

2024-2030年中国卷烟行业发展前景分析及市场需求预测报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国卷烟行业发展前景分析及市场需求预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、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、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/980943.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解卷烟行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国卷烟行业发展前景分析及市场需求预测报告》（以下简称《报告》）。报告对中国卷烟市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保卷烟行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年卷烟行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能卷烟从业者抢跑转型赛道。

卷烟加工工艺技术是将烟叶原料和卷烟材料加工成卷烟产品的过程和技术方法，主要包括烟叶打叶复烤技术、卷烟产品设计技术、烟叶制丝技术、卷烟卷制包装技术以及其他相关配套技术与方法。根据烟草专卖法规定，烟叶由烟草专卖局或者其委托单位按照国家规定的收购标准统一收购，其他单位和个人不得收购。据统计，截至2022年我国烟叶产量为218.81万吨，种植面积约为1056.53千公顷。

我国是受烟草危害最为严重的国家，卷烟消费量占全球的43%以上，同时中国也是卷烟生产大国。据统计，截至2022年我国卷烟产量为24321.5亿支，产量连续四年增长，销量约为26500亿支。

2000年以来，烟草行业积极实施大品牌发展战略，逐步压缩品牌数量，持续做大品牌规模，品牌结构得到了显著改善。同时，2010年《烟草行业“卷烟上水平”总体规划》提出的“532”、“461”的品牌战略目标，提速了资源优化整合步伐，计划、原料、市场等资源进一步向重点品牌集中倾斜，相当一部分规模小、区域性强的品牌让位于规模大的知名品牌。

烟草工业企业作为区域经济发展的龙头企业，只有不断提高卷烟产品的质量，才能够进一步赢得消费者的信赖，实现转型跨越发展。展望未来，烟草工业企业应当秉持“创新发展，质量为先”的理念，认真总结和反思自身在卷烟产品质量控制技术体系中存在的问题与不足，从细节层面入手，逐项解决问题，切实提高卷烟产品的质量，从而更好地适应卷烟产品行业发展的变化与挑战。

《2024-2030年中国卷烟行业发展前景分析及市场需求预测报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是卷烟领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业

