

# 2023-2029年中国烟草市场 深度评估与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国烟草市场深度评估与投资潜力分析报告》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/202306/365598.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

烟草（学名：Nicotiana tabacum L.）是茄科烟草属植物，一年生或有限多年生草本，全体被腺毛；根粗壮。茎高0.7-2米，基部稍木质化。叶矩圆状披针形、披针形、矩圆形或卵形，顶端渐尖，基部渐狭至茎成耳状而半抱茎。花序顶生，圆锥状，多花；花梗长5-20毫米。蒴果卵状或矩圆状，长约等于宿存萼。种子圆形或宽矩圆形，径约0.5毫米，褐色。夏秋季开花结果。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国烟草市场深度评估与投资潜力分析报告》共十六章。首先介绍了烟草行业市场发展环境、烟草整体运行态势等，接着分析了烟草行业市场运行的现状，然后介绍了烟草市场竞争格局。随后，报告对烟草做了重点企业经营状况分析，最后分析了烟草行业发展趋势与投资预测。您若想对烟草产业有个系统的了解或者想投资烟草行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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：

### 第一章&emsp;烟草行业相关概述

#### 1.1&emsp;烟草相关知识

##### 1.1.1&emsp;烟草的定义及起源

##### 1.1.2&emsp;烟草的类型及分布

##### 1.1.3&emsp;烟草制品基本介绍

#### 1.2&emsp;中式卷烟

##### 1.2.1&emsp;中式卷烟定义及特征

##### 1.2.2&emsp;中式卷烟的发展要素

##### 1.2.3&emsp;中式卷烟的发展优势

##### 1.2.4&emsp;中式卷烟的发展意义

#### 1.3&emsp;烟草行业的特征

##### 1.3.1&emsp;烟草行业的垄断性

##### 1.3.2&emsp;烟草行业的矛盾性

##### 1.3.3&emsp;烟草行业的特殊性

## 第二章&nbsp;2019-2022年烟草行业发展政策环境分析

### 2.1&nbsp;全球控烟政策动态

#### 2.1.1&nbsp;世卫组织控烟

#### 2.1.2&nbsp;FDA控烟政策

#### 2.1.3&nbsp;欧盟控烟政策

#### 2.1.4&nbsp;其他控烟政策

### 2.2&nbsp;中国控烟政策总体分析

#### 2.2.1&nbsp;政策规制范围扩大

#### 2.2.2&nbsp;国家控烟立法分析

#### 2.2.3&nbsp;国家控烟行动政策

#### 2.2.4&nbsp;地方控烟政策分析

#### 2.2.5&nbsp;青少年控烟工作

### 2.3&nbsp;中国控烟履约进展情况

#### 2.3.1&nbsp;履约机制进一步完善

#### 2.3.2&nbsp;出台控烟履约法规

#### 2.3.3&nbsp;各地控烟工作推进

#### 2.3.4&nbsp;烟草行业认真履约

### 2.4&nbsp;中国烟草行业改革

#### 2.4.1&nbsp;体制改革历程

#### 2.4.2&nbsp;深化改革路径

#### 2.4.3&nbsp;“证照分离”改革

#### 2.4.4&nbsp;营销市场化改革

#### 2.4.5&nbsp;市场化改革思考

#### 2.4.6&nbsp;供给侧改革建议

### 2.5&nbsp;中国烟草税收政策

#### 2.5.1&nbsp;烟草消费税制度改革进程

#### 2.5.2&nbsp;烟草行业各环节税收规定

#### 2.5.3&nbsp;卷烟消费税计税价格管理

#### 2.5.4&nbsp;烟草消费税进一步改革建议

### 2.6&nbsp;烟草行业其他相关政策分析

#### 2.6.1&nbsp;卷烟价格管理政策

2.6.2&emsp;烟草专卖许可证管理

