

2010-2015年中国雪茄行业 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2010-2015年中国雪茄行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yanjiu1009/92382716YB.html>

【报告价格】 纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7200**元

【出版日期】 2010-09-28

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 www.bosidata.com

目前，全球雪茄市场已被少数几家跨国公司控制。帝国烟草公司的阿塔迪斯公司占有的市场份额约为24%，是世界最大的雪茄制造商，在美国、西班牙和法国市场占有绝对优势。此外，其他著名雪茄制造商占有的市场份额分别是：Swisher公司为14%，瑞典火柴公司为10%，ST雪茄公司为9%，约翰·米德尔顿雪茄公司为9%，Burger集团为8%，Agio公司为5%。在北美地区，年人均雪茄消费量为19支，西欧为17.7支，而东欧只有0.4支，拉丁美洲和亚洲分别只有0.9支和0.1支。2008年成立的古巴哈伯纳斯雪茄公司（Habanos SA）是所有古巴烟草产品的唯一分销商，在全球范围内拥有古巴商标的所有权，是世界高档雪茄烟销售的领先者。该公司在五大洲160多个国家建立了自己的销售网络，其总销售额的95%来自国外市场。

博思数据研究中心发布的《2010-2015年中国雪茄行业市场分析与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了中国雪茄行业的概念，接着分析了中国雪茄行业发展环境，然后对中国雪茄行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国雪茄行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国雪茄行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

第一部分 行业运行现状

第一章 中国雪茄行业发展概述

第一节 雪茄行业发展情况

一、雪茄定义

二、雪茄行业发展历程

第二节 雪茄产业链分析

一、产业链模型介绍

二、雪茄产业链模型分析

第二章 中国雪茄发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国雪茄行业政策环境分析

第三章 中国雪茄市场运行分析

第一节 雪茄行业市场发展基本情况

一、市场发展现状分析

二、市场特点分析

三、市场技术发展状况

第二节 行业市场工业总产值分析

一、年市场工业总产值分析

二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析

三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较

四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布

第三节 行业市场产品价格分析

一、2008年市场产品价格走势

二、2009年市场产品价格走势

三、2010年上半年市场产品价格走势

四、2010-2015年市场产品价格趋势预测

第四章 中国雪茄行业的国际比较分析

第一节 中国雪茄市场发展情况分析

一、2009年中国雪茄市场发展分析

二、2009年中国雪茄市场统计分析

三、2010年上半年中国雪茄市场分析

四、2010年上半年中国雪茄细分市场

第二节 中国雪茄行业的国际比较分析

一、中国雪茄行业竞争力指标分析

二、国际雪茄行业竞争力指标分析

三、中国雪茄行业经济指标国际比较分析

第三节 全球雪茄行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、重点需求客户

四、市场前景展望

第五章 中国雪茄行业经济运行指标分析

第一节 2010年中国雪茄行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2010年中国雪茄行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2010年中国雪茄行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第二部分 市场供需分析

第六章 中国雪茄生产现状分析

第一节 2008年中国雪茄产量数据分析

一、2008年全国雪茄产量数据分析

二、2008年雪茄重点省市数据分析

第二节 2009年中国雪茄产量数据分析

一、2009年全国雪茄产量数据分析

二、2009年雪茄重点省市数据分析

第三节 2010年中国雪茄产量数据分析

一、2010年全国雪茄产量数据分析

二、2010年雪茄重点省市数据分析

第七章 中国雪茄市场供需分析

第一节 2010年雪茄市场需求分析

一、雪茄行业需求市场

二、雪茄行业客户结构

三、雪茄行业需求的地区差异

第二节 2010年雪茄市场供给分析

第三节 2010-2015年供求平衡分析及未来发展趋势

一、2010-2015年雪茄行业的需求预测

二、2010-2015年雪茄行业的供应预测

三、2009-2010年雪茄供求平衡分析

四、2010-2015年雪茄供求平衡预测

第八章 区域市场情况深度研究

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第九章 雪茄产业链的分析

第一节 上游原材料供应状况分析

一、主要原材料

二、2008-2010年主要原材料价格及供应情况

三、2010-2015年主要原材料未来价格及供应情况预测

第二节 雪茄产业链的分析

一、行业集中度

二、主要环节的增值空间

三、行业进入壁垒和驱动因素

四、上下游行业影响及趋势分析

第三部分 行业竞争分析

第十章 雪茄市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 雪茄产品竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第五节 雪茄行业竞争格局分析

一、2010年雪茄行业竞争分析

二、2010年国内外雪茄竞争分析

三、2010年中国雪茄市场竞争分析

四、2010年中国雪茄市场集中度分析

第十一章 雪茄行业产业结构分析

第一节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第十二章 前十大领先企业发展分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2010-2015年公司发展战略分析

第十节 企业十

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2009-2010年经营状况分析
- 五、2009-2010年主要经营数据指标
- 六、2010-2015年公司发展战略分析

第四部分 投资趋势预测

第十三章 2010-2015年雪茄行业发展趋势及影响因素

第一节 雪茄未来发展预测分析

- 一、中国雪茄发展方向分析
- 二、2010-2015年中国雪茄行业发展规模
- 三、2010-2015年中国雪茄行业发展趋势预测

第二节 2010-2015年雪茄行业供给预测

- 一、2010-2015年雪茄行业供给预测
- 二、2010-2015年雪茄行业需求预测

第十四章 2010-2015年雪茄行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 产业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 新进入者应注意的障碍因素

第五节 营销分析与营销模式推荐

- 一、渠道构成
- 二、销售贡献比率
- 三、覆盖率
- 四、销售渠道效果
- 五、价值流程结构

第六节 2010-2015年中国雪茄行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1009/92382716YB.html>