、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第1章 中国卷烟及烟草物流行业发展综述

1.1 中国卷烟品牌发展行业发展历程及发展环境分析

1.1.1 烟草行业及其体制发展与整合历程

- (1) 中国烟草行业发展历程
- (2) 烟草行业体制形成过程
- (3) 烟草行业整合重组历程

1.1.2 中国卷烟品牌发展政策环境

- (1) 烟草行业相关制度介绍及影响分析
- (2) 卷烟行业政策汇总及重点政策解读
- (3) 政策环境变化对行业发展的影响程度分析

1.1.3 中国卷烟品牌发展经济环境

- (1) 国际宏观经济环境分析
- (2) 国内宏观经济环境分析
- (3) 经济环境变化对行业发展的影响程度分析

1.1.4 中国卷烟品牌发展社会环境

- (1) 社会控烟环境分析
- (2) 行业危机公关分析
- (3) 行业需求特征分析
- (4) 社会环境的变化趋势及其对行业发展的影响程度分析

1.1.5 中国卷烟品牌发展技术环境

- (1) 中国卷烟关键技术介绍
- (2) 中国卷烟技术发展现状
- (3) 中国卷烟技术发展趋势
- (4) 技术环境变化对行业发展的影响程度分析

1.1.6 行业发展机遇与威胁分析

1.2 中国卷烟行业产业链发展状况分析

1.2.1 卷烟行业产业链结构

1.2.2 中国烟草上游市场分析

- (1) 中国烟叶种植面积及区域分布情况
- (2) 中国烟叶种植产量及区域分布情况

1.2.3 中国烟草市场运行分析

- (1) 中国烟草行业发展特点分析
- (2) 中国烟草行业产品结构特点
- (3) 中国烟草行业运行状况
- (4) 中国烟草所属行业进出口业务分析
- (5) 中国卷烟发展趋势及前景分析
- 1.2.4 中国烟草下游市场分析
 - (1) 中国卷烟消费者行为分析
 - (2) 中国卷烟消费群体特征分析
- 1.3 中国烟草物流行业发展分析
 - 1.3.1 中国烟草物流行业发展分析
 - (1) 烟草物流工程市场规模分析
 - (2) 烟草物流系统的工程项目特点
 - (3) 烟草商业企业物流发展状况分析
 - (4) 烟草物流信息化的发展状况分析
 - 1.3.2 中国烟草物流典型区域市场分析
 - (1) 西安烟草物流网络体系构建分析
 - (2) 石家庄烟草物流的配送状况分析
 - 1.3.3 中国烟草物联网发展状况分析
 - (1) 中国烟草物联网的发展概况分析
 - (2) 中国烟草物联网的建设状况分析
 - (3) 物联网的烟草流通流程优化研究
- 1.4 中国烟草物流系统整合优化分析
 - 1.4.1 烟草物流系统的整合内容
 - (1) 烟草物流网络的整合分析
 - (2) 烟草物流组织的整合分析
 - (3) 烟草物流信息的整合分析
 - (4) 整合内容的区别以及联系
 - 1.4.2 烟草物流系统的整合类型
 - (1) 烟草工业物流系统整合分析
 - (2) 烟草商业物流系统整合分析
 - (3) 烟草工商业协同物流系统整合
 - (4) 烟草物流系统整合类型的比较
 - 1.4.3 中国现代烟草大物流的整合分析
 - (1) 烟草物流体系面临的主要问题分析
 - (2) 推进烟草物流发展的主要措施分析

- (3) 推进烟草物流发展的保障措施分析
- 1.4.4北京市烟草物流中心运营案例分析
 - (1) 北京烟草物流中心创新设计理念
 - (2) 物流中心的系统构成与技术亮点
 - (3) 北京烟草物流中心的核心业务流程
 - (4) 系统效果与未来发展展望
- 1.4.5烟草物流行业市场发展方向分析

第2章 中国卷烟行业品牌竞争格局及竞争策略分析

- 2.1中国卷烟行业价值链构建与品牌建设
 - 2.1.1价值链构建与品牌竞争策略
 - (1) 价值链对品牌体系影响
 - (2) 基于价值链的品牌策略
 - 2.1.2烟草行业价值链综述
 - (1) 烟草行业价值链特征分析
 - (2) 烟草工商企业价值链关系分析
 - (3) 烟草行业价值链现存问题分析
 - 2.1.3卷烟行业价值链——生产供应环节分析
 - (1) 卷烟工业企业发展状况分析
 - (2) 卷烟工业企业价值链职能定位
 - (3) 卷烟工业企业内部价值链构成
 - (4) 卷烟工业企业价值链优化途径
 - (5) 卷烟工业企业产品品牌建设策略
 - 2.1.4卷烟行业价值链——销售分配环节分析
 - (1) 卷烟商业企业发展状况分析
 - (2) 卷烟商业企业价值链职能定位
 - (3) 卷烟商业企业内部价值链构成
 - (5) 卷烟商业企业服务品牌建设策略
 - 2.1.5卷烟行业价值链——零售终端环节分析
 - (1) 零售终端建设现状分析
 - (2) 零售终端建设现存问题
 - (3) 现代零售终端建设模式
 - (4) 现代零售终端建设路径
 - 2.1.6卷烟行业价值链——消费者环节分析
 - (1) 卷烟消费者需求变化趋势

- (2) 卷烟农村消费市场分析
- (3) 卷烟城市消费市场分析
- 2.2 中国卷烟行业品牌竞争力与品牌发展战略
 - 2.2.1 卷烟品牌竞争力评估体系
 - (1) 卷烟品牌竞争力评估指标
 - (2) 卷烟品牌再定位机制分析
 - 2.2.2 卷烟品牌核心竞争力来源分析
 - (1) 品牌竞争力内部来源
 - (2) 品牌竞争力外部来源
 - 2.2.3 不同卷烟品牌类型竞争力分析
 - (1) 效益规模型品牌
 - (2) 效益主导型品牌
 - (3) 规模主导型品牌
 - (4) 成长优势型品牌
 - (5) 优势居中型品牌
 - 2.2.4 卷烟品牌运作一般战略分析
 - (1) 卷烟品牌发展战略
 - (2) 卷烟品牌运作环节
 - 2.2.5 中国卷烟品牌发展战略案例分析
 - (1) “白沙”品牌战略与缺陷
 - (2) “中华香烟”品牌战略与缺陷
- 2.3 中国卷烟行业品牌竞争格局与市场趋势
 - 2.3.1 卷烟品牌总体竞争格局分析
 - (1) 卷烟行业品牌竞争状况
 - (2) 卷烟品牌集中度分析
 - 2.3.2 卷烟品牌区域竞争格局分析
 - (1) 卷烟品牌地区分布情况
 - (2) 卷烟品牌市场表现分析
 - 2.3.3 卷烟行业细分产品竞争格局与趋势
 - (1) 不同价位卷烟市场分析
 - (2) 主要卷烟产品市场分析
 - 2.3.4 卷烟行业竞争特点及总体趋势分析
 - (1) 卷烟品牌竞争特点分析
 - (2) 卷烟市场发展趋势分析
- 2.4 中国卷烟品牌区域发展状况分析