2.6.3&emsp;加强行业市场监管

2.7&emsp;烟草行业发展规划

2.7.1&emsp;烟草行业&ldquo;十四五&rdquo;规划

2.7.2&emsp;烟草行业&ldquo;互联网+&rdquo;行动计划

2.7.3&emsp;烟草行业&ldquo;十四五&rdquo;科技创新规划

2.7.4&emsp;烟草行业中长期科技发展规划纲要

2.7.5&emsp;烟草行业标准化中长期发展战略

第三章&emsp;2019-2022年国际烟草行业发展分析

3.1&emsp;2019-2022年国际烟草行业市场运行状况

3.1.1&emsp;烟草市场发展特征

3.1.2&emsp;烟草及制品使用

3.1.3&emsp;传统烟草市场规模

3.1.4&emsp;新型烟草制品销量

3.1.5&emsp;烟草企业竞争格局

3.1.6&emsp;烟草市场发展展望

3.2&emsp;俄罗斯

3.2.1&emsp;市场地位分析

3.2.2&emsp;国家控烟计划

3.2.3&emsp;市场产量规模

3.2.4&emsp;行业税收政策

3.2.5&emsp;加强行业监管

3.2.6&emsp;市场发展形势

3.3&emsp;美国

3.3.1&emsp;卷烟市场销量

3.3.2&emsp;电子烟市场现状

3.3.3&emsp;新型烟草监管

3.3.4&emsp;烟草包装规则

3.3.5&emsp;市场竞争格局

3.3.6&emsp;雪茄烟零售调查

3.4&emsp;日本

3.4.1&emsp;烟叶种植面积

3.4.2&emsp;市场消费分析

3.4.3&emsp;新型烟草市场

3.4.4&emsp;电子烟的普及

3.4.5&emsp;市场竞争格局

3.5&emsp;德国

3.5.1&emsp;行业管理状况

3.5.2&emsp;控烟措施进展

3.5.3&emsp;市场发展格局

3.5.4&emsp;行业发展展望

3.6&emsp;印度

3.6.1&emsp;市场发展概况

3.6.2&emsp;市场发展特点

3.6.3&emsp;新型烟草监管

3.6.4&emsp;烟草包装规则

3.7&emsp;其他国家

3.7.1&emsp;英国

3.7.2&emsp;法国

3.7.3&emsp;乌克兰

## 第四章&emsp;2019-2022年中国烟草行业发展综合分析

4.1&emsp;中国烟草行业基本概况

4.1.1&emsp;行业发展历程

4.1.2&emsp;发展环境分析

4.1.3&emsp;烟草产业链构成

4.1.4&emsp;发展模式分析

4.1.5&emsp;产业发展优劣势

4.2&emsp;2019-2022年中国烟草行业运行现状

4.2.1&emsp;企业数量规模

4.2.2&emsp;行业投资情况

4.2.3&emsp;行业经营效益

4.2.4&emsp;烟草税利总额

- 4.2.5&emsp;市场调控进展
- 4.2.6&emsp;行业国际化发展
- 4.2.7&emsp;产品质量状况
- 4.3&emsp;中国烟草行业竞争分析
  - 4.3.1&emsp;烟草行业竞争优势
  - 4.3.2&emsp;烟草行业竞争格局
  - 4.3.3&emsp;市场竞争力提升策略
- 4.4&emsp;中国烟草行业品牌发展分析
  - 4.4.1&emsp;烟草品牌发展历程
  - 4.4.2&emsp;烟草品牌竞争状况
  - 4.4.3&emsp;烟草精品管理剖析
  - 4.4.4&emsp;烟草品牌发展策略
- 4.5&emsp;中国烟草行业物流建设
  - 4.5.1&emsp;烟草业现代物流管理系统概述
  - 4.5.2&emsp;烟草商业企业物流成本控制
  - 4.5.3&emsp;烟草行业物流工作要点
  - 4.5.4&emsp;烟草物流标准化问题与对策
  - 4.5.5&emsp;烟草物流“互联网+”技术应用
  - 4.5.6&emsp;农村烟草物流发展SWOT分析
- 4.6&emsp;中国烟草行业技术创新发展状况
  - 4.6.1&emsp;创新政策不断完善
  - 4.6.2&emsp;创新体系持续优化
  - 4.6.3&emsp;关键技术取得突破
  - 4.6.4&emsp;产品质量保障加强

