



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国卷烟市场监测 及市场运行态势报告

一、调研说明

《2016-2022年中国卷烟市场监测及市场运行态势报告》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/276877.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

卷烟（cigarette）用卷烟纸将烟丝卷制成条状的烟制品。又称纸烟、香烟、烟卷。有滤嘴卷烟和无嘴卷烟，又有淡味和浓味之分。

2014年，全国内销卷烟主要销售表现是：产、销量增加、结构稳步提升、重点品牌增速放缓、一二类增长好于三类，细支烟增长突出。2014年，全国工业累计产量5170万箱，同比增加102.5万箱，增长2.02%；全国商业累计销量5099.4万箱，同比增加105万箱，增长2.1%。

2006-2014年中国卷烟产量走势图

2014年末，全国工商库存541.6万箱，同比增加62.36万箱（其中工业库存300.1万箱，同比增加123万箱），工商存销比1.56，低于去年同期（1.88），库存增加集中体现在工业。

2014年，全国重点品牌累计销量4234.1万箱，同比增加123万箱，增长3.0%（同期5.97%），高于全国水平0.9个百分点，品牌集中度83.0%，同比上升0.7个百分点。其中全国三类以上重点品牌累计销售3720.6万箱，同比增加189.03万箱，增长5.35%（同期7.66%），前15位重点品牌中，销量增长前三位的品牌分别是：利群（20.5%）、芙蓉王（18.61%）、南京（18.34%），3个重点品牌销量同比下降，其中泰山品牌下降幅度最大（-12.54%）。

2014年，全国重点品牌累计实现商业批发额12721.95亿元，同比增长9.47%，前17位重点品牌中，只有泰山品牌商业批发额同比下降；重点品牌平均单箱批发额3万元，同比增长6.29%。

2014年，全国细支卷烟累计销售27.94万箱，同比增加14.1万箱，增长102.02%，明显高于全国卷烟销量增长。销量前三位的品牌分别是南京（13.81万箱，+68.6%）、黄鹤楼（7.81万箱，+116.8%）、泰山（2.84万箱，+159.2%），三品牌销量占全国细支烟销量的比重达到88%左右。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 卷烟行业发展现状 1

第一章 卷烟行业发展概述 1

第一节 卷烟的定义及分类	1
一、卷烟的定义	1
二、卷烟的分类	1
三、卷烟的特性	3
第二节 卷烟产业链分析	3
一、市场特点	3
二、行业经济特性	5
三、产业链结构分析	6
第三节 卷烟行业发展成熟度分析	7
一、行业发展周期分析	7
二、行业中外市场成熟度对比	8
三、行业及其主要子行业成熟度分析	9

第二章 全球卷烟市场发展分析 10

第一节 2012年全球卷烟市场分析 10

一、2012年全球卷烟市场回顾	10
二、2012年全球控烟情况分析	20
三、2012年全球卷烟销售分析	21
四、2012年全球卷烟市场规模	23

第二节 2013年全球卷烟市场分析 23

一、2013年全球卷烟需求分析	23
二、2013年全球卷烟市场规模	34
三、2013年全球控烟情况分析	35
四、2013年中外卷烟市场对比	35

第三节 主要国家地区卷烟市场分析 45

一、2015年美国卷烟市场分析	45
二、2015年欧洲卷烟市场分析	46
三、2015年日本卷烟市场分析	49
四、2015年韩国卷烟市场分析	50
五、2015年其他国家卷烟市场	50

第三章 我国卷烟行业发展现状 58

第一节 我国卷烟行业发展现状	58
一、卷烟行业品牌发展现状	58
二、卷烟行业消费市场现状	60
三、卷烟市场消费层次分析	61
四、我国卷烟市场走向分析	61
第二节 2015年卷烟业发展情况分析	68
一、2012年卷烟行业发展情况分析	68
二、2013年卷烟行业发展特点分析	72
三、2015年卷烟行业发展情况	77
第三节 2015年卷烟行业运行分析	79
一、2014年卷烟业产销存运行分析	79
二、2014年卷烟行业利润情况分析	79
三、2014年卷烟行业发展周期分析	80
四、2012-2015年卷烟行业发展机遇分析	80
五、2016-2022年卷烟行业毛利率预测	82

