2008-2012年中国雪茄行业 市场监测与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司 www.cction.com

一、报告报价

《2008-2012年中国雪茄行业市场监测与投资前景分析报告》信息及时,资料详实,指导性强,具有独家,独到,独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势,获得优质客户信息,准确、全面、迅速了解目前行业发展动向,从而提升工作效率和效果,是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址:http://www.cction.com/report/200812/8325.html

报告价格:纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人:李经理

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、说明、目录、图表目录

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分析。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 2007-2008年国际雪茄业市场动态分析 10
- 第一节 2007-2008年国际烟草行业发展综述 10
- 第二节 2007-2008年国际雪茄行业运营状况分析 10
- 一、行业生产状况分析 10
- 二、行业消费状况分析 12
- 三、行业市场规模分析 13

- 四、行业技术水平现状 14
- 第三节 2007-2008年主要国家地区雪茄行业市场现状分析 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 2008-2012年国际雪茄行业市场变化趋势预测 17
- 第二章 2007-2008年中国雪茄行业发展环境分析 19
- 第一节 2007-2008年中国雪茄行业经济发展环境分析 19
- 一、2007年中国宏观经济运行状况 19
- 二、2007年中国经济增长情况 19
- 三、中国区域经济对比分析 21
- 四、中国中产阶层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分析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、法规分析 23
- 第三节中国雪茄行业社会、人文环境分析23
- 第四节中国雪茄行业产业链环境分析 24
- 第三章 2007-2008年中国雪茄行业发展现状分析 25
- 第一节中国雪茄行业发展历程分析 25
- 第二节 2007-2008年中国烟草行业发展现状分析 26
- 第三节 2007-2008年中国雪茄行业发展现状分析 27
- 一、行业规模分析 27
- 二、行业结构分析 28
- 三、行业特点分析 29
- 四、行业技术现状分析 29
- 第四节中国雪茄行业发展存在的问题分析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 2007-2008年中国雪茄行业市场现状分析 35

第一节 2007-2008年中国雪茄行业市场发展现状分析 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 2007-2008年中国雪茄行业市场供需状况分析 36

- 一、2007-2008年中国雪茄行业产品供给能力分析36
- 二、2007-2008年中国雪茄行业市场需求状况分析37
- 三、2007-2008年中国雪茄行业市场供需总体态势分析38

第三节 2007-2008年中国雪茄行业进出口状况分析 38

- 一、2007-2008年中国雪茄行业进出口分析38
- 二、中国雪茄出口的优劣势分析 38

第五章 2007-2008年中国雪茄行业主要经济指标分析 40

第一节 2007-2008年中国雪茄行业工业总产值分析 40

- 一、2007-2008年中国雪茄行业工业总产值分析40
- 二、不同规模企业工业总产值分析 40
- 三、不同所有制企业工业总产值比较 41

第二节 2007-2008年中国雪茄行业市场销售收入分析 42

- 一、2007-2008年中国雪茄行业市场总销售收入分析42
- 二、不同规模企业总销售收入分析 42
- 三、不同所有制企业总销售收入比较 43

第三节 2007-2008年中国雪茄行业产品成本费用分析 44

- 一、2007-2008年中国雪茄行业成本费用总额分析44
- 二、不同规模企业销售成本比较分析 45
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析 46

第四节 2007-2008年中国雪茄行业利润总额分析 46

一、2007-2008年中国雪茄行业利润总额分析46

- 二、不同规模企业利润总额比较分析 47
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析 47

第六章 2007-2008年中国雪茄行业竞争格局分析 49

第一节 2007-2008年雪茄行业的发展波动性分析 49

- 一、雪茄行业的经济周期分析 49
- 二、雪茄行业的增长性与波动性分析 49
- 三、雪茄行业的成熟度分析 49

第二节 2007-2008年雪茄行业竞争格局分析 49

- 一、雪茄行业集中度分析 49
- 二、雪茄行业竞争程度分析 49
- 三、雪茄企业产品市场占有率 50

第三节 2007-2008年雪茄行业价格情况分析 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 2007-2008年雪茄行业企业竞争状况分析 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 2007-2008年中国雪茄行业优势企业竞争分析 52

第一节川渝中烟52

- 一、2007-2008年企业经营与财务状况分析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、2007-2008年企业经营与财务状况分析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、2007-2008年企业经营与财务状况分析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、2007-2008年企业经营与财务状况分析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、2007-2008年企业经营与财务状况分析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、2007-2008年企业经营与财务状况分析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 2007-2008年中国雪茄相关行业发展现状分析 70

- 第一节 2007-2008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分析 70
- 三、未来国际烟草包装行业走势分析 71
- 四、烟草用BOPP膜的发展趋势分析72
- 第二节 2007-2008年中国烟草广告业发展状况 73
- 一、烟草广告业的现状分析 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 2007-2008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 2007-2008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分析80
- 五、烟草行业的物流配送渠道分析81

第九章 2008-2010年中国雪茄行业发展趋势分析 84

第一节 2008-2010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分析84
- 二、行业内各市场竞争状况的发展趋势分析84
- 三、行业内技术发展趋势分析84
- 四、行业内客户群发展趋势分析84
- 第二节 2008-2010年中国雪茄行业规模预测 85
- 第三节 2008-2010年中国雪茄行业结构预测 85

第四节 2008-2010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 2008-2012年雪茄烟业投资机会分析与风险预警 87

- 第一节 2008-2012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 2008-2012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 2008-2012年雪茄烟企业经营战略建议 92

第一节 2008-2012年雪茄烟企业的标竿管理 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 2008-2012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 2008-2012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分析 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分析 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分析 38
- 图表 16 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业销售收入分析 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分析 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分析 40
- 图表 19 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业成本费用分析 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分析 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分析 42
- 图表 22 2007年~2008年中国其他烟草制品加工行业销售收入分析 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分析 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分析 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分析 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分析 50

图表 29 2006年~2007年山东中烟工业公司资产结构分析 51

图表 30 2006年~2007年山东中烟工业公司成本费用结构分析 52

图表 31 2006年~2007年蚌埠卷烟厂蒙城生产部企业盈利能力分析 55

图表 32 2006年~2007年蚌埠卷烟厂蒙城生产部资产结构分析 55

图表 33 2006年~2007年蚌埠卷烟厂蒙城生产部成本费用结构分析 56

图表 34 2006年~2007年上海烟草(集团)公司企业盈利能力分析 58

图表 35 2006年~2007年上海烟草(集团)公司资产结构分析 59

图表 36 2006年~2007年上海烟草(集团)公司成本费用结构分析 60

图表 37 2006年~2007年湖南中烟企业盈利能力分析 62

图表 38 2006年~2007年湖南中烟资产结构分析 62

图表 39 2006年~2007年湖南中烟成本费用结构分析 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: http://www.cction.com/report/200812/8325.html