

2007-2008年中国烟草行业 研究发展分析报告

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

《2007-2008年中国烟草行业研究发展分析报告》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/200806/1503.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

第一章、烟草相关概念

第一节、烟草的概念与分类

一、烟草简介

二、中式卷烟的概念

三、卷烟的分类

第二节、烟草的主要特征

一、世界各类型卷烟的特征

二、中式卷烟的特征

第二章、烟草产业政策环境分析

第一节、国际烟草政策分析

一、浅析《烟草控制框架公约》

二、无烟倡议行动（TFI）综述

第二节、中国烟草专卖制度解析

一、中国烟草专卖制度的概念

二、浅析烟草专卖管理的必要性

三、中国烟草专卖局的职责

第三节、中国控烟政策分析

一、中国控烟政策法规

二、中国控烟形势概述

三、中国控烟策略分析

第四节、烟草行业其他相关政策分析

一、中国烟草税收政策

二、中国烟草进口限制条件

三、青少年吸烟行为的分析与规定

四、烟草行业的地方保护主义

第三章、国际烟草行业发展状况

第一节、世界烟草行业总体概况

一、全球烟草行业发展历程

二、世界烟草行业发展概况

三、世界烟叶市场竞争局势分析

四、2005年世界烟草发展形势分析

第二节、美国

一、美国卷烟行业发展沿革

二、美国烟草种植业重新洗牌

三、美国烟草行业税收政策

第三节、英国

一、英国卷烟行业发展状况

二、英国烟草行业管理大见成效

三、英国烟草行业税收政策

第四节、德国

一、德国卷烟行业发展历程

二、德国烟草行业税收政策

三、2006年德国烟草业发展局势分析

第五节、意大利

一、意大利卷烟行业发展沿革

二、意大利烟草行业发展状况

三、意大利卷烟行业税收政策

第六节、阿根廷

一、阿根廷卷烟行业发展状况

二、阿根廷烟草行业税收政策

三、阿根廷控烟政策

第七节、巴西

一、巴西卷烟行业发展沿革

二、巴西烟草出口状况

三、巴西烟草行业税收政策

第八节、印度

一、印度卷烟行业发展状况

二、印度烟草出口量持续增加

三、印度卷烟行业税收政策

第九节、日本

一、日本卷烟行业发展历程

二、日本卷烟行业税收政策

三、日本烟草市场发展状况分析

第十节、韩国

一、韩国卷烟行业发展历程

二、韩国烟草市场格局

三、韩国卷烟行业税收政策

第四章、中国烟草行业分析

第一节、中国烟草行业发展总体分析

一、烟草行业在国民经济中的地位

二、烟草业的经营业务类型分析

三、中国烟草行业的基本特点

四、烟草业供应链系统分析

第二节、中国烟草行业物流发展状况

一、国内烟草行业物流工作回顾

二、烟草行业现代物流体系建设的战略分析

三、烟草企业物流“瘦身”的策略分析

第三节、中国烟草业发展策略分析

一、烟草行业发展之策略

二、浅谈烟草企业如何创新发展

三、烟草企业优化终端谋求发展浅析

第五章、中国卷烟行业分析

第一节、中国卷烟行业现状及发展策略

一、中国卷烟行业发展状况

二、中国低焦油卷烟发展状况分析

三、卷烟行业存在的主要问题及对策

四、中国卷烟参与国际竞争的策略与方法

第二节、2004—2006年5月卷烟行业运行状况分析

一、2004年卷烟行业发展状况

二、2005年卷烟行业发展态势平稳

三、2006年1—5月烟草行业经济运行情况

第三节、中国卷烟品牌发展状况分析

一、国内部分卷烟品牌扩张弹性分析

二、国内卷烟品牌整合不能只盯销量

三、国内卷烟企业品牌维护的措施

四、低害卷烟品牌将决定烟草业品牌竞争力

第六章、中国卷烟产业经济运行数据分析

第一节、2005年中国卷烟工业经济运行分析

一、2005年中国全部卷烟企业经济运行情况

二、2005年中国不同规模卷烟企业经济运行情况