第四章 我国卷烟市场发展研究 83

第一节 2015年我国卷烟市场发展研究	83
一、2015年1季度我国卷烟市场研究	83
二、2015年2季度我国卷烟市场研究	83
三、2015年3季度我国卷烟市场研究	83
四、2015年4季度我国卷烟市场研究	83
第二节 2014年我国卷烟市场情况	84
一、2014年我国卷烟产销情况	84
二、2014年我国卷烟市场价格情况	84
三、2014年重点城市卷烟市场发展情况	84
四、2014年我国卷烟市场发展情况	85
第三节 2014年我国卷烟市场结构和价格走势分析	86
一、2015年我国卷烟市场结构和价格走势概述	86
二、2014年我国卷烟市场结构分析	87
三、2014年我国卷烟市场价格走势分析	87
第四节 2014年我国卷烟业市场发展特点分析	89

- 一、2014年我国卷烟市场格局特点 89
- 二、2014年我国卷烟产品创新特点 90
- 三、2014年我国卷烟市场服务特点 91
- 四、2014年我国卷烟市场品牌特点 93

第五章 我国卷烟市场调查分析 98

第一节 2015年我国卷烟市场调查分析 98

- 一、主要观点 98
- 二、市场结构分析 98
- 三、价格走势分析 98
- 四、整体市场关注度 99
- 五、品牌关注度格局 99
- 六、产品关注度调查 100
- 七、厂商分析 101

第二节 2014年我国卷烟市场调查分析 101

- 一、主要观点 101
- 二、市场结构分析 102
- 三、价格走势分析 102
- 四、整体市场关注度 102
- 五、品牌关注度格局 103
- 六、产品关注度调查 104
- 七、厂商分析 104

