

2024-2030年中国烟草产业 发展现状与投资分析报告

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

《2024-2030年中国烟草产业发展现状与投资分析报告》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/202310/414835.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

广义的烟草行业由农、工、商三大产业链节构成，包括烟草种植、烟叶复烤、烟草品制造、烟草物流、烟草专卖等一系列环节。烟草行业是一个政策影响很大的垄断性行业，中国烟草行业实行统一领导、垂直管理、专卖专营的管理体制。

2020年我国烟草行业营业收入达到11433亿元，同比增长3.1%。利润总额为1156.3亿元，同比增长25.4%。烟草行业主营业务营收和利润总额或小幅上涨。2016年卷烟产量23825.7亿支，此后产量不断减少，2019年产量跌至23642.4亿支。2020年略有回温，卷烟产量23863.7亿支，同比增长0.9%。近几年，中国烟草企业数量小幅波动，2019年烟草企业106个，亏损企业19个。2020年烟草企业105个，亏损16个。随着国民健康意识提升，及控烟力度加强，未来烟草企业数量将继续减少，经营不善出现亏损企业增多，亏损面或扩大。2021年1-11月，我国烟草制品业的营业收入为11653亿元，同比增长6.8%；营业成本为3471.7亿元，同比增长2.4%；利润总额为1453亿元，同比增长4%。

2021年3月，为进一步加强电子烟等新型烟草制品的监管，维护消费者合法权益，工业和信息化部、国家烟草专卖局研究起草了《关于修改〈中华人民共和国烟草专卖法实施条例〉的决定（征求意见稿）》。2021年7月9日，国家烟草专卖局、中国烟草总公司第十届科学技术委员会第一次全体会议在重庆召开。会议对《烟草行业中长期科技发展规划（2021-2035年）》进行咨询评议。“十四五”时期是行业推动高质量发展至为关键的时期，也是行业科技创新工作、行业科技工作者大有可为的时期。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国烟草产业发展现状与投资分析报告》共十六章。首先介绍了烟草的相关概念，接着分析了烟草行业面临的政策环境和国际国内烟草行业的现状。然后，报告具体介绍了烟草细分市场、重点区域、零售专卖及烟叶生产的发展，随后对烟草行业国内外重点企业经营状况进行深入分析。最后，报告分析了烟草行业的投资机遇、风险及未来发展趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、国家烟草专卖局、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对烟草行业有个系统深入的了解、或者想投资烟草行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 烟草行业相关概述

- 1.1 烟草相关知识
 - 1.1.1 烟草的定义及起源
 - 1.1.2 烟草的类型及分布
 - 1.1.3 烟草制品基本介绍
- 1.2 中式卷烟
 - 1.2.1 中式卷烟定义及特征
 - 1.2.2 中式卷烟的发展要素
 - 1.2.3 中式卷烟的发展优势
 - 1.2.4 中式卷烟的发展意义
- 1.3 烟草行业的特征
 - 1.3.1 烟草行业的垄断性
 - 1.3.2 烟草行业的矛盾性
 - 1.3.3 烟草行业的特殊性

第二章 2021-2023年烟草行业发展政策环境分析

- 2.1 全球控烟政策动态
 - 2.1.1 世卫组织控烟
 - 2.1.2 FDA控烟政策
 - 2.1.3 欧盟控烟政策
 - 2.1.4 其他控烟政策
- 2.2 中国控烟政策总体分析
 - 2.2.1 政策规制范围扩大
 - 2.2.2 国家控烟立法分析
 - 2.2.3 国家控烟行动政策
 - 2.2.4 地方控烟政策分析
 - 2.2.5 青少年控烟工作
- 2.3 中国控烟履约进展情况
 - 2.3.1 履约机制进一步完善
 - 2.3.2 出台控烟履约法规
 - 2.3.3 各地控烟工作推进
 - 2.3.4 烟草行业认真履约
- 2.4 中国烟草行业改革

