

中国卷烟行业销售状况分析及投资竞争力分析报告2023-2029年

产品名称	中国卷烟行业销售状况分析及投资竞争力分析报告2023-2029年
公司名称	智信中科（北京）信息科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区汤立路218号1层
联系电话	010-84825791 18311257565

产品详情

中国卷烟行业销售状况分析及投资竞争力分析报告2023-2029年

【全新修订】：2023年2月

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：顾里

【出版机构】：鸿晟信合研究网

第1章：中国卷烟品牌发展行业发展综述

1.1 国内烟草行业特点分析

1.1.1 运作特点分析

1.1.2 制度特点分析

1.1.3 市场特点分析

1.2 国内烟草行业运行状况

1.2.1 产量规模分析

1.2.2 销售规模分析

1.2.3 产品结构分析

1.2.4 价格趋势分析

1.2.5 区域分布分析

1.2.6 库存规模分析

1.2.7 经营情况分析

1.3 烟草行业体制发展与整合历程

1.3.1 烟草行业体制形成过程

1.3.2 烟草行业整合重组历程

1.4 烟草行业相关制度影响分析

1.4.1 组织架构对品牌培育影响

1.4.2 专卖制度对品牌培育影响

1.4.3 烟草政策税收制度及影响

1.5 国内烟草行业发展趋势分析

1.5.1 行业改革走向市场化

1.5.2 企业重组与品牌整合

1.5.3 国内品牌国际化发展

1.6 国内烟草行业产品结构特点

1.6.1 以卷烟为主的产品结构特征

1.6.2 国内烟草产品结构变化趋势

第2章：中国卷烟品牌发展环境分析

2.1 中国卷烟品牌发展政策环境

2.1.1 卷烟行业政策汇总

2.1.2 行业政策影响分析

2.2 中国卷烟品牌发展经济环境

2.2.1 国际宏观经济环境分析

2.2.2 国家宏观经济环境分析

2.3 中国卷烟品牌发展社会环境

2.3.1 社会控烟环境分析

2.3.2 行业危机公关分析

2.3.3 行业需求特征分析

2.3.4 行业需求趋势分析

2.4 中国卷烟品牌发展需求环境

2.4.1 国内消费者行为分析

2.4.2 中国卷烟消费群体分析

2.4.3 消费者卷烟品牌忠诚度

2.4.4 卷烟总体消费需求分析

第3章：中国卷烟行业品牌竞争力与品牌发展战略

3.1 卷烟品牌竞争力评估体系

3.1.1 卷烟品牌竞争力评估指标

3.1.2 卷烟品牌再定位机制分析

3.2 卷烟品牌核心竞争力来源分析

3.2.1 品牌竞争力内部来源

3.2.2 品牌竞争力外部来源

3.3 不同卷烟品牌类型竞争力分析

3.3.1 效益规模型品牌

3.3.2 效益主导型品牌

3.3.3 规模主导型品牌

3.3.4 成长优势型品牌

3.3.5 优势居中型品牌

3.4 卷烟品牌运作一般战略分析

3.4.1 卷烟品牌发展战略

3.4.2 卷烟品牌运作环节

3.5 中国卷烟品牌发展战略案例分析

3.5.1 “白沙”品牌战略与缺陷

3.5.2 “中华香烟”品牌战略与缺陷

第4章：中国卷烟行业品牌竞争格局与市场趋势

4.1 卷烟品牌总体竞争格局分析

4.1.1 卷烟行业品牌竞争状况

4.1.2 卷烟品牌集中度分析

4.2 卷烟品牌区域竞争格局分析

4.2.1 卷烟品牌地区分布情况

4.2.2 卷烟品牌市场表现分析

4.3 卷烟行业细分产品竞争格局与趋势

4.3.1 不同价位卷烟市场分析

4.3.2 主要卷烟产品市场分析

4.4 卷烟行业竞争特点及总体趋势分析

4.4.1 卷烟品牌竞争特点分析

4.4.2 卷烟市场发展趋势分析

第5章：中国卷烟行业价值链构建与品牌建设

5.1 价值链构建与品牌竞争策略

5.1.1 价值链对品牌体系影响

5.1.2 基于价值链的品牌策略

5.2 烟草行业价值链综述

5.2.1 烟草行业价值链特征分析

5.2.2 烟草工商企业价值链关系分析

5.2.3 烟草行业价值链现存问题分析

5.3 卷烟行业价值链——生产供应环节分析

5.3.1 卷烟工业企业发展状况分析

5.3.2 卷烟工业企业价值链职能定位

5.3.3 卷烟工业企业内部价值链构成

5.3.4 卷烟工业企业价值链优化途径