三、2005年中国不同所有制卷烟企业经济运行情况

第二节、2006年1—6月中国卷烟工业经济运行分析

一、2006年1—6月中国全部卷烟制造企业经济运行情况

二、2006年1—6月中国不同规模卷烟制造企业经济运行情况

三、2006年1—6月中国不同所有制卷烟企业经济运行情况

第三节、2004—2006年6月全国各地区卷烟产量数据

一、2004年全国各地区卷烟产量数据分析

二、2005年全国各地区卷烟产量数据分析

三、2006年1—6月全国各地区卷烟产量数据分析

第四节、2004年—2006年6月卷烟制造业收入前十家企业分析

一、2004年12月卷烟制造业收入前十家企业分析

二、2005年12月卷烟制造业收入前十家企业分析

三、2006年6月卷烟制造业收入前十家企业分析

第七章、中国卷烟市场分析

第一节、中国卷烟市场的现状

一、卷烟市场发展环境分析

二、卷烟市场的主要特征

三、中国烟草业市场结构分析

四、2005年中国卷烟市场形势分析

第二节、中国特殊卷烟市场分析

一、国内主要农村卷烟市场分析

二、中国女性卷烟市场分析

三、高档卷烟市场现状分析

第三节、中国卷烟市场消费者行为分析

一、国内卷烟消费者分类及消费水平

二、浅析中国卷烟消费者的购买特征

三、影响中国卷烟消费者行为的因素

四、2005年卷烟市场消费状况

五、中国城市卷烟消费者群体分析

六、中国农村卷烟市场消费形态分析

七、营销人员卷烟消费特点解析

第八章、主要省市烟草市场分析

第一节、浙江市场

一、浙江卷烟市场省外烟销售状况

二、杭州卷烟市场竞争格局

三、浙江舟山市卷烟市场消费现状

第二节、新疆市场

一、南疆地区卷烟市场分析

二、北疆地区卷烟市场状况

三、乌鲁木齐卷烟市场分析

第三节、甘肃市场

一、兰州市卷烟市场概貌

二、白银市大水头煤矿卷烟市场状况

三、甘南藏族自治州夏河县卷烟市场状况

第四节、北京市场

一、北京卷烟市场总体消费状况

二、2005北京卷烟市场发展状况

三、北京女性卷烟市场消费现状

四、北京白领卷烟市场消费现状

五、北京蓝领卷烟市场消费现状

第五节、南京市场

一、南京卷烟市场发展概况

二、南京市场卷烟品牌竞争力分析

三、南京市场卷烟企业竞争格局

第六节、石家庄市场

一、石家庄市卷烟市场概况

二、石家庄市场卷烟品牌竞争力分析

三、石家庄卷烟企业竞争态势

第九章、烟叶生产状况分析

第一节、世界烟叶生产概况

一、2005年世界烟叶发展状况

二、欧洲主要烟叶产区概况

三、亚洲主要烟叶产区概况

四、美洲烟叶重点产区概况

五、南非烟叶生产状况

第二节、中国烟叶生产概况

一、烟叶产区生态环境与生产条件介绍

二、中国烟叶生产状况分析

三、中国烟叶生产的优势与差距

第三节、烟叶生产中的问题与对策

一、中国烟叶生产存在的问题

二、中国烟叶生产问题的对策与思考

三、国内烟区必须在稳中求发展

四、浅析烟叶生产参与国际竞争的策略

第十章、中国烟草制品进出口数据分析

第一节、2001—2005年进出口总体数据分析

一、烟草；烟草废料

二、烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟

三、其他烟草制品、“均化”烟草、烟草精汁

第二节、2004—2005年中国重点省份进出口总体数据

一、烟草；烟草废料

二、烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟

三、其他烟草制品；“均化”烟草；烟草精汁

第三节、2004—2005年主要国家的进出口数据

一、烟草；烟草废料

二、烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟

三、其他烟草制品；“均化”烟草；烟草精汁

第十一章、烟草包装行业

第一节、国际烟草包装行业发展状况

一、世界著名烟草包装材料生产企业盘点

