的往来与合作73

### 第二节 集团经营现状74

一、经营规模74

二、地区业务结构74

三、ITG的生产75

### 第三节 集团品牌现状77

一、帝国烟草主要品牌77

二、主要市场分布79

### 第四节 品牌经营战略82

一、集中于烟草，发展多品系的烟草产品82

- 二、加强英国本土市场，同时兼顾海外市场82
- 三、重视营销83
- 四、构建完善的品牌体系，重视品牌更新84
- 五、重视自卷烟业务84

### 第三部分 世界烟草行业品牌运作85

#### 第八章 烟草行业品牌运作理论基础85

##### 第一节 烟草行业特性85

- 一、烟草危害健康85
- 二、政府，社会对烟草的态度87

##### 第二节 烟草业消费行为分析93

- 一、烟草消费的主要诱因93
- 二、卷烟品牌消费特征分析94

##### 第三节 品牌资产与烟草业96

- 一、品牌资产理论96
- 二、品牌资产与品牌价值体现98
- 三、卷烟产品的核心竞争力100

#### 第九章 烟草业品牌的建立102

##### 第一节 烟草品牌定位102

- 一、品牌定位的涵义102
- 二、烟草品牌定位过程102
- 三、国际烟草企业品牌定位案例分析106

##### 第二节 品牌的设计110

- 一、烟草品牌设计的内容110
- 二、国际烟草企业品牌设计案例分析114

#### 第十章 烟草业品牌的营销117

##### 第一节 广告营销117

- 一、烟草广告策略117
- 二、产品放入式广告123
- 三、广告牌126

- 四、墙体广告129
- 五、销售终端发展战略131
- 六、互联网134
- 七、印刷媒体139
- 第二节 其他营销策略140
  - 一、酒吧和夜总会140
  - 二、公司名义赞助141
  - 三、赠品促销142
  - 四、直复营销143
  - 五、变相品牌标识145
  - 六、间接广告147
- 第三节 烟草业的品牌延伸148
  - 一、品牌延伸定义148
  - 二、国际烟草企业品牌延伸案例分析148
  - 三、品牌延伸的效果分析150
  - 四、国际烟草企业的品牌延伸策略给我国的启示150

## 第十一章 烟草业品牌的扩张154

- 第一节 烟草公司的全球化努力154
  - 一、出口产品的本土化营销策略154
  - 二、国际化的全球营销策略155
  - 三、全球网络化营销策略156
  - 四、国际烟草企业的品牌全球化案例分析159
- 第二节 烟草业品牌的整合164
  - 一、烟草业品牌的兼并164
  - 二、国际烟草企业购并案例167

## 第十二章 烟草业的品牌维护173

- 第一节 公司形象的维护173
  - 一、烟草公关策划的形式173
  - 二、烟草品牌公关策划步骤175
  - 三、烟草品牌公关活动注意事项176

#### 四、国际烟草企业品牌维护案例分析177

##### 第二节 产品形象的包装179

###### 一、烟草产品形象包装的必要性179

###### 二、国际烟草企业产品形象案例分析182

#### 第十三章 本部分小结185

#### 第四部分 世界烟草业发展趋势分析188

#### 第十四章 世界烟草业需求趋势分析188

##### 第一节 吸烟率变化趋势分析188

###### 一、世界烟草业发展阶段模式188

###### 二、吸烟率向发展中国家转移189

###### 三、跨国烟草公司应对策略191

##### 第二节 世界人均烟草消费量趋势分析192

###### 一、人均卷烟消费向发展中国家转移192

###### 二、我国人均卷烟消费量变化情况196

##### 第三节 世界烟草消费的人口结构趋势分析197

###### 一、青少年吸烟率在攀升197

###### 二、文化水平升高吸烟率降低197

##### 第四节 市场环境趋势分析198

###### 一、法制环境将越来越严格198

###### 二、烟税提高的趋势将继续延伸199

##### 第五节 消费总量趋势分析203

##### 第六节 烟草消费产品结构趋势分析204

###### 一、烟草消费产品结构向减害方向发展204

###### 二、低焦油卷烟比重提高204

###### 三、自卷烟市场扩大206

#### 第十五章 世界烟草业供给趋势分析210

##### 第一节 全球烟草生产量趋势210

###### 一、全球烟草产量稳定增长210

###### 二、卷烟生产向发展中国家转移210



三、全球烟叶生产格局发生变化211

第二节 全球烟草企业趋势分析213

一、降低成本压力增加，重组频繁213

二、国际品牌份额增加，当地品牌市场份额缩小214

三、跨国公司向中国市场的渗透215

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56667.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。