- 2.4.1 体制改革历程
- 2.4.2 深化改革路径
- 2.4.3 “证照分离”改革
- 2.4.4 营销市场化改革
- 2.4.5 市场化改革思考
- 2.4.6 供给侧改革建议
- 2.5 中国烟草税收政策
 - 2.5.1 烟草消费税制度改革进程
 - 2.5.2 烟草行业各环节税收规定
 - 2.5.3 卷烟消费税计税价格管理
 - 2.5.4 烟草消费税进一步改革建议
- 2.6 烟草行业其他相关政策分析
 - 2.6.1 卷烟价格管理政策
 - 2.6.2 烟草专卖许可证管理
 - 2.6.3 加强行业市场监管
- 2.7 烟草行业发展规划
 - 2.7.1 烟草行业“十三五”规划
 - 2.7.2 烟草行业“互联网+”行动计划
 - 2.7.3 烟草行业“十三五”科技创新规划
 - 2.7.4 烟草行业中长期科技发展规划纲要（2006-2020年）
 - 2.7.5 烟草行业标准化中长期发展战略（2007-2020年）

第三章 2021-2023年国际烟草行业发展分析

- 3.1 2021-2023年国际烟草行业市场运行状况
 - 3.1.1 烟草市场发展特征
 - 3.1.2 烟草及制品使用
 - 3.1.3 传统烟草市场规模
 - 3.1.4 新型烟草制品销量
 - 3.1.5 烟草企业竞争格局
 - 3.1.6 烟草市场发展展望
- 3.2 俄罗斯
 - 3.2.1 市场地位分析

- 3.2.2 国家控烟计划
- 3.2.3 市场产量规模
- 3.2.4 行业税收政策
- 3.2.5 加强行业监管
- 3.2.6 市场发展形势
- 3.3 美国
 - 3.3.1 卷烟市场销量
 - 3.3.2 电子烟市场现状
 - 3.3.3 新型烟草监管
 - 3.3.4 烟草包装规则
 - 3.3.5 市场竞争格局
 - 3.3.6 雪茄烟零售调查
- 3.4 日本
 - 3.4.1 烟叶种植面积
 - 3.4.2 市场消费分析
 - 3.4.3 新型烟草市场
 - 3.4.4 电子烟的普及
 - 3.4.5 市场竞争格局
- 3.5 德国
 - 3.5.1 行业管理状况
 - 3.5.2 控烟措施进展
 - 3.5.3 市场发展格局
 - 3.5.4 行业发展展望
- 3.6 印度
 - 3.6.1 市场发展概况
 - 3.6.2 市场发展特点
 - 3.6.3 新型烟草监管
 - 3.6.4 烟草包装规则
- 3.7 其他国家
 - 3.7.1 英国
 - 3.7.2 法国
 - 3.7.3 乌克兰