2.4.1中国卷烟品牌区域发展概况

2.4.2重点省份卷烟品牌发展状况

- (1) 湖南卷烟品牌发展状况分析
- (2) 云南卷烟品牌发展状况分析
- (3) 上海卷烟品牌发展状况分析
- (4) 江苏卷烟品牌发展状况分析
- (5) 浙江卷烟品牌发展状况分析
- (6) 河南卷烟品牌发展状况分析
- (7) 广东卷烟品牌发展状况分析
- (8) 山东卷烟品牌发展状况分析
- (9) 湖北卷烟品牌发展状况分析
- (10) 贵州卷烟品牌发展状况分析

2.5中国卷烟行业重点企业发展分析

2.5.1红塔烟草(集团)有限责任公司

- (1) 公司发展概况
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司品牌发展状况分析
- (4) 公司行业价值链分析
- (5) 公司发展优劣势分析
- (6) 公司最新发展动向分析

2.5.2广东中烟工业有限责任公司

- (1) 公司发展概况
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司品牌发展状况分析
- (4) 公司行业价值链分析
- (5) 公司发展优劣势分析
- (6) 公司最新发展动向分析

2.5.3上海烟草集团有限责任公司

- (1) 公司发展概况
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司品牌发展状况分析
- (4) 公司行业价值链分析
- (5) 公司发展优劣势分析
- (6) 公司最新发展动向分析

2.5.4上海海烟物流发展有限公司

- (1) 公司发展概况
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司品牌发展状况分析
- (4) 公司行业价值链分析
- (5) 公司发展优劣势分析
- (6) 公司最新发展动向分析

第3章 卷烟品牌运作的国际经验借鉴及扩张路径解析

3.1 国际烟草品牌运作经验借鉴

3.1.1 国际烟草品牌竞争格局

- (1) 国际烟草产业现状及趋势
- (2) 国际卷烟产业品牌竞争格局

3.1.2 国际烟草行业并购重组分析

- (1) 国际烟草公司并购重组背景
- (2) 国际烟草公司并购重组动态
- (3) 国际烟草公司并购重组特点
- (4) 国际烟草公司并购重组动机
- (5) 国际烟草公司并购重组趋势

3.1.3 国际烟草品牌发展经验启示

3.2 中国烟草行业整合重组与国际化

3.2.1 中国烟草行业整合重组分析

- (1) 烟草行业整合重组历程
- (2) 烟草行业整合模式分析
- (3) 中国烟草行业整合重组现状
- (4) 烟草工业企业整合重组障碍

3.2.2 中外烟草企业合作状况分析

- (1) 外国烟草中国市场投资方式
- (2) 中国烟草海外市场投资方式

3.3 中国卷烟行业发展壁垒和风险及品牌扩张路径

3.3.1 中国卷烟行业发展壁垒及风险特征分析

- (1) 中国卷烟行业壁垒分析
- (2) 中国卷烟行业整合重组风险与规避

3.3.2 中国卷烟行业品牌扩张路径

- (1) 卷烟品牌扩张形式与障碍
- (2) 卷烟品牌扩张风险与规避

(3) 卷烟品牌国内市场扩张路径

(4) 卷烟品牌国际市场扩张路径

图表目录：部分

图表1：我国烟草专卖制度发展历程

图表2：卷烟行业产业链结构

图表3：2019-2023年中国烟叶种植面积情况

图表4：2023年中国烟叶种植面积区域分布情况

图表5：2019-2023年中国分省烟叶种植面积情况

图表6：2019-2023年中国烟叶产量情况

图表7：2023年中国烟叶产量区域分布情况

图表8：2019-2023年中国分省烟叶产量情况

图表9：2019-2023年中国卷烟产量情况

图表10：2019-2023年中国卷烟销量情况

图表11：2019-2023年中国卷烟产品结构情况

图表12：2019-2023年卷烟价格趋势情况

图表13：2023年中国卷烟主要省市卷烟产量

图表14：2019-2023年卷烟期末库存增减变动情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/980943.html>