第六章 卷烟行业经济运行分析 106

第一节 2015年卷烟产量分析 106

- 一、2015年卷烟产量分析 106
- 二、2014年卷烟产量分析 106

第二节 2015年卷烟行业主要经济指标分析 109

- 一、销售收入前十家企业分析 109
- 二、2015年卷烟行业主要经济指标分析 110
- 三、2014年卷烟行业主要经济指标分析 112

第七章 我国卷烟行业进出口分析 114

第一节 我国卷烟进口分析 114

一、2015年进口总量分析 114

二、2015年进口结构分析 114

三、2015年进口区域分析 115

第二节 我国卷烟出口分析 116

一、2015年出口总量分析 116

二、2015年出口结构分析 117

三、2015年出口区域分析 118

第三节 我国卷烟进出口预测 120

一、2015年卷烟进口分析 120

二、2015年卷烟出口分析 121

三、2016年卷烟进口预测 122

四、2016年卷烟出口预测 123

第八章 我国卷烟上游行业发展分析 124

第一节 烟叶 124

一、2013年我国烟叶复烤业产销情况 124

二、2014年我国烟叶收购价 128

三、我国烟叶生产分析 133

四、我国烟叶生产可持续发展分析 134

第二节 烟草机械设备 149

一、世界卷烟机械市场活力再现 149

二、中国卷烟包装设备制造业的发展 158

第三节 烟草物资 160

一、湖南省首条高档卷烟纸生产线投产 160

二、2015年上半年我国纸及纸浆进口状况 160

三、国产卷烟纸面对市场的发展分析 169

四、国高档卷烟纸产量分析 173

五、卷烟纸制造行业未来发展分析 173

第九章 卷烟区域市场情况分析 177

第一节 华北地区 177

第二节 东北地区 178

第三节 华东地区 180

第四节 华南地区 181

第五节 华中地区 183

第六节 西南地区 185

第七节 西北地区 186

第十章 中国卷烟行业消费市场分析 188

第一节 卷烟消费者消费行为分析 188

一、卷烟消费者分类及消费水平 188

二、卷烟产品的消费者吸味测试 189

第二节 消费心理与卷烟包装设计分析 192

一、消费心理与包装设计 192

二、消费者对卷烟包装使用过程的心理学分析 192

三、卷烟包装设计的一般要素 193

四、卷烟包装材料、文字与消费心理 193

五、卷烟包装装潢色彩、图案与消费心理 194

六、卷烟包装设计策略、定位与消费心理 196

七、卷烟包装设计存在的问题及对策 197

第三节 北京卷烟消费市场调查分析 199

一、北京地区各档次卷烟市场表现 199

二、北京地区卷烟消费群体特征 201

三、北京地区卷烟群体的消费行为特征 202

第四节 上海卷烟市场消费分析 202

一、上海卷烟市场的特征 202

二、沪产烟的市场表现 203

三、沪产烟面临的挑战和机遇 205

四、沪产烟的发展对策 206

第五节 农村卷烟消费市场调查 209

一、农村卷烟消费市场现状分析 209

二、农村卷烟消费者行为分析 210

三、农村卷烟消费市场存在的主要问题	210
第六节 高档卷烟消费市场分析	212
一、高档烟消费市场现状	212
二、高档烟消费者分析	212
三、高档烟消费市场主要问题分析	212
第十一章 卷烟行业市场营销分析	215
第一节 卷烟新产品的营销策划	215
一、做好新产品上市前的市场调研与分析	215
二、注重卷烟新产品包装设计	215
三、提供新产品上市推广专项服务	216
四、加强工业企业形象的宣传力度	216
五、提高市场预测质量	217
第二节 国际卷烟品牌的营销分析	217
一、烟支规格与包装的变与不变	217
二、品牌和形象定位	219
三、不断革新赢得成功	220
第三节 边远农村卷烟市场分析	221
一、边远农村卷烟市场仍然存在的问题	221
二、边远农村卷烟零售户存在的必然性	221
三、边远农村卷烟零售户的销售心理	222
四、开拓农村边远卷烟市场的思路	222
第四节 卷烟流通企业的服务营销分析	223
一、卷烟流通企业服务营销的现状	223
二、卷烟流通企业服务营销必须实现"三个满意"	223
三、卷烟流通企业服务营销策略的创新	225
第五节 赢得卷烟零售客户持久忠诚度的策略	226
一、树立正确的服务意识	226
二、增强与客户的情感交流	227
三、提高客户的满意度	227
四、满足客户需求	227
五、增强客我互动	228

六、让零售客户获利 228

第六节 卷烟品牌营销策略分析 229

一、市场定位策略 229

二、产品价格策略 229

三、卷烟组合策略 230

四、广告宣传策略 230

第十二章 卷烟行业竞争格局分析 232

第一节 行业竞争结构分析 232

一、现有企业间竞争 232

二、潜在进入者分析 232

三、替代品威胁分析 233

四、供应商议价能力 233

五、客户议价能力 234

第二节 行业集中度分析 235

一、市场集中度分析 235

二、企业集中度分析 235

三、区域集中度分析 235

第三节 中国卷烟行业竞争格局综述 236

一、2015年卷烟行业集中度 236

二、2015年卷烟行业竞争程度 237

三、2015年卷烟企业与品牌数量 237

四、2015年卷烟行业竞争格局分析 237

根据国家统计局数据：截至2014年底我国卷烟行业规模以上企业数量为56家，当中国有企业数量为33家。行业总资产为7890.41亿元，当中国有企业资产总额为4831.08亿元，占比为61.23%；集体企业资产总额为2.13亿元，占比为0.03%；股份制企业资产总额为63.02亿元，占比为0.80%；2014年我国卷烟制造行业资产集中度分析（按所有制）

2014年我国卷烟制造行业资产集中度分析（分省市）		资产总额：亿元	资产占比：%																																												
北京市	33.40	0.4%	天津市	34.42	0.4%	河北省	120.74	1.5%	山西省	29.67	0.4%	内蒙古自治区	66.29	0.8%	辽宁省	51.09	0.6%	吉林省	151.58	1.9%	黑龙江省	85.93	1.1%	上海市	1124.84	14.3%	江苏省	491.11	6.2%	浙江省	388.04	4.9%	安徽省	261.35	3.3%	福建省	224.10	2.8%	江西省	132.98	1.7%	山东省	313.99	4.0%	河南省		

366.60 4.6% 湖北省 375.84 4.8% 湖南省 689.13 8.7% 广东省 461.55 5.8% 广西壮族自治区 157.34 2.0% 海南省 24.05 0.3% 重庆市 97.64 1.2% 四川省 148.14 1.9% 贵州省 232.67 2.9% 云南省 1513.29 19.2% 陕西省 146.42 1.9% 甘肃省 115.71 1.5%