第四章 2021-2023年中国烟草行业发展综合分析

4.1 中国烟草行业基本概况

4.1.1 行业发展历程

4.1.2 发展环境分析

4.1.3 烟草产业链构成

4.1.4 发展模式分析

4.1.5 产业发展优劣势

4.2 2021-2023年中国烟草行业运行现状

4.2.1 企业数量规模

4.2.2 行业投资情况

4.2.3 行业经营效益

4.2.4 烟草税利总额

4.2.5 市场调控进展

4.2.6 行业国际化发展

4.2.7 产品质量状况

4.3 中国烟草行业竞争分析

4.3.1 烟草行业竞争优势

4.3.2 烟草行业竞争格局

4.3.3 市场竞争力提升策略

4.4 中国烟草行业品牌发展分析

4.4.1 烟草品牌发展历程

4.4.2 烟草品牌竞争状况

4.4.3 烟草精品管理剖析

4.4.4 烟草品牌发展策略

4.5 中国烟草行业物流建设

4.5.1 烟草业现代物流管理系统概述

4.5.2 烟草商业企业物流成本控制

4.5.3 烟草行业物流工作要点

4.5.4 烟草物流标准化问题与对策

4.5.5 烟草物流“互联网+”技术应用

4.5.6 农村烟草物流发展SWOT分析

4.6 中国烟草行业技术创新发展状况

4.6.1 创新政策不断完善

4.6.2 创新体系持续优化

4.6.3 关键技术取得突破

4.6.4 产品质量保障加强

第五章 2021-2023年中国卷烟市场总体分析

5.1 中国卷烟市场发展状况

5.1.1 卷烟市场发展综述

5.1.2 卷烟市场形成过程

5.1.3 卷烟市场品牌培育

5.2 2021-2023年中国卷烟市场运行状况

5.2.1 市场销量规模

5.2.2 市场销量结构

5.2.3 市场库存走势

5.2.4 细支烟市场情况

5.2.5 品牌规格状况

5.2.6 品牌销量规划

5.3 2021-2023年全国卷烟产量分析

5.3.1 2021-2023年全国卷烟产量趋势

5.3.2 2020年全国卷烟产量情况

5.3.3 2021年全国卷烟产量情况

5.3.4 2022年全国卷烟产量情况

5.4 2021-2023年中国烟草制的卷烟进出口数据分析

5.4.1 进出口总量数据分析

5.4.2 主要贸易国进出口情况分析

5.4.3 主要省市进出口情况分析

5.5 中国卷烟市场影响因素

5.5.1 卷烟市场发展环境

5.5.2 销售终端不规范影响

5.5.3 烟草需求群体变化

5.5.4 卷烟货源短缺影响

- 5.5.5 人口城镇化影响
- 5.6 农村卷烟市场分析
 - 5.6.1 发展面临形势
 - 5.6.2 市场销售规模
 - 5.6.3 市场发展特点
 - 5.6.4 主要问题分析
 - 5.6.5 市场开拓策略
 - 5.6.6 市场发展趋势
- 5.7 低焦油卷烟市场分析
 - 5.7.1 市场发展进程
 - 5.7.2 发展特点分析
 - 5.7.3 产品定位分析
 - 5.7.4 降焦技术分析
 - 5.7.5 市场发展策略

第六章 2021-2023年烟草包装业发展分析

- 6.1 烟草包装业发展概况
 - 6.1.1 国际烟草包装标识公约
 - 6.1.2 卷烟包装技术发展状况
 - 6.1.3 卷烟包装箱循环利用情况
 - 6.1.4 中国卷烟包装标识规定
 - 6.1.5 烟草包装防伪技术应用
 - 6.1.6 烟草包装行业未来趋势
- 6.2 烟草包装材料
 - 6.2.1 卷烟包装材料应用状况
 - 6.2.2 卷烟纸制造企业发展分析
 - 6.2.3 卷烟用铝箔纸发展分析
 - 6.2.4 BOPP烟膜总体发展分析
- 6.3 烟草包装设计
 - 6.3.1 烟草包装设计发展现状
 - 6.3.2 卷烟包装设计遵循原则
 - 6.3.3 卷烟包装设计要素分析

- 6.3.4 烟草产品包装设计创新
- 6.3.5 烟包整合设计方案剖析
- 6.3.6 烟草包装设计发展方向
- 6.3.7 烟草包装设计未来趋势
- 6.4 烟草包装印刷
 - 6.4.1 烟包印刷常用材料及工艺介绍
 - 6.4.2 烟包印刷重点企业经营对比
 - 6.4.3 烟标印刷业技术发展水平
 - 6.4.4 烟草包装印刷技术创新应用
 - 6.4.5 烟草包装印刷未来发展方向

第七章 2021-2023年中国烟草业细分市场分析

- 7.1 高档烟草
 - 7.1.1 高端卷烟市场发展现状
 - 7.1.2 高档烟草消费群体分布
 - 7.1.3 中国高档烟草产品赋值
- 7.2 中档烟草
 - 7.2.1 中档烟草市场发展形势
 - 7.2.2 中档卷烟品牌市场竞争
 - 7.2.3 中档烟区域销量规模
 - 7.2.4 中档烟草市场发展趋势
- 7.3 低档烟草
 - 7.3.1 低档烟草市场发展形势
 - 7.3.2 农村低档烟草发展策略
 - 7.3.3 低档烟草市场发展趋势