二、国际烟草包装的发展趋势分析

三、东欧引领烟草包装业新潮流

第二节、中国烟草包装行业分析

一、中国烟草包装行业的特性

二、中国烟草包装行业的现状

三、中国烟草铝箔包装现状

四、中国烟草包装产品的发展趋势

第三节、中国烟草包装发展的问题与策略

一、烟草包装业发展中的主要问题

二、中国卷烟过度包装问题分析

三、国内烟草包装发展策略分析

四、特色烟支包装产品的发展策略

第十二章、烟草行业营销分析

第一节、烟草行业营销现状与问题分析

一、国内烟草行业的营销现状

二、浅析烟草营销存在的的主要弊端

三、卷烟品牌营销的误区与病症解析

第二节、烟草行业营销策略分析

一、国内烟草品牌的营业推广策略

二、烟草企业在新形势下的营销策略

三、以体验营销促进中国卷烟销售

四、中式卷烟的营销策略组合解析

第三节、烟草企业营销案例分析

一、万宝路的市场定位策略

二、中华的营销策略分析

三、大红鹰的品牌战略透析

四、芙蓉王品牌发展的成功要素

五、浅析中南海营销战略的创新

第四节、烟草行业营销发展趋势分析

一、国内烟草营销重心的下移趋势

二、烟草销售渠道运作的专业化趋势

三、烟草行业营销区域细分化趋势

第十三章、烟草行业重点企业介绍

第一节、红塔集团

一、红塔集团简介

二、解析红塔山“新势力”的营销策略

三、红塔集团加速资源整合做强名牌产品

第二节、白沙集团

一、白沙集团简介

二、白沙集团品牌策略分析

三、白沙集团打造绿色烟草城

第三节、安徽黄山卷烟总厂

一、黄山卷烟厂简介

二、2005年黄山卷烟厂实现品牌突破

三、2006年1-5月黄山卷烟厂发展态势强劲

第四节、成都卷烟厂

一、成都卷烟厂简介

二、浅析2004年成都卷烟厂联合重组

三、2005年成都卷烟厂发展状况

第五节、北京卷烟厂

一、北京卷烟厂简介

二、2005年发挥创新型企业魅力

三、2006年一季度运行状况良好

第十四章、烟草行业投资与趋势分析

第一节、中国卷烟行业投资分析

一、烟草行业发展的SWOT分析

二、烟草业波特五力竞争模型分析

三、卷烟市场消费变化趋势分析

第二节、世界烟草发展趋势分析

一、国际烟草行业发展的总体趋势

二、2007年世界烟草行业发展趋势

三、2010年世界烟草需求仍将持续增长

第三节、中国烟草行业发展趋势分析

一、中国烟草行业发展前景预测

二、中国未来卷烟品牌走势浅析

三、浅析中式卷烟发展趋向

附录

附录一：《烟草控制框公约》条款摘要

附录二：中华人民共和国烟草专卖法

附录三：中华人民共和国烟草专卖法实施条例

附录四：中华人民共和国烟叶税暂行条例

附录五：中国烟叶专卖管理条例

附录六：中华人民共和国卷烟纸专卖管理条例

图表目录：

图表1 卷烟按包装数量分类

图表2 世界主要卷烟类型的PH指标

图表3 中国烟草进口关税税率

图表4 中国烟草制品消费税率

图表5 青少年烟草使用环境相关政策

图表6 1990—1999年全球卷烟生产量

图表7 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8 1992—1998年全球卷烟消费类型的变化（%）

图表9 全球20个主要消费市场上美式混合型卷烟所占比例 (%)

图表10 2005年世界烟草发展格局

图表11 2005年中国以外国际卷烟市场格局

图表12 1990—2001年美国卷烟产销量及进出口量

图表13 1995—1998年美国主要烟草制造商市场份额 (%)

图表14 1994—1998年美国主要卷烟品牌市场份额 (%)

图表15 1991—1998年美国卷烟平均零售价格

图表16 1999-2000年度美国烟草业对各国配额分配

图表17 2000年美国烟草及其制品关税税率

图表18 美国联邦消费税

图表19 美国各州卷烟税率

图表20 1990—2002年英国卷烟生产、消费及进出口

图表21 1994—1998年英国主要厂商市场份额 (%)