5.3.5 卷烟工业企业产品品牌建设策略

5.4 卷烟行业价值链——销售分配环节分析

5.4.1 卷烟商业企业发展状况分析

5.4.2 卷烟商业企业价值链职能定位

5.4.3 卷烟商业企业内部价值链构成

5.4.4 卷烟商业企业价值链优化分析

5.4.5 卷烟商业企业服务品牌建设策略

5.5 卷烟行业价值链——零售终端环节分析

5.5.1 零售终端建设现状分析

5.5.2 零售终端建设现存问题

5.5.3 现代零售终端建设模式

5.5.4 现代零售终端建设路径

5.6 卷烟行业价值链——消费者环节分析

5.6.1 卷烟消费者需求变化趋势

5.6.2 卷烟农村消费市场分析

5.6.3 卷烟城市消费市场分析

第6章：中国烟草物流行业发展分析

6.1 中国烟草物流行业发展分析

6.1.1 烟草物流工程市场规模分析

6.1.2 烟草物流系统的工程项目特点

6.1.3 烟草商业企业物流发展状况分析

6.1.4 烟草物流信息化的发展状况分析

6.2 中国烟草物流典型区域市场分析

6.2.1 西安烟草物流网络体系构建分析

6.2.2 石家庄烟草物流的配送状况分析

6.3 中国烟草物联网发展状况分析

6.3.1 中国烟草物联网的发展概况分析

6.3.2 中国烟草物联网的建设状况分析

6.3.3 物联网的烟草流通流程优化研究

第7章：中国烟草物流系统整合优化分析

7.1 烟草物流系统的整合内容

7.1.1 烟草物流网络的整合分析

7.1.2 烟草物流组织的整合分析

7.1.3 烟草物流信息的整合分析

7.1.4 整合内容的区别以及联系

7.2 烟草物流系统的整合类型

7.2.1 烟草工业物流系统整合分析

7.2.2 烟草商业物流系统整合分析

7.2.3 烟草工商业协同物流系统整合

7.2.4 烟草物流系统整合类型的比较

7.3 中国现代烟草大物流的整合分析

7.3.1 烟草物流体系面临的主要问题分析

7.3.2 推进烟草物流发展的主要措施分析

7.3.3 推进烟草物流发展的保障措施分析

第8章：中国烟草物流市场规模预测分析

8.1 北京市烟草物流中心运营案例分析

8.1.1 北京烟草物流中心创新设计理念

8.1.2 物流中心的系统构成与技术亮点

8.1.3 北京烟草物流中心的核心业务流程

8.1.4 系统效果与未来发展展望

8.2 烟草物流行业市场规模预测分析

8.2.1 中国烟草行业的产销规模预测分析

8.2.2 中国烟草物流行业的发展方向分析

第9章：中国卷烟行业企业发展分析

9.1 红塔烟草（集团）有限责任公司

9.1.1 公司发展概况

9.1.2 公司经营情况分析

9.1.3 公司组织架构分析

9.1.4 公司品牌发展状况分析

9.1.5 公司行业价值链分析

9.1.6 公司发展优劣势分析

9.1.7 公司新发展动向分析

9.2 浙江中烟工业有限责任公司杭州卷烟厂

9.2.1 公司发展概况

9.2.2 公司经营情况分析

9.2.3 公司品牌发展状况分析

9.2.4 公司行业价值链分析

9.2.5 公司发展优劣势分析

9.2.6 公司新发展动向分析

9.3 上海烟草集团有限责任公司

9.3.1 公司发展概况

9.3.2 公司经营情况分析

9.3.3 公司组织架构分析

9.3.4 公司品牌发展状况分析

9.3.5 公司行业价值链分析

9.3.6 公司发展优劣势分析

9.3.7 公司新发展动向分析

9.4 上海海烟物流发展有限公司

9.4.1 企业发展简况分析

9.4.2 企业物流设施设备

9.4.3 企业物流网络分布

9.4.4 企业经营优劣势分析

9.4.5 企业未来发展规划分析

9.4.6 企业新发展动向分析

第10章：中国卷烟品牌区域发展状况分析

10.1 中国卷烟品牌区域发展概况

10.2 重点省份卷烟品牌发展状况

10.2.1 湖南卷烟品牌发展状况分析

10.2.2 云南卷烟品牌发展状况分析

10.2.3 上海卷烟品牌发展状况分析

10.2.4 江苏卷烟品牌发展状况分析

10.2.5 浙江卷烟品牌发展状况分析

10.2.6 河南卷烟品牌发展状况分析

10.2.7 广东卷烟品牌发展状况分析

10.2.8 山东卷烟品牌发展状况分析

10.2.9 湖北卷烟品牌发展状况分析

10.2.10 贵州卷烟品牌发展状况分析

第11章：国际烟草品牌运作经验借鉴