## 第五章&emsp;2019-2022年中国卷烟市场总体分析

- 5.1&emsp;中国卷烟市场发展状况
  - 5.1.1&emsp;卷烟市场发展综述
  - 5.1.2&emsp;卷烟市场形成过程
  - 5.1.3&emsp;卷烟市场品牌培育
- 5.2&emsp;2019-2022年中国卷烟市场运行状况
  - 5.2.1&emsp;市场销量规模

- 5.2.2&emsp;市场销量结构
- 5.2.3&emsp;市场库存走势
- 5.2.4&emsp;细支烟市场情况
- 5.2.5&emsp;品牌规格状况
- 5.2.6&emsp;品牌销量规划
- 5.3&emsp;2019-2022年全国卷烟产量分析
  - 5.3.1&emsp;2019-2022年全国卷烟产量趋势
  - 5.3.2&emsp;2019年全国卷烟产量情况
  - 5.3.3&emsp;2020年全国卷烟产量情况
  - 5.3.4&emsp;2022年全国卷烟产量情况
- 5.4&emsp;2019-2022年中国烟草制的卷烟进出口数据分析
  - 5.4.1&emsp;进出口总量数据分析
  - 5.4.2&emsp;主要贸易国进出口情况分析
  - 5.4.3&emsp;主要省市进出口情况分析
- 5.5&emsp;中国卷烟市场影响因素
  - 5.5.1&emsp;卷烟市场发展环境
  - 5.5.2&emsp;销售终端不规范影响
  - 5.5.3&emsp;烟草需求群体变化
  - 5.5.4&emsp;卷烟货源短缺影响
  - 5.5.5&emsp;人口城镇化影响
- 5.6&emsp;农村卷烟市场分析
  - 5.6.1&emsp;发展面临形势
  - 5.6.2&emsp;市场销售规模
  - 5.6.3&emsp;市场发展特点
  - 5.6.4&emsp;主要问题分析
  - 5.6.5&emsp;市场开拓策略
  - 5.6.6&emsp;市场发展趋势
- 5.7&emsp;低焦油卷烟市场分析
  - 5.7.1&emsp;市场发展进程
  - 5.7.2&emsp;发展特点分析
  - 5.7.3&emsp;产品定位分析
  - 5.7.4&emsp;降焦技术分析