图表22 1996—2000年英国主要品牌卷烟零售价

图表23 1992—1999年英国卷烟平均零售价格

图表24 1994—2000年英国雪茄产销量及进出口量

图表25 1997年英国雪茄烟主要品牌市场份额

图表26 1990—1999年德国卷烟生产、消费及进出口

图表27 1996—1999年德国主要卷烟品牌市场份额 (%)

图表28 1993—1999年德国卷烟平均零售价

图表29 德国烟草行业消费税税率

图表30 1990—1999年意大利卷烟生产、消费及进出口

图表31 1994—1999年意大利卷烟平均零售价

图表32 1990—2001年阿根廷卷烟产销量及进出口量

图表33 1993—1999年阿根廷卷烟平均零售价格

图表34 1996—1999年主要品牌零售价格

图表35 阿根廷烟草关税

图表36 1994—1998年巴西主要烟草制造商市场份额 (%)

图表37 1994—1998年巴西主要卷烟品牌市场份额 (%)

图表38 1995—1999年巴西卷烟平均零售价格

图表39 1990—2002年巴西卷烟产销量及出口量

图表40 巴西烟草关税

图表41 巴西卷烟的税种及税率

图表42 巴西烟叶增值税

图表43 印度烟草消费税

图表44 印度部分州烟草制品消费税

图表45 1990—1999年日本卷烟产量、进出口及消费量

图表46 1995—1999年日本卷烟零售平均价格

图表47 日本卷烟关税税率

图表48 1990—1999韩国卷烟产量、进出口量和消费量

图表49 1990—1999年韩国卷烟平均零售价格

图表50 1999-2005年英美烟草公司在韩国的市场份额

图表51 韩国烟草进出口关税税率

图表52 烟草行业供应链系统

图表53 行业经营业务类型

图表54 2003年、2004年卷烟生产结构累计分析

图表55 2004年重点工业企业产销存结构分析

图表56 31个卷烟品牌工业扩张平均弹性系数

图表57 31个卷烟品牌商业扩张平均弹性系数

图表58 6个高端卷烟品牌工业扩张弹性分析

图表59 6个高端卷烟品牌商业扩张弹性分析

图表60 7个高端卷烟品牌工业扩张弹性系数

图表61 7个高端卷烟品牌商业扩张弹性系数

图表62 4个卷烟品牌商业扩张弹性系数

图表63 7个卷烟品牌商业扩张弹性系数

图表64 7个卷烟品牌工业扩张弹性系数

图表65 4个卷烟品牌工业扩张弹性系数

图表66 3个卷烟品牌工业扩张弹性系数

图表67 3个卷烟品牌商业扩张弹性系数

图表68 2005年1—12月全部卷烟制造企业全国合计

图表69 2005年1—12月大型卷烟制造企业全国合计

图表70 2005年1—12月中型卷烟制造企业全国合计

图表71 2005年1—12月小型卷烟制造企业全国合计

图表72 2005年1—12月国有卷烟制造企业全国合计

图表73 2005年1—12月集体卷烟制造企业全国合计

图表74 2005年1—12月股份合作卷烟制造企业全国合计

图表75 2005年1—12月股份制卷烟制造企业全国合计

图表76 2005年1—12月私营卷烟制造企业全国合计

图表77 2005年1—12月外商和港澳台投资卷烟制造企业全国合计

图表78 2006年1—6月全部卷烟制造企业全国合计

图表79 2006年1—6月大型卷烟制造企业全国合计

图表80 2006年1—6月中型卷烟制造企业全国合计

图表81 2006年1—6月小型卷烟制造企业全国合计

图表82 2006年1—6月国有卷烟制造企业全国合计

图表83 2006年1—6月集体卷烟制造企业全国合计

图表84 2006年1—6月股份合作卷烟制造企业全国合计

图表85 2006年1—6月股份制卷烟制造企业全国合计

图表86 2006年1—6月私营卷烟制造企业全国合计

图表87 2006年1—6月外商和港澳台投资卷烟制造企业全国合计

图表88 2004年1—12月卷烟全国合计

图表89 2004年1—12月卷烟云南省合计

图表90 2004年1—12月卷烟河南省合计

图表91 2004年1—12月卷烟湖南省合计

图表92 2004年1—12月卷烟山东省合计

图表93 2004年1—12月卷烟湖北合计

图表94 2004年1—12月卷烟广东省合计

图表95 2005年1—12月卷烟全国合计