第八章 2021-2023年中国烟草业重点区域市场分析

- 8.1 云南烟草行业
 - 8.1.1 烟叶生产规模
 - 8.1.2 区域种植情况
 - 8.1.3 云烟品牌建设
 - 8.1.4 高质量发展举措

- 8.1.5 产业发展目标
- 8.2 湖南烟草行业
 - 8.2.1 烟叶专业化升级
 - 8.2.2 品牌建设状况
 - 8.2.3 烟草物流建设
 - 8.2.4 绿色转型发展
 - 8.2.5 张家界烟叶状况
- 8.3 贵州烟草行业
 - 8.3.1 行业发展效益
 - 8.3.2 产业发展目标
 - 8.3.3 重点发展任务
 - 8.3.4 烟草供应链管理
- 8.4 河南烟草行业
 - 8.4.1 创新发展举措
 - 8.4.2 行业监管机制
 - 8.4.3 农村卷烟消费对策
- 8.5 广西烟草行业
 - 8.5.1 卷烟销量规模
 - 8.5.2 烟草利税总额
 - 8.5.3 品牌销量状况
 - 8.5.4 产品库存情况
 - 8.5.5 市场价格行情
- 8.6 其他地区烟草行业
 - 8.6.1 四川省
 - 8.6.2 陕西省
 - 8.6.3 浙江省
 - 8.6.4 安徽省

第九章 2021-2023年烟草零售专卖业分析

- 9.1 中国的烟草专卖制度
 - 9.1.1 烟草专卖制度介绍
 - 9.1.2 现行烟草专卖制度特点

- 9.1.3 烟草专卖体制优劣势分析
- 9.1.4 烟草专卖制度组织成本分析
- 9.1.5 烟草专卖制度改革发展建议
- 9.2 中国烟草新零售创新发展分析
 - 9.2.1 烟草新零售发展背景
 - 9.2.2 卷烟新零售建设内容
 - 9.2.3 卷烟新零售重要意义
 - 9.2.4 卷烟新零售关键要素
 - 9.2.5 卷烟新零售实施建议
- 9.3 中国烟草零售商发展综合分析
 - 9.3.1 烟草零售商户分类及特征
 - 9.3.2 卷烟零售户与烟草公司关系
 - 9.3.3 烟草零售终端现状分析
 - 9.3.4 卷烟零售客户营销能力
 - 9.3.5 烟草零售户嫁接问题分析
 - 9.3.6 卷烟零售客户发展策略
 - 9.3.7 零售商“互联网+烟草”转型
 - 9.3.8 卷烟市场零售监管主要问题
- 9.4 中国烟草零售专卖业发展策略
 - 9.4.1 建立卷烟零售网点新格局
 - 9.4.2 新型卷烟零售终端建设思路
 - 9.4.3 强化零售领域信用体系建设
 - 9.4.4 打造农工商零消生态供应链
 - 9.4.5 加强零售许可证后续监管

第十章 2021-2023年烟叶的生产分析

- 10.1 世界烟叶生产状况
 - 10.1.1 全球烟叶产量规模
 - 10.1.2 重点公司经营情况
 - 10.1.3 美国烟叶生产状况
 - 10.1.4 巴西烟叶产量规模
 - 10.1.5 津巴布韦烟叶行情