### 5.7.5&emsp;市场发展策略

## 第六章&emsp;2019-2022年烟草包装业发展分析

### 6.1&emsp;烟草包装业发展概况

#### 6.1.1&emsp;国际烟草包装标识公约

#### 6.1.2&emsp;卷烟包装技术发展状况

#### 6.1.3&emsp;卷烟包装箱循环利用情况

#### 6.1.4&emsp;中国卷烟包装标识规定

#### 6.1.5&emsp;烟草包装防伪技术应用

#### 6.1.6&emsp;烟草包装行业未来趋势

### 6.2&emsp;烟草包装材料

#### 6.2.1&emsp;卷烟包装材料应用状况

#### 6.2.2&emsp;卷烟纸制造企业发展分析

#### 6.2.3&emsp;卷烟用铝箔纸发展分析

#### 6.2.4&emsp;BOPP烟膜总体发展分析

### 6.3&emsp;烟草包装设计

#### 6.3.1&emsp;烟草包装设计发展现状

#### 6.3.2&emsp;卷烟包装设计遵循原则

#### 6.3.3&emsp;卷烟包装设计要素分析

#### 6.3.4&emsp;烟草产品包装设计创新

#### 6.3.5&emsp;烟包整合设计方案剖析

#### 6.3.6&emsp;烟草包装设计发展方向

#### 6.3.7&emsp;烟草包装设计未来趋势

### 6.4&emsp;烟草包装印刷

#### 6.4.1&emsp;烟包印刷常用材料及工艺介绍

#### 6.4.2&emsp;烟包印刷重点企业经营对比

#### 6.4.3&emsp;烟标印刷业技术发展水平

#### 6.4.4&emsp;烟草包装印刷技术创新应用

#### 6.4.5&emsp;烟草包装印刷未来发展方向

## 第七章&emsp;2019-2022年中国烟草业细分市场分析

### 7.1&emsp;高档烟草

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

## 第八章&emsp;2019-2022年中国烟草业重点区域市场分析

- 8.1&emsp;云南烟草行业
  - 8.1.1&emsp;烟叶生产规模
  - 8.1.2&emsp;区域种植情况
  - 8.1.3&emsp;云烟品牌建设
  - 8.1.4&emsp;高质量发展举措
  - 8.1.5&emsp;产业发展目标
- 8.2&emsp;湖南烟草行业
  - 8.2.1&emsp;烟叶专业化升级
  - 8.2.2&emsp;品牌建设状况
  - 8.2.3&emsp;烟草物流建设
  - 8.2.4&emsp;绿色转型发展
  - 8.2.5&emsp;张家界烟叶状况
- 8.3&emsp;贵州烟草行业
  - 8.3.1&emsp;行业发展效益
  - 8.3.2&emsp;产业发展目标
  - 8.3.3&emsp;重点发展任务
  - 8.3.4&emsp;烟草供应链管理
- 8.4&emsp;河南烟草行业

- 8.4.1&emsp;创新发展举措
- 8.4.2&emsp;行业监管机制
- 8.4.3&emsp;农村卷烟消费对策
- 8.5&emsp;广西烟草行业
- 8.5.1&emsp;卷烟销量规模
- 8.5.2&emsp;烟草利税总额
- 8.5.3&emsp;品牌销量状况
- 8.5.4&emsp;产品库存情况
- 8.5.5&emsp;市场价格行情
- 8.6&emsp;其他地区烟草行业
- 8.6.1&emsp;四川省
- 8.6.2&emsp;陕西省
- 8.6.3&emsp;浙江省
- 8.6.4&emsp;安徽省

## 第九章&emsp;2019-2022年烟草零售专卖业分析

- 9.1&emsp;中国的烟草专卖制度
- 9.1.1&emsp;烟草专卖制度介绍
- 9.1.2&emsp;现行烟草专卖制度特点
- 9.1.3&emsp;烟草专卖体制优劣势分析
- 9.1.4&emsp;烟草专卖制度组织成本分析
- 9.1.5&emsp;烟草专卖制度改革发展建议
- 9.2&emsp;中国烟草新零售创新发展分析
- 9.2.1&emsp;烟草新零售发展背景
- 9.2.2&emsp;卷烟新零售建设内容
- 9.2.3&emsp;卷烟新零售重要意义
- 9.2.4&emsp;卷烟新零售关键要素
- 9.2.5&emsp;卷烟新零售实施建议
- 9.3&emsp;中国烟草零售商发展综合分析
- 9.3.1&emsp;烟草零售商户分类及特征
- 9.3.2&emsp;卷烟零售户与烟草公司关系
- 9.3.3&emsp;烟草零售终端现状分析

- 9.3.4&emsp;卷烟零售客户营销能力
- 9.3.5&emsp;烟草零售户嫁接问题分析
- 9.3.6&emsp;卷烟零售客户发展策略
- 9.3.7&emsp;零售商&ldquo;互联网+烟草&rdquo;转型
- 9.3.8&emsp;卷烟市场零售监管主要问题
- 9.4&emsp;中国烟草零售专卖业发展策略
- 9.4.1&emsp;建立卷烟零售网点新格局
- 9.4.2&emsp;新型卷烟零售终端建设思路
- 9.4.3&emsp;强化零售领域信用体系建设
- 9.4.4&emsp;打造农工商零消生态供应链
- 9.4.5&emsp;加强零售许可证后续监管