图表96 2005年1—12月卷烟云南省合计

图表97 2005年1—12月卷烟湖南省合计

图表98 2005年1—12月卷烟河南省合计

图表99 2005年1—12月卷烟山东省合计

图表100 2005年1—12月卷烟湖北省合计

图表101 2005年1—12月卷烟广东省合计

图表102 2006年1—6月卷烟全国合计

图表103 2006年1—6月卷烟云南省合计

图表104 2006年1—6月卷烟河南省合计

图表105 2006年1—6月卷烟湖南省合计

图表106 2006年1—6月卷烟湖北省合计

图表107 2006年1—6月卷烟山东省合计

图表108 2006年1—6月卷烟广东省合计

图表109 2004年12月卷烟制造业前十家企业

图表110 2004年12月卷烟制造业前十家企业销售收入

图表111 2004年12月卷烟制造业前十家企业利润额

图表112 2004年12月卷烟制造业前十家企业的人数

图表113 2004年12月卷烟制造业前十家企业资产总计

图表114 2005年12月卷烟制造业前十家企业

图表115 2005年12月卷烟制造业前十家企业销售收入

图表116 2005年12月卷烟制造业前十家企业利润

图表117 2005年12月卷烟制造业前十家企业人数

图表118 2005年12月卷烟制造业前十家企业资产总计

图表119 2006年6月卷烟制造业前十家企业

图表120 2006年6月卷烟制造业前十家企业销售收入

图表121 2006年6月卷烟制造业前十家企业利润额

图表122 2006年6月卷烟制造业前十家企业人数

图表123 2006年6月卷烟制造业前十家企业资产总计

图表124 2000—2005年中国烟草业市场集中度

图表125 产业集中度分类表

图表126 2001—2005年中国烟草工业企业数量变化表

图表127 2005年重点企业卷烟销量比例

图表128 2001—2005年生产卷烟牌号数

图表129 2000—2005年中国烟草业税利

图表130 2005年卷烟生产销售不同类型区域分划

图表131 中国30个城市前三位品牌的市场集中度（最经常吸卷烟品牌前三位市场占有率之和）

图表132 2003年石家庄（含所辖县）卷烟销量结构

图表133 2004年石家庄（含所辖县）卷烟销量结构

图表134 2005年石家庄（含所辖县）卷烟销量结构

图表135 2004年石家庄市、藁城市、灵寿县卷烟销量结构城乡对比

图表136 石家庄（含所辖县）省外卷烟销量对比

图表137 石家庄（含所辖县）卷烟品牌销量前十名

图表138 2002年河南省卷烟销量结构

图表139 2003年河南省卷烟销量结构图

图表140 2004年河南省卷烟销量结构图

图表141 2005年洛阳卷烟品牌销量前十名对比

图表142 2005年湖北黄冈市城乡各类卷烟销量及比重

图表143 2005年湖北省在销省外卷烟品牌

图表144 2004年岳阳市岳阳县（纯销区）卷烟销售情

图表145 2004年郴州市桂阳县（烟叶产区）卷烟销售情况

图表146 2004年湘西自治州凤凰县（烟叶产区）卷烟销售情况

图表147 2002—2005年全国一类卷烟销量

图表148 2003—2004年高档卷烟品牌销量对比

图表149 高档烟消费者的收入分布

图表150 高档烟的消费者的年龄分布

图表151 高档烟消费者所属单位性质

图表152 高档烟消费者的职业分布

图表153 高档烟的主要（获得）途径

图表154 不同因素对高档烟消费者消费行为的影响程度

图表155 2001—2005年各主要城市吸烟率的年度变化

图表156 2001—2005年30个城市不同年龄段消费者吸烟率的变化趋势

图表157 2001—2005年30个城市不同月收入消费者吸烟率的变化趋势

图表158 消费者对新产品品质的判断因素

图表159 城市卷烟市场中的消费者的四类群体

图表160 城市卷烟市场中的四类消费者选择卷烟考虑的因素

图表161 城市卷烟市场中不同群体主吸卷烟焦油量对照

图表162 城市卷烟市场中大专以上学历消费者所占比例

图表163 城市卷烟市场中不同类型卷烟消费者的收入比较

图表164 城市卷烟市场中不同类型卷烟消费者的主吸价格比较

图表165 城市卷烟市场中不同类型卷烟消费者的吸食量比较