- 10.2 中国烟叶生产发展综述
 - 10.2.1 主要烟草产区介绍
 - 10.2.2 烟叶生产区域演变
 - 10.2.3 烟草种植面积状况
 - 10.2.4 烟草种植效率情况
 - 10.2.5 烟叶收购价格政策
 - 10.2.6 病虫害绿色防控成效
- 10.3 2021-2023年中国烤烟种植综合分析
 - 10.3.1 烤烟种植面积
 - 10.3.2 烤烟种植效率
 - 10.3.3 烤烟产量情况
 - 10.3.4 烤烟生产问题
 - 10.3.5 烟叶种植建议
- 10.4 中国烟叶生产质量状况分析
 - 10.4.1 烟叶等级质量基本概念
 - 10.4.2 烟叶等级质量影响因素
 - 10.4.3 信息化促进烟叶质量提升
- 10.5 中国烟叶生产存在的问题分析
 - 10.5.1 中国烟叶种植及生产制约因素
 - 10.5.2 中国烟叶生产经营管理问题
 - 10.5.3 中国烟草生产品种方面的不足
 - 10.5.4 自然灾害威胁中国烟叶种植业
 - 10.5.5 烟草农业科技发展存在制约因素
- 10.6 中国烟叶生产发展对策建议
 - 10.6.1 提高烟叶生产基础设施
 - 10.6.2 优化烟叶生产结构质量
 - 10.6.3 促进烟叶生产科技进步
 - 10.6.4 创新生产组织管理模式
 - 10.6.5 提升烟叶农业机械化水平

第十一章 2021-2023年中国烟草企业发展分析

11.1 中国烟草企业发展概况

- 11.1.1 中国烟草企业发展现状
- 11.1.2 新形势下卷烟企业再定位
- 11.1.3 烟草企业经营管理模式
- 11.2 中国烟草企业发展创新分析
 - 11.2.1 烟草企业创新行为的制约因素
 - 11.2.2 中国烟草企业管理创新分析
 - 11.2.3 创新型烟草企业建设路径
 - 11.2.4 烟草企业创新体系打造
 - 11.2.5 企业人才培养机制创新
 - 11.2.6 烟草企业发展新动能
- 11.3 烟草企业客户关系管理探究
 - 11.3.1 烟草企业客户关系管理的内涵
 - 11.3.2 烟草企业客户关系管理研究及应用
 - 11.3.3 烟草企业客户关系管理实施途径
- 11.4 烟草企业资金管理优化剖析
 - 11.4.1 优化烟草企业资金管理必要性
 - 11.4.2 烟草企业实现降本增效举措
 - 11.4.3 烟草企业资金管理存在的问题
 - 11.4.4 加强烟草企业资金管理的思考
- 11.5 中国烟草企业的国际化发展分析
 - 11.5.1 国际化发展对中国烟草的要求
 - 11.5.2 中国烟草企业国际化布局现状
 - 11.5.3 跨国烟草公司发展经验启示
 - 11.5.4 烟草企业“走出去”的战略机遇
 - 11.5.5 中国烟草企业跨国并购策略

第十二章 2021-2023年国外重点烟草企业经营状况

- 12.1 菲利普莫里斯国际公司 (Philip Morris International, Inc)
 - 12.1.1 企业发展概况
 - 12.1.2 烟草产品销量
 - 12.1.3 卷烟品牌发展
 - 12.1.4 重点经营举措

- 12.1.5 2021年企业经营状况分析
- 12.1.6 2022年企业经营状况分析
- 12.1.7 2023年企业经营状况分析
- 12.2 英美烟草公司 (British American Tobacco plc)
 - 12.2.1 企业发展概况
 - 12.2.2 烟草产品销量
 - 12.2.3 卷烟品牌发展
 - 12.2.4 重点经营举措
 - 12.2.5 2021年企业经营状况分析
 - 12.2.6 2022年企业经营状况分析
 - 12.2.7 2023年企业经营状况分析
- 12.3 日本烟草公司 (JAPAN TOBACCO INC.)
 - 12.3.1 企业发展概况
 - 12.3.2 烟草产品销量
 - 12.3.3 卷烟品牌发展
 - 12.3.4 重点经营举措
 - 12.3.5 2021年企业经营状况分析
 - 12.3.6 2022年企业经营状况分析
 - 12.3.7 2023年企业经营状况分析
- 12.4 帝国烟草公司
 - 12.4.1 企业发展概况
 - 12.4.2 烟草产品销量
 - 12.4.3 业务发展调整
 - 12.4.4 2021财年企业经营状况分析
 - 12.4.5 2022财年企业经营状况分析
 - 12.4.6 2023财年企业经营状况分析
- 12.5 其他烟草公司
 - 12.5.1 奥驰亚集团
 - 12.5.2 韩国烟草公司
 - 12.5.3 印度烟草公司
 - 12.5.4 瑞典火柴公司
 - 12.5.5 埃及东方烟草公司