## 第十章&emsp;2019-2022年烟叶的生产分析

- 10.1&emsp;世界烟叶生产状况
  - 10.1.1&emsp;全球烟叶产量规模
  - 10.1.2&emsp;重点公司经营情况
  - 10.1.3&emsp;美国烟叶生产状况
  - 10.1.4&emsp;巴西烟叶产量规模
  - 10.1.5&emsp;津巴布韦烟叶行情
- 10.2&emsp;中国烟叶生产发展综述
  - 10.2.1&emsp;主要烟草产区介绍
  - 10.2.2&emsp;烟叶生产区域演变
  - 10.2.3&emsp;烟草种植面积状况
  - 10.2.4&emsp;烟草种植效率情况
  - 10.2.5&emsp;烟叶收购价格政策
  - 10.2.6&emsp;病虫害绿色防控成效
- 10.3&emsp;2019-2022年中国烤烟种植综合分析
  - 10.3.1&emsp;烤烟种植面积
  - 10.3.2&emsp;烤烟种植效率
  - 10.3.3&emsp;烤烟产量情况
  - 10.3.4&emsp;烤烟生产问题
  - 10.3.5&emsp;烟叶种植建议

- 10.4&emsp;中国烟叶生产质量状况分析
  - 10.4.1&emsp;烟叶等级质量基本概念
  - 10.4.2&emsp;烟叶等级质量影响因素
  - 10.4.3&emsp;信息化促进烟叶质量提升
- 10.5&emsp;中国烟叶生产存在的问题分析
  - 10.5.1&emsp;中国烟叶种植及生产制约因素
  - 10.5.2&emsp;中国烟叶生产经营管理问题
  - 10.5.3&emsp;中国烟草生产品种方面的不足
  - 10.5.4&emsp;自然灾害威胁中国烟叶种植业
  - 10.5.5&emsp;烟草农业科技发展存在制约因素
- 10.6&emsp;中国烟叶生产发展对策建议
  - 10.6.1&emsp;提高烟叶生产基础设施
  - 10.6.2&emsp;优化烟叶生产结构质量
  - 10.6.3&emsp;促进烟叶生产科技进步
  - 10.6.4&emsp;创新生产组织管理模式
  - 10.6.5&emsp;提升烟叶农业机械化水平

## 第十一章&emsp;2019-2022年中国烟草企业发展分析

- 11.1&emsp;中国烟草企业发展概况
  - 11.1.1&emsp;中国烟草企业发展现状
  - 11.1.2&emsp;新形势下卷烟企业再定位
  - 11.1.3&emsp;烟草企业经营管理模式
- 11.2&emsp;中国烟草企业发展创新分析
  - 11.2.1&emsp;烟草企业创新行为的制约因素
  - 11.2.2&emsp;中国烟草企业管理创新分析
  - 11.2.3&emsp;创新型烟草企业建设路径
  - 11.2.4&emsp;烟草企业创新体系打造
  - 11.2.5&emsp;企业人才培养机制创新
  - 11.2.6&emsp;烟草企业发展新动能
- 11.3&emsp;烟草企业客户关系管理探究
  - 11.3.1&emsp;烟草企业客户关系管理的内涵
  - 11.3.2&emsp;烟草企业客户关系管理研究及应用