图表166 城市卷烟市场中不同类型卷烟消费者主吸卷烟价格分布

图表167 城市卷烟市场中不同类型卷烟消费者的营销敏感度比较

图表168 不同类型卷烟消费者最喜欢的促销方式

图表169 中国卷烟市场各类消费群体对展示个人形象的渴望程度

图表170 不同价位的品牌关注型消费者希望展示的个体形象

图表171 消费者对七个卷烟主要品牌的质量整体感知比较图。

图表172 1986年以来农村吸烟率变化趋势

图表173 2005年农村卷烟消费者日均吸烟量

图表174 2005年农村各档次卷烟消费量比例

图表175 2005年8—12月农村不同收入家庭卷烟消费总支出

图表176 农村消费者常吸卷烟品牌首选率

图表177 农村消费者购买卷烟主要场所比例

图表178 农村消费者购买各档次卷烟的用途比例

图表179 不同因素对农村卷烟消费者购买行为的影响

图表180 农村消费者早烟消费动机

图表181 农村消费者对低档卷烟供货的满意度

图表182 不同消费档次的消费者对低档烟供货情况的满意度

图表183 农村卷烟消费者在消费过程中遇到的困难

图表184 2005年农村各档次卷烟消费率

图表185 中国营销人年龄分布

图表186 中国营销人的学历分布

图表187 中国营销人的收入分布

图表188 营销人员将烟选择作为商务礼品的比例

图表189 营销人员对卷烟价格的选择

图表190 营销人员对10元以上价格卷烟选择的比例

图表191 营销人员对烟的产地选择

图表192 营销人员对烟的类型的选择

图表193 2005年喀什地区卷烟销量前十位品牌（规格）

图表194 2005年上半年巴音郭楞蒙古自治州卷烟销量排名

图表195 2004年伊犁地区卷烟销量排名

图表196 2005年伊犁地区卷烟销量排名

图表197 2005年石河子市卷烟销量排名

图表198 2003—2005年乌鲁木齐市各类卷烟销量及比重

图表199 2003—2005年乌鲁木齐销量前十位的卷烟品牌（规格）

图表200 2003—2005年上半年乌鲁木齐地产烟和区外烟销量比

图表201 2004年兰州市各类卷烟销量及比重

图表202 2005年上半年兰州市省内外卷烟品牌（规格）销量排名

图表203 2005年白银市卷烟品牌（规格）销量排名

图表204 2004—2005年上半年夏河县卷烟销售情况简表

图表205 2005年夏河县卷烟销售品牌（规格）销量排名

图表206 北京地区畅销品牌价位区间分布

图表207 北京地区各档次卷烟消费群体比例

图表208 北京地区各档次卷烟日均购买人流量比例

图表209 北京地区各档次卷烟消费群体对不同档次卷烟的接受程度

图表210 北京地区各档次卷烟消费群体性别比例

图表211 北京能够地区各档次卷烟消费群体的职业分布

图表212 北京地区各档次卷烟消费群体的平均年龄

图表213 北京地区各档次卷烟消费群体收入水平走势

图表214 北京地区高档卷烟消费群体受教育程度

图表215 北京地区中档卷烟消费群体受教育程度

图表216 北京市各档次卷烟消费群体日均品吸量

图表217 北京地区各档次卷烟消费群体卷烟日均品吸量

图表218 北京地区高档卷烟消费群体日品吸量变化状况

图表219 北京地区中档卷烟消费群体日品吸量变化状况

图表220 北京地区低档卷烟消费群体日品吸量变化状况

图表221 北京地区卷烟消费群体购买行为目的

图表222 北京地区各档次卷烟消费群体偏好类型

图表223 北京地区各档次卷烟消费群体购买卷烟地点

图表224 北京地区各档次卷烟消费群体对媒体广告的接受程度

图表225 2005年六个过百万箱卷烟品牌在京销量

图表226 2005年北京市卷烟销量分类统计表

图表227 2005年北京市卷烟销量排名前十位的品牌

图表228 2005年外烟在京品牌销量

图表229 北京女性卷烟消费者每天平均消费册比例

图表230 2005年南京市卷烟销售量前十位品牌

图表231 2005年南京市场卷烟销售量前十位工业企业

图表232 南京市零售4—6元/包价位省内外卷烟畅销品牌（规格）

图表233 南京市零售4—6元/包价卷烟消费者身份

图表234 南京市零售4—6元/包价卷烟影响因素

图表235 南京市零售7—11元/包价位省内外卷烟畅销品牌（规格）

图表236 南京市零售7—11元/包价位卷烟消费者身份