第十三章 2021-2023年中国重点烟草企业经营状况

13.1 上海烟草集团有限责任公司

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 企业业务分析

13.1.3 企业营收状况分析

13.1.4 企业竞争优势分析

13.1.5 未来发展规划

13.2 红塔烟草（集团）有限责任公司

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 企业业务分析

13.2.3 企业营收状况分析

13.2.4 企业竞争优势分析

13.2.5 未来发展规划

13.3 湖南中烟工业有限责任公司

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 企业业务分析

13.3.3 企业竞争优势分析

13.4 红云红河烟草（集团）有限责任公司

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 企业业务分析

13.4.3 企业营收状况分析

13.4.4 企业竞争优势分析

13.4.5 未来发展规划

13.5 湖北中烟工业有限责任公司

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 企业产品业务分析

13.5.3 企业竞争优势分析

13.6 浙江中烟工业有限责任公司

13.6.1 企业发展概况

13.6.2 企业产品业务分析

13.6.3 企业营收状况分析

13.6.4 未来发展规划

13.7 广东中烟工业有限责任公司

13.7.1 企业发展概况

13.7.2 企业产品业务分析

13.7.3 企业竞争优势分析

第十四章 中国烟草行业信息化建设全面分析

14.1 中国烟草行业信息化建设状况

14.1.1 烟草行业信息化建设成效

14.1.2 烟草业信息化建设重点内容

14.1.3 “互联网+监管”双系统建设

14.1.4 烟草农业信息化建设策略

14.2 烟草电子商务

14.2.1 电子商务对于烟草业的现实意义

14.2.2 信息化工程与烟草电子商务关系

14.2.3 电子商务发展对烟草商业物流影响

14.2.4 烟草行业发展电子商务的特点和方略

14.2.5 烟草行业电子商务发展面临的挑战

14.3 烟草物联网

14.3.1 物联网提升烟草业发展水平

14.3.2 中国烟草物联网发展现状

14.3.3 烟草种植环节物联网应用

14.3.4 烟草物联网建设发展建议

14.4 烟草行业信息化建设措施及建议

14.4.1 烟草行业数字化管理对策措施

14.4.2 烟草行业信息化建设实施策略

14.4.3 烟草行业物流信息化实现途径

14.4.4 烟草企业资产信息化管理策略

14.4.5 企业人力资源信息化管理策略

14.4.6 烟草农业信息化建设发展思路

14.5 烟草行业信息化发展趋势分析

14.5.1 信息时代烟草行业机遇挑战

- 14.5.2 CIMS成烟草信息化应用主角
- 14.5.3 集成化成为烟草业信息化方向
- 14.5.4 优化资源将成烟草信息化前沿
- 14.5.5 向数字经济新生态迈进

第十五章 中国烟草市场营销分析

- 15.1 烟草市场营销概况
 - 15.1.1 世界烟草品牌营销回顾
 - 15.1.2 国内卷烟企业营销能力
 - 15.1.3 国内烟草市场营销弊端
 - 15.1.4 烟草营销平台建设机遇
- 15.2 中国卷烟市场消费行为分析
 - 15.2.1 卷烟消费口味特点
 - 15.2.2 卷烟市场消费规律
 - 15.2.3 女性香烟消费特征
 - 15.2.4 年轻群体消费特征
- 15.3 中国烟草广告分析
 - 15.3.1 《广告法》相关规定
 - 15.3.2 互联网烟草广告规定
 - 15.3.3 互联网烟草广告监测
 - 15.3.4 烟草广告传播突围思路
- 15.4 烟草行业精准营销分析
 - 15.4.1 烟草行业精准营销内涵
 - 15.4.2 卷烟精准营销表现形式
 - 15.4.3 基层卷烟精准营销建议
- 15.5 烟草市场主要营销模式
 - 15.5.1 事件营销
 - 15.5.2 跨界营销
 - 15.5.3 网络营销
 - 15.5.4 大数据营销
- 15.6 烟草市场新型营销思路及方式分析
 - 15.6.1 推进卷烟营销向消费者延伸