11.3.3&emsp;烟草企业客户关系管理实施途径

11.4&emsp;烟草企业资金管理优化剖析

11.4.1&emsp;优化烟草企业资金管理必要性

11.4.2&emsp;烟草企业实现降本增效举措

11.4.3&emsp;烟草企业资金管理存在的问题

11.4.4&emsp;加强烟草企业资金管理的思考

11.5&emsp;中国烟草企业的国际化发展分析

11.5.1&emsp;国际化发展对中国烟草的要求

11.5.2&emsp;中国烟草企业国际化布局现状

11.5.3&emsp;跨国烟草公司发展经验启示

11.5.4&emsp;烟草企业“走出去”的战略机遇

11.5.5&emsp;中国烟草企业跨国并购策略

第十二章&emsp; 国外重点烟草企业经营状况

12.1&emsp;菲利普莫里斯国际公司（ Philip Morris International, Inc ）

12.2&emsp;英美烟草公司（ British American Tobacco plc ）

12.3&emsp;日本烟草公司（ JAPAN TOBACCO INC. ）

12.4&emsp;帝国烟草公司

12.5&emsp;其他烟草公司

12.5.1&emsp;奥驰亚集团

12.5.2&emsp;韩国烟草公司

12.5.3&emsp;印度烟草公司

12.5.4&emsp;瑞典火柴公司

12.5.5&emsp;埃及东方烟草公司

第十三章&emsp; 中国重点烟草企业经营状况

13.1&emsp;上海烟草集团有限责任公司

13.1.1&emsp;企业发展概况

13.1.2&emsp;企业业务分析

13.1.3&emsp;企业营收状况分析

13.2&emsp;红塔烟草（集团）有限责任公司

13.2.1&emsp;企业发展概况

13.2.2&emsp;企业业务分析

13.2.3&emsp;企业营收状况分析

13.3&emsp;湖南中烟工业有限责任公司

13.3.1&emsp;企业发展概况

13.3.2&emsp;企业业务分析

13.3.3&emsp;企业竞争优势分析

13.4&emsp;红云红河烟草（集团）有限责任公司

13.4.1&emsp;企业发展概况

13.4.2&emsp;企业业务分析

13.4.3&emsp;企业营收状况分析

13.5&emsp;湖北中烟工业有限责任公司

13.5.1&emsp;企业发展概况

13.5.2&emsp;企业产品业务分析

13.5.3&emsp;企业竞争优势分析

13.6&emsp;浙江中烟工业有限责任公司

13.6.1&emsp;企业发展概况

13.6.2&emsp;企业产品业务分析

13.6.3&emsp;企业营收状况分析

13.7&emsp;广东中烟工业有限责任公司

13.7.1&emsp;企业发展概况

13.7.2&emsp;企业产品业务分析

13.7.3&emsp;企业竞争优势分析

第十四章&emsp;中国烟草行业信息化建设全面分析

14.1&emsp;中国烟草行业信息化建设状况

14.1.1&emsp;烟草行业信息化建设成效

14.1.2&emsp;烟草业信息化建设重点内容

14.1.3&emsp;“互联网+监管”双系统建设

14.1.4&emsp;烟草农业信息化建设策略

14.2&emsp;烟草电子商务

14.2.1&emsp;电子商务对于烟草业的现实意义

14.2.2&emsp;信息化工程与烟草电子商务关系

- 14.2.3&emsp;电子商务发展对烟草商业物流影响
- 14.2.4&emsp;烟草行业发展电子商务的特点和方略
- 14.2.5&emsp;烟草行业电子商务发展面临的挑战
- 14.3&emsp;烟草物联网
  - 14.3.1&emsp;物联网提升烟草业发展水平
  - 14.3.2&emsp;中国烟草物联网发展现状
  - 14.3.3&emsp;烟草种植环节物联网应用
  - 14.3.4&emsp;烟草物联网建设发展建议
- 14.4&emsp;烟草行业信息化建设措施及建议
  - 14.4.1&emsp;烟草行业数字化管理对策措施
  - 14.4.2&emsp;烟草行业信息化建设实施策略
  - 14.4.3&emsp;烟草行业物流信息化实现途径
  - 14.4.4&emsp;烟草企业资产信息化管理策略
  - 14.4.5&emsp;企业人力资源信息化管理策略
  - 14.4.6&emsp;烟草农业信息化建设发展思路
- 14.5&emsp;烟草行业信息化发展趋势分析
  - 14.5.1&emsp;信息时代烟草行业机遇挑战
  - 14.5.2&emsp;CIMS成烟草信息化应用主角
  - 14.5.3&emsp;集成化成为烟草业信息化方向
  - 14.5.4&emsp;优化资源将成烟草信息化前沿
  - 14.5.5&emsp;向数字经济新生态迈进