宁夏回族自治区 7.73 0.1% 新疆维吾尔自治区 44.79 0.6% 资料来源：国家统计局

2014年我国卷烟制造业年度收入总额为8595.23亿元，当中国有企业销售收入为5390.25亿元，占比为62.71%；集体企业销售收入为2.95亿元，占比为0.03%；股份制企业销售收入为84.65亿元，占比为0.98%；2014年我国卷烟制造行业收入分布格局（按所有制）

2014年我国卷烟制造行业收入集中度分析（分省市） 分组名称 销售收入：亿元 资产占比：% 北京市 48.92 0.6% 天津市 51.06 0.6% 河北省 170.21 2.0% 山西省 43.71 0.5% 内蒙古自治区 90.44 1.1% 辽宁省 77.39 0.9% 吉林省 152.82 1.8% 黑龙江省 94.58 1.1% 上海市 932.03 10.8% 江苏省 501.21 5.8% 浙江省 418.34 4.9% 安徽省 331.47 3.9% 福建省 241.17 2.8% 江西省 160.41 1.9% 山东省 322.03 3.7% 河南省 442.43 5.1% 湖北省 544.54 6.3% 湖南省 810.28 9.4% 广东省 407.16 4.7% 广西壮族自治区 213.34 2.5% 海南省 26.82 0.3% 重庆市 149.58 1.7% 四川省 257.86 3.0% 贵州省 352.45 4.1% 云南省 1331.76 15.5% 陕西省 212.91 2.5% 甘肃省 153.21

1.8% 宁夏回族自治区 14.13 0.2% 新疆维吾尔自治区 42.95 0.5% 资料来源：国家统计局

第四节 2015年卷烟行业竞争格局分析 239

- 一、2015年国内外卷烟竞争分析 239
- 二、2015年我国卷烟市场竞争分析 240
- 三、2015年我国卷烟市场集中度分析 240
- 四、2013-2015年国内主要卷烟企业动向 240
- 五、2015年国内卷烟拟在建项目分析 241

第十三章 卷烟企业竞争策略分析 248

第一节 卷烟市场竞争策略分析 248

- 一、2016年卷烟市场增长潜力分析 248
- 二、2016年卷烟主要潜力品种分析 248
- 三、现有卷烟产品竞争策略分析 248
- 四、潜力卷烟品种竞争策略选择 250
- 五、典型企业产品竞争策略分析 251

第二节 卷烟企业竞争策略分析 251

一、欧债危机对卷烟行业竞争格局的影响	251
二、欧债危机后卷烟行业竞争格局的变化	251
三、2013-2015年我国卷烟市场竞争趋势	252
四、2013-2015年卷烟行业竞争格局展望	252
五、2013-2015年卷烟行业竞争策略分析	253
六、2013-2015年卷烟企业竞争策略分析	253