- 15.6.2 依据消费喜好布局直营终端
- 15.6.3 增强烟草零售客户获得感
- 15.6.4 “互联网+”在卷烟营销中的应用
- 15.6.5 大数据在烟草营销中的创新应用

第十六章 烟草行业投资与前景分析

- 16.1 烟草行业投资机遇剖析
 - 16.1.1 经济全球化的机会
 - 16.1.2 烟草行业政策效应
 - 16.1.3 本土企业走向海外
- 16.2 烟草行业投资机会分析
 - 16.2.1 产业政策调整相关的机会
 - 16.2.2 应重点关注的地区和企业
 - 16.2.3 应重点关注品牌的发展
 - 16.2.4 关注零售渠道的发展方向
 - 16.2.5 关注卷烟行业的技术改造
 - 16.2.6 烟叶种植主体培育机会
- 16.3 烟草行业投资风险分析
 - 16.3.1 系统性风险
 - 16.3.2 非系统性风险
 - 16.3.3 企业经营风险
- 16.4 烟草行业未来发展趋势及前景展望
 - 16.4.1 世界烟草业未来发展方向
 - 16.4.2 全球电子烟行业发展前景
 - 16.4.3 中国烟草行业发展潜力
 - 16.4.4 卷烟市场销售潜力挖掘
- 16.5 对2024-2030年中国烟草行业预测分析
 - 16.5.1 2024-2030年中国烟草行业影响因素分析
 - 16.5.2 2024-2030年中国烟草行业营业收入预测
 - 16.5.3 2024-2030年中国烟草行业利润总额预测
 - 16.5.4 2024-2030年中国卷烟产量预测
 - 16.5.5 2024-2030年中国烟草行业工商税利预测

附录

附录一：世界卫生组织烟草控制框架公约

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：烟草专卖许可证管理办法

附录五：烟草专卖许可证管理办法实施细则（试行）

图表目录

图表1 烟草制品分类

图表2 2019年全球主要市场卷烟销量

图表3 2019年全球主要市场卷烟销售额

图表4 2013-2019年全球雪茄（含小雪茄）销售额

图表5 2019年全球主要市场电子烟销售额

图表6 2019年四大跨国烟草公司经营业绩表

图表7 2019年各香烟品牌销量

图表8 2013-2019年美国市场卷烟销量

图表9 美国烟草品牌格局

图表10 美国市场独立电子烟制造商

图表11 2020年美国热门雪茄品牌排名

图表12 2020年美国畅销雪茄品牌排名

图表13 2020年美国畅销雪茄型号排名

图表14 2009-2018年日本烟草消费总量及全球占比

图表15 2009-2018年日本吸烟率及吸烟率下降速率

图表16 日本电子烟发展历程

图表17 2019年日本传统烟草市场主要竞争者与市场份额

图表18 2018年日本加热不燃烧烟草各品牌市场份额

图表19 中国烟草制品行业发展历程

图表20 2019年中国烟草行业政策汇总

图表21 中国烟草制品行业产业链

图表22 2012-2019年中国烟草制品行业企业数量走势

图表23 2019-2020年烟草制品行业固定资产投资额增速

图表24 2013-2019年中国烟草制品行业营业收入及增速

图表25 2013-2019年中国烟草制品行业利润总额及增速

图表26 2019-2020年中国烟草制品行业经营效益情况

图表27 2013-2019年中国烟草行业工商税利总额

图表28 2013-2019年中国烟草行业上缴财政总额

图表29 各类卷烟烟气的PH值

图表30 2013-2019年中国卷烟销量

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414835.html>