## 第十五章&emsp;中国烟草市场营销分析

- 15.1&emsp;烟草市场营销概况
  - 15.1.1&emsp;世界烟草品牌营销回顾
  - 15.1.2&emsp;国内卷烟企业营销能力
  - 15.1.3&emsp;国内烟草市场营销弊端
  - 15.1.4&emsp;烟草营销平台建设机遇
- 15.2&emsp;中国卷烟市场消费行为分析
  - 15.2.1&emsp;卷烟消费口味特点
  - 15.2.2&emsp;卷烟市场消费规律
  - 15.2.3&emsp;女性香烟消费特征



- 15.2.4&emsp;年轻群体消费特征
- 15.3&emsp;中国烟草广告分析
  - 15.3.1&emsp;《广告法》相关规定
  - 15.3.2&emsp;互联网烟草广告规定
  - 15.3.3&emsp;互联网烟草广告监测
  - 15.3.4&emsp;烟草广告传播突围思路
- 15.4&emsp;烟草行业精准营销分析
  - 15.4.1&emsp;烟草行业精准营销内涵
  - 15.4.2&emsp;卷烟精准营销表现形式
  - 15.4.3&emsp;基层卷烟精准营销建议
- 15.5&emsp;烟草市场主要营销模式
  - 15.5.1&emsp;事件营销
  - 15.5.2&emsp;跨界营销
  - 15.5.3&emsp;网络营销
  - 15.5.4&emsp;大数据营销
- 15.6&emsp;烟草市场新型营销思路及方式分析
  - 15.6.1&emsp;推进卷烟营销向消费者延伸
  - 15.6.2&emsp;依据消费喜好布局直营终端
  - 15.6.3&emsp;增强烟草零售客户获得感
  - 15.6.4&emsp;“互联网+”在卷烟营销中的应用
  - 15.6.5&emsp;大数据在烟草营销中的创新应用

## 第十六章&emsp;烟草行业投资与前景分析

- 16.1&emsp;烟草行业投资机遇剖析
  - 16.1.1&emsp;经济全球化的机会
  - 16.1.2&emsp;烟草行业政策效应
  - 16.1.3&emsp;本土企业走向海外
- 16.2&emsp;烟草行业投资机会分析
  - 16.2.1&emsp;产业政策调整相关的机会
  - 16.2.2&emsp;应重点关注的地区和企业
  - 16.2.3&emsp;应重点关注品牌的发展
  - 16.2.4&emsp;关注零售渠道的发展方向

16.2.5&emsp;关注卷烟行业的技术改造

16.2.6&emsp;烟叶种植主体培育机会

16.3&emsp;烟草行业投资风险分析

16.3.1&emsp;系统性风险

16.3.2&emsp;非系统性风险

16.3.3&emsp;企业经营风险

16.4&emsp;烟草行业未来发展趋势及前景展望

16.4.1&emsp;世界烟草业未来发展方向

16.4.2&emsp;全球电子烟行业发展前景

16.4.3&emsp;中国烟草行业发展潜力

16.4.4&emsp;卷烟市场销售潜力挖掘

16.5&emsp;2023-2029年中国烟草行业预测分析

16.5.1&emsp;2023-2029年中国烟草行业影响因素分析

16.5.2&emsp;2023-2029年中国烟草行业营业收入预测

16.5.3&emsp;2023-2029年中国烟草行业利润总额预测

16.5.4&emsp;2023-2029年中国卷烟产量预测

16.5.5&emsp;2023-2029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&emsp;烟草制品分类

图表2&emsp;2022年全球主要市场卷烟销量

图表3&emsp;2022年全球主要市场卷烟销售额

图表4&emsp;2019-2022年全球雪茄（含小雪茄）销售额

图表5&emsp;2022年全球主要市场电子烟销售额

图表6&emsp;2022年四大跨国烟草公司经营业绩表

图表7&emsp;2022年各香烟品牌销量

图表8&emsp;2019-2022年美国市场卷烟销量

图表9&emsp;美国烟草品牌格局

图表10&emsp;美国市场独立电子烟制造商

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202306/365598.html>