第十四章 主要卷烟企业竞争分析 255

第一节 玉溪红塔烟草（集团）有限责任公司 255

一、企业概况	255
二、竞争优势分析	255
三、2015年经营状况	256
四、2013-2015年发展战略	257

第二节 湖南中烟工业公司 258

一、企业概况	258
二、竞争优势分析	259
三、2015年经营状况	259
四、2013-2015年发展战略	261

第三节 红云红河集团 262

一、企业概况	262
二、竞争优势分析	262
三、2013年经营状况	263
四、2013-2015年发展战略	264

第四节 广东中烟工业公司 265

一、企业概况	265
二、竞争优势分析	266
三、2013年经营状况	267
四、2013-2015年发展战略	269

第五节 山东中烟工业有限责任公司 269

一、企业概况	269
二、竞争优势分析	270
三、2015年经营状况	273

四、2013-2015年发展战略 274

第六节 安徽中烟工业公司 275

一、企业概况 275

二、竞争优势分析 276

三、2015年经营状况 276

四、2013-2015年发展战略 277

第七节 上海烟草集团有限责任公司 277

一、企业概况 277

二、竞争优势分析 278

三、2015年经营状况 279

四、2013-2015年发展战略 280

第八节 河南中烟工业有限责任公司 280

一、企业概况 280

二、竞争优势分析 281

三、2015年经营状况 282

四、2012-2012年发展战略 283

第十五章 卷烟行业发展趋势分析 287

第一节 我国卷烟行业前景与机遇分析 287

一、我国卷烟行业发展前景 287

二、我国卷烟发展机遇分析 287

三、2015年卷烟的发展机遇分析 288

四、欧债危机对卷烟行业的影响分析 288

第二节 2016-2022年中国卷烟市场趋势分析 288

一、2016-2022年卷烟市场趋势总结 288

二、2016-2022年卷烟发展趋势分析 290

三、2016-2022年卷烟市场发展空间 291

四、2016-2022年卷烟产业政策趋向 291

五、2016-2022年卷烟技术革新趋势 293

六、2016-2022年卷烟价格走势分析 294

七、2016-2022年国际环境对行业的影响 294

第十六章 未来卷烟行业发展预测	295
第一节 未来卷烟需求与消费预测	295
一、2016-2022年卷烟产品消费预测	295
二、2016-2022年卷烟市场规模预测	295
三、2016-2022年卷烟行业总产值预测	296
四、2016-2022年卷烟行业销售收入预测	296
五、2016-2022年卷烟行业总资产预测	297
第二节 2016-2022年中国卷烟行业供需预测	297
一、2016-2022年中国卷烟供给预测	297
二、2016-2022年中国卷烟产量预测	298
三、2016-2022年中国卷烟需求预测	298
四、2016-2022年中国卷烟供需平衡预测	299
五、2016-2022年中国卷烟产品价格预测	299
六、2016-2022年主要卷烟产品进出口预测	300

第十七章 卷烟行业投资现状分析 302

第一节 2015年卷烟行业投资情况分析 302

- 一、2015年总体投资及结构 302
- 二、2015年投资规模情况 302
- 三、2015年投资增速情况 302
- 四、2015年分行业投资分析 303
- 五、2015年分地区投资分析 303
- 六、2015年外商投资情况 303

第二节 2014年卷烟行业投资情况分析 304

- 一、2014年总体投资及结构 304
- 二、2014年投资规模情况 304
- 三、2014年投资增速情况 304
- 四、2014年分行业投资分析 304
- 五、2014年分地区投资分析 305
- 六、2014年外商投资情况 305

第十八章 卷烟行业投资环境分析 306

第一节 经济发展环境分析 306

一、2009-2015年我国宏观经济运行情况 306

二、2013-2015年我国宏观经济形势分析 308

三、2016年投资趋势及其影响预测 309

第二节 政策法规环境分析 309

一、2015年卷烟行业政策环境分析 309

二、2015年国内宏观政策对其影响 310

三、2015年行业产业政策对其影响 312

第三节 技术发展环境分析 313

一、国内卷烟技术现状 313

二、2015年卷烟技术发展分析 315

三、2014年卷烟技术发展趋势分析 317

第四节 社会发展环境分析 320

一、国内社会环境发展现状 320

二、2015年社会环境发展分析 321

三、2013-2015年社会环境对行业的影响分析 333

第十九章 卷烟行业投资机会与风险 335

第一节 行业活力系数比较及分析 335

一、2015年相关产业活力系数比较 335

二、2016-2022年行业活力系数分析 335

第二节 行业投资收益率比较及分析 336

一、2015年相关产业投资收益率比较 336

二、2016-2022年行业投资收益率分析 336

第三节 卷烟行业投资效益分析 336

一、2013-2015年卷烟行业投资状况分析 336

二、2016-2022年卷烟行业投资效益分析 336

三、2016-2022年卷烟行业投资趋势预测 337

四、2016-2022年卷烟行业的投资方向 338

五、2016-2022年卷烟行业投资的建议 338

六、新进入者应注意的障碍因素分析 339

第四节 影响卷烟行业发展的主要因素 339

一、2016-2022年影响卷烟行业运行的有利因素分析	339
二、2016-2022年影响卷烟行业运行的稳定因素分析	340
三、2016-2022年影响卷烟行业运行的不利因素分析	340
四、2016-2022年我国卷烟行业发展面临的挑战分析	341
五、2016-2022年我国卷烟行业发展面临的机遇分析	342
第五节 卷烟行业投资风险及控制策略分析	343
一、2016-2022年卷烟行业市场风险及控制策略	343
二、2016-2022年卷烟行业政策风险及控制策略	343
三、2016-2022年卷烟行业经营风险及控制策略	344
四、2016-2022年卷烟行业技术风险及控制策略	344
五、2016-2022年卷烟行业同业竞争风险及控制策略	345
六、2016-2022年卷烟行业其他风险及控制策略	345