图表237 南京市零售7—11元/包价位卷烟影响因素

图表238 南京市零售15元/包以上价位省内外产卷烟畅销品牌（规格）

图表239 南京市零售15元/包价位卷烟消费者身份

图表240 南京市零售15元/包价位卷烟影响因素

图表241 南京市场部分紧缺卷烟品牌（规格）

图表242 南京部分滞销卷烟品牌（规格）

图表243 南京市卷烟品牌滞销原因

图表244 南京卷烟市场促进卷烟销量增长的有效方式

图表245 南京卷烟市场有效树立卷烟品牌形象的方式

图表246 南京卷烟市场价格相同的前提下影响消费者选择卷烟品牌的因素

图表247 2003—2005年石家庄卷烟销售情况

图表248 2005年石家庄卷烟销量情况

图表249 2004—2005年石家庄卷烟品牌（规格）精简情况

图表250 2005年石家庄烟草市场品牌发展情况

图表251 2006年石家庄烟草市场重点培育品牌（规格）

图表252 2005年石家庄市场卷烟品牌销量前十名

图表253 石家庄卷烟市场零售4—6元/包价位省内外烟畅销卷烟品牌（规格）

图表254 石家庄卷烟市场零售4—6元/包价位卷烟消费者身份

图表255 石家庄卷烟市场购买4—6元/包价位卷烟考虑因素

图表256 石家庄卷烟市场零售零售8—10元/包价位省内外烟畅销卷烟品牌（规格）

图表257 石家庄卷烟市场购买8—10元/包卷烟考虑因素

图表258 石家庄卷烟市场零售8—10元/包价位卷烟消费者身份

图表259 石家庄卷烟市场零售15元以上/含价位省内外烟畅销卷烟品牌（规格）

图表260 石家庄卷烟市场零售15元以上/含价位卷烟消费者身份

图表261 石家庄卷烟市场购买15元以上/含价位卷烟考虑因素

图表262 石家庄卷烟市场部分紧缺卷烟品牌（规格）

图表263 石家庄卷烟市场部分滞销卷烟品牌（规格）

图表264 石家庄卷烟市场卷烟品牌滞销原因

图表265 石家庄卷烟市场销售良好的上市卷烟品牌（规格）

图表266 石家庄卷烟市场影响卷烟新品销售的因素

图表267 石家庄卷烟市场上消费者忠诚卷烟品牌的原因

图表268 石家庄卷烟市场上消费者更换卷烟品牌的原因

图表269 2001—2005年世界烟叶产量

图表270 2001—2005年世界主要国家烟叶产量

图表271 1990—1999年德国烟叶种植面积

图表272 1990—1999年德国烟叶产量

图表273 1990—1999年德国烟叶消耗量

图表274 1990—1999年德国烟叶进口

图表275 1990—1999年德国烟叶出口

图表276 1990—1999年意大利烟叶产量

图表277 1997—2001年意大利烟叶生产配额

图表278 1995—1999年意大利烟叶消耗量

图表279 1995—1998年意大利烟叶价格

图表280 1995—1999年意大利烟叶进口量

图表281 1995—1999年意大利烟叶出口量

图表282 1994—1999年英国烟叶消耗量

图表283 1990—1999年英国烟叶进出口

图表284 1990—1999年日本烟叶种植面积和产量

图表285 1990—1999年日本烟叶消耗量

图表286 1990—1999年日本烟叶平均价格

图表287 1990—1999年日本烟叶进出口

图表288 1990—1999年韩国烟叶产量

图表289 1990—1999年韩国烟叶消耗

图表290 1990—1999年印度烟叶种植面积

图表291 1990—1999年印度烟叶产量

图表292 1990—1999年印度烟叶消耗

图表293 1990—1999年印度烟叶平均价格

图表294 1990—1999年印度烟叶出口量

图表295 1990—1999年阿根廷烟叶种植面积及产量

- 图表296 1990—1999年阿根廷烟叶消耗
- 图表297 1994—2000年阿根廷烟叶价格水平
- 图表298 1990—1999年烟叶进出口
- 图表299 1990—1999年巴西烟叶产量
- 图表300 1991—2000巴西烟叶价格水平
- 图表301 1991—2001年巴西烟叶进出口
- 图表302 1990—2001年美国烟叶产量
- 图表303 1990—2000年美国烟叶价格水平
- 图表304 1990—2001年烟叶进出口
- 图表305 2001年—2005年中国烟草；烟草废料进口的总值