11.1 国际烟草品牌竞争格局

11.1.1 国际烟草产业现状及趋势

11.1.2 国际卷烟产业品牌竞争格局

11.2 国际烟草行业并购重组分析

11.2.1 国际烟草公司并购重组背景

11.2.2 国际烟草公司并购重组动态

11.2.3 国际烟草公司并购重组特点

11.2.4 国际烟草公司并购重组动机

11.2.5 国际烟草公司并购重组趋势

11.3 国际烟草品牌发展经验启示

第12章：中国烟草行业整合重组与国际化

12.1 中国烟草行业整合重组分析

12.1.1 烟草行业整合重组历程

12.1.2 烟草行业整合模式分析

12.1.3 中国烟草行业整合重组现状

12.1.4 烟草工业企业整合重组障碍

12.2 中外烟草企业合作状况分析

12.2.1 外国烟草中国市场投资方式

12.2.2 中国烟草海外市场投资方式

第13章：中国卷烟行业发展前景与品牌扩张路径

13.1 中国卷烟行业壁垒分析

13.1.1 中国卷烟行业进入壁垒

13.1.2 中国卷烟行业退出壁垒

13.2 中国卷烟市场发展前景与预测

13.2.1 中国卷烟市场规模分析预测

13.2.2 中国卷烟市场价类结构预测

13.3 中国卷烟行业整合重组风险与规避

13.3.1 卷烟行业整合重组风险分析

13.3.2 卷烟行业整合重组风险规避措施

13.4 中国卷烟行业品牌扩张路径

13.4.1 卷烟品牌扩张形式与障碍

13.4.2 卷烟品牌扩张风险与规避

13.4.3 卷烟品牌扩张路径

13.4.4 卷烟品牌国际市场扩张路径

图表目录

图表1：2018-2023年我国卷烟产量及增速（单位：亿支，%）

图表2：2018-2023年我国卷烟销量及增速（单位：万箱，%）

图表3：2018-2023年我国整条烟零售价格指数走势

图表4：我国卷烟产量区域分布占比情况（单位：%）

图表5：2023年烟草行业月度工商库存情况（单位：万箱）

图表6：2018-2023年我国卷烟行业销售收入及增长情况（单位：亿元，%）

图表7：中国烟草行业组织架构图

图表8：烟草制品行业主要产品大类

图表9：2023国内烟草制品行业产品结构（按销售收入占比）（单位：%）

图表10：中国卷烟产品价类划分标准

图表11：2018-2023年一类烟销量情况及增长率（单位：万箱，%）

图表12：烟草产业政策汇总

图表13：新旧卷烟价类划分标准对比

图表14：2018-2023年中国国内生产总值走势图（单位：万亿元，%）

图表15：2018-2023年中国工业增加值走势图（单位：万亿元，%）

图表16：2018-2023年中国制造业PMI走势图

图表17：卷烟消费需求类型分析

图表18：烟草行业需求趋势分析

图表19：中国消费者几大消费特征

图表20：卷烟消费需求动机类型分析

图表21：不同价位卷烟烟民品牌忠诚度情况（单位：%）

图表22：烟民品牌转换原因分布情况（单位：%）

图表23：中国吸烟人口城乡分布（单位：%）

图表24：中国不同年龄阶层吸烟率（单位：%）

图表25：城市吸烟率省份（单位：%）

图表26：农村吸烟率省份（单位：%）

图表27：不同教育程度人群吸烟率（单位：%）

图表28：中国吸烟人口规模与比重预测（单位：%、亿人）

图表29：2018-2023年卷烟销售收入增长与人均可支配收入增长走势（单位：%）

图表30：效益规模型代表品牌及特点

图表31：效益规模型卷烟品牌交易量（单位：万箱，亿元）

图表32：效益主导型代表品牌及特点

图表33：效益主导型卷烟品牌交易量（单位：万箱，亿元）

图表34：效益主导型卷烟品牌芙蓉王商业销售收入（单位：亿元）

图表35：规模主导型代表品牌及特点

图表36：规模主导型卷烟品牌交易量（单位：万箱，亿元）

图表37：成长优势型代表品牌及特点

图表38：成长优势型卷烟品牌交易量（单位：万箱，亿元）

图表39：差异化战略的重点

图表40：技术型战略

图表41：成本战略

图表42：“白沙”品牌发展历程

图表43：2018-2023年卷烟品牌数量变化（单位：个）

图表44：2023年重点品牌销量情况（单位：万箱）

图表45：2023年重点品牌销售额情况（单位：亿元）

图表46：2018-2023年卷烟交易结构及变化趋势（按照交易量）（单位：%）

图表47：“20+10”重点骨干品牌与视同骨干品牌省份分布（单位：个）