第二十章 卷烟行业投资战略研究 347

第一节 卷烟行业发展战略研究 347

一、战略综合规划	347
二、技术开发战略	347
三、业务组合战略	349
四、区域战略规划	349
五、产业战略规划	350
六、营销品牌战略	350
七、竞争战略规划	351

第二节 对我国卷烟品牌的战略思考 352

一、企业品牌的重要性	352
二、卷烟实施品牌战略的意义	354
三、卷烟企业品牌的现状分析	355
四、我国卷烟企业的品牌战略	358
五、卷烟品牌战略管理的策略	361

第三节 开拓国际卷烟市场的对策 365

一、直面国际巨头	365
二、调整战略，资产整合效益最优化	366
三、学会控制国外市场的风险	367

第四节 烟草企业战略扩张成功的对策	368
一、烟草企业战略扩张和行业发展时机的失衡	368
二、分析对扩张战略中的烟草企业的重要意义	369
三、科学制定企业扩张战略	371
第五节 卷烟新产品投放策略分析	373
一、产品的核心特色	373
二、小规模投放测试	373
三、适当的产品促销活动	373
四、果断的中止投放	374
第六节 卷烟行业投资战略研究	374
一、2015年烟草行业投资战略	374
二、2015年卷烟行业投资战略	375
三、2016-2022年卷烟行业投资战略	375

图表目录：

图表：卷烟行业产业链结构图

图表：卷烟行业发展周期分析

图表：2003-2015年全球烟叶产量增长情况：万吨

图表：2015年世界部分烟草公司经营对比

图表：2011-2015年菲莫国际卷烟销量：亿支

图表：2015年菲莫国际部分国家市场卷烟销量市场占有率

图表：2011-2015年英美烟草卷烟销量：亿支

图表：2015年英美烟草部分国家和地区市场卷烟销量市场占有率

图表：2011-2015年日本烟草公司卷烟销量：亿支

图表：2015年日本烟草公司部分国家和地区市场卷烟销量市场占有率

图表：2011-2015年帝国烟草公司卷烟销量：亿支

图表：2015年帝国烟草公司部分国家和地区市场卷烟销量市场占有率

图表：全球烟草成人调查（GATS）14个国家人口吸烟率

图表：部分国家卷烟产量趋势：亿支

图表：世界烟叶产量情况（不含中国）

图表：2011-2015年四大跨国烟草公司及部分国际卷烟品牌销量情况

图表：2015年菲莫国际在部分国家或地区卷烟销量、市场占有率及变化情况

图表：2015年英美烟草在主要目标市场占有率及变化情况
图表：2014年日本烟草在主要目标市场占有率及变化情况
图表：帝国烟草2015年目标市场分布情况
图表：部分国家和地区卷烟销量情况
图表：2015年全球主要国家和地区卷烟进口均价对比
图表：2015年美国卷烟进出口数据分析
图表：2015年欧洲主要国家卷烟进出口状况
图表：2015年日本卷烟进出口数据分析
图表：2015年韩国卷烟进出口数据分析
图表：2015年全球部分国家卷烟进出口数据分析
图表：2015年烟草品牌累计交易金额（亿元）
图表：2015年烟草品牌累计交易量（万箱）
图表：2009-2015年我国卷烟行业消费量情况
图表：2015年中国卷烟市场消费结构
图表：2009-2015年全国卷烟销量及增长幅度
图表：2009-2015年各价类卷烟销量增幅变化情况
图表：2009-2015年全国卷烟单箱结构及增长幅度
图表：2011-2015年卷烟结构提升和销量增加对销售收入增长的贡献度
图表：2015、2013年卷烟零售价格指数变化情况
图表：2015、2013年卷烟社会库存变化情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276877.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）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。