- 图表306 2001年—2005年中国烟草；烟草废料出口的总值
- 图表307 2001年—2005年烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟进口的总值
- 图表308 2001年—2005年烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟出口的总值
- 图表309 2001年—2005年其他烟草制品、“均化”烟草、烟草精汁进口的总值
- 图表310 2001年—2005年其他烟草制品、“均化”烟草、烟草精汁出口的总值
- 图表311 2004年1—12月中国烟草；烟草废料主要省市进口的数据
- 图表312 2004年1—12月中国烟草；烟草废料主要省市出口的数据
- 图表313 2005年1—12月中国烟草；烟草废料主要省市进口的数据
- 图表314 2005年1—12月中国烟草；烟草废料主要省市出口的数据
- 图表315 2004年1—12月中国烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟主要省市进口数据
- 图表316 2004年1—12月中国烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟主要省市出口数据
- 图表317 2005年1—12月中国烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟主要省市进口数据
- 图表318 2005年1—12月中国烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟主要省市出口数据
- 图表319 2004年1—12月其他烟草制品；“均化”烟草；烟草精汁主要省市进口数据
- 图表320 2004年1—12月其他烟草制品；“均化”烟草；烟草精汁主要省市出口数据
- 图表321 2005年1—12月其他烟草制品；“均化”烟草；烟草精汁主要省市进口数据
- 图表322 2005年1—12月其他烟草制品；“均化”烟草；烟草精汁主要省市出口数据
- 图表323 2004年1—12月中国烟草；烟草废料进口主要国家的数据

- 图表324 2004年1—12月中国烟草；烟草废料出口主要国家的数据
- 图表325 2005年1—12月中国烟草；烟草废料进口主要国家的数据
- 图表326 2005年1—12月中国烟草；烟草废料出口主要国家的数据
- 图表327 2004年1—12月中国烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟进口主要国家数据
- 图表328 2004年1—12月中国烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟出口主要国家数据
- 图表329 2005年1—12月中国烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟进口主要国家数据
- 图表330 2005年1—12月中国烟草或烟草代用品制成的雪茄烟及卷烟出口主要国家数据
- 图表331 2004年1—12月其他烟草制品；“均化”烟草；烟草精汁进口主要国家数据
- 图表332 2004年1—12月其他烟草制品；“均化”烟草；烟草精汁出口主要国家数据
- 图表333 2005年1—12月其他烟草制品；“均化”烟草；烟草精汁进口主要国家数据
- 图表334 2005年1—12月其他烟草制品；“均化”烟草；烟草精汁出口主要国家数据
- 图表335 2005年行业卷烟结构生产状况
- 图表336 红塔集团的主要品牌
- 图表337 新消费者的主要特征
- 图表338 行业发展的SWOT模型
- 图表339 波特五力模型
- 图表340 2001—2005年28个城市吸烟率的年度表化
- 图表341 2001—2005年不同年龄段消费者吸烟率的表化趋势
- 图表342 2001—2005年不同月收入消费者吸烟率的表化趋势
- 图表343 城市高端卷烟消费者对新产品品质的判断因素
- 图表344 2005年“中国名牌”和“中国驰名商标”产销量情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1503.html>