图表48：各省“20+10”重点骨干品牌与视同骨干品牌情况

图表49：2023年全国卷烟品牌格局（单位：万箱，亿元）

图表50：2018-2023年全国卷烟市场需求量及占卷烟市场需求比重（单位：万箱，%）

图表51：2018-2023年我国烤烟种植面积（单位：千公顷）

图表52：2023年全国焦油含量8mg以下卷烟销量前三名（单位：万箱）

图表53：2023年全国焦油含量6mg以下卷烟销量前三名（单位：万箱）

图表54：烟草行业价值链三个层次

图表55：中国烟草行业价值链价值点分布

图表56：中国烟草行业价值中心环节与消费市场需求的的关系

图表57：中国烟草行业竞争力的非同向性

图表58：2018-2023年烟草行业工商企业利税规模及占比情况（单位：亿元，%）

图表59：2018-2023年中国卷烟工业企业税利情况（单位：亿元，%）

图表60：烟草行业工业企业盈利模式图

图表61：中国烟草工业企业价值链

图表62：流程导向（右）与智能导向（左）的企业组织形式比较

图表63：组织流程改造前组织机构图（直线职能型）

图表64：组织流程改造前组织机构图（流程导向型）

图表65：价值链管理体系平台体系示意图

图表66：2018-2023年中国卷烟商业企业税利规模情况（单位：亿元，%）

图表67：卷烟商业企业传统盈利模式

图表68：中国烟草商业企业服务对象

图表69：中国烟草商业企业利益相关者价值需求

图表70：2018-2023年中国烟草行业IT投资规模（单位：亿元，%）

图表71：2023年中国烟草行业IT建设投资主体（单位：%）

图表72：2023年中国烟草行业IT投资结构（单位：%）

图表73：2018-2023年我国网民数量规模和增长趋势（单位：亿人，%）

图表74：烟草商业企业营销环节存在的问题及策略

图表75：销售系统外包模式

图表76：区域网络核心营销模式

图表77：中国人居GDP与零售业态的关系

图表78：部分国家和地区百货零售前五强市场份额（单位：%）

图表79：2018-2023年中国网络零售交易规模（单位：万亿元）

图表80：烟草行业发展趋势分析

图表81：2023年城乡市场卷烟销量比例结构变化（单位：%）

图表82：烟草行业消费结构影响因素与城市消费特点

图表83：城市卷烟消费结构影响因素与城市消费特点

图表84：2018-2023年中国城镇化率走势及预测（单位：%）

图表85：中国正处于城市化进程加速阶段（单位：%）

图表86：2018-2023年我国居民人均可支配收入增长走势（单位：元）

图表87：2018-2023年度烟草物流工程市场规模变化情况（单位：亿元）

图表88：2018-2023年烟草行业原材料物流工程项目市场规模（单位：亿元，%）

图表89：2018-2023年烟草流通领域物流工程项目市场规模变化（单位：亿元，%）

图表90：2018-2023年烟草生产领域物流工程项目市场规模变化情况（单位：亿元，%）

图表91：中国物流工程项目金额的比例构成分析（单位：%）

图表92：烟草商业物流配送中心的类别结构分析（单位：%）

图表93：国内出现的缓存模式组合类型表

图表94：组合拣选系统的分类和特点（单位：条/小时）

图表95：西安烟草物流服务网络体系总体框架

图表96：一级配、一级送模式（一）

图表97：一级配、二级送模式（二）

图表98：城区与农村送货区别（单位：户/km²，件/户）

图表99：西安烟草物流配送网络总体布局

图表100：西安烟草物流组织结构

图表101：入库作业流程图

图表102：出库作业流程图

图表103：盘点作业流程图

图表104：GIS系统架构图

图表105：烟草物流系统整合框架

图表106：烟草物流网络整合结构

图表107：烟草物流信息整合结构框架

图表108：整合内容的区别与联系

图表109：整合前的烟草工业物流系统

图表110：整合后的烟草工业物流系统

图表111：整合后的烟草工业物流组织示意图

图表112：整合后的烟草工业物流信息分布与流向

图表113：整合前的烟草商业物流系统

图表114：整合后的烟草商业物流系统

图表115：整合前的烟草工商物流系统

图表116：整合后的烟草工商物流系统

图表117：烟草工商物流组织整合

图表118：基于第三方的工商物流系统整合结构

图表119：三种整合类型特点比较

图表120：北京烟草物流中心业务处理示意图