

# 2022-2028年中国烟草市场 深度分析与战略咨询报告

## 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

《2022-2028年中国烟草市场深度分析与战略咨询报告》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/202209/321262.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《2022-2028年中国烟草市场深度分析与战略咨询报告》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 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 2016-2020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“十四五”规划
  - 2.7.2 烟草行业“互联网+”行动计划
  - 2.7.3 烟草行业“十四五”科技创新规划
  - 2.7.4 烟草行业中长期科技发展规划纲要
  - 2.7.5 烟草行业标准化中长期发展战略

### 第三章 2016-2020年国际烟草行业发展分析

- 3.1 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年全国卷烟产量分析
  - 5.3.1 2016-2020年全国卷烟产量趋势
  - 5.3.2 2018年全国卷烟产量情况
  - 5.3.3 2019年全国卷烟产量情况
  - 5.3.4 2020年全国卷烟产量情况
- 5.4 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 烟草供应商管理
- 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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 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 )
- 12.2 英美烟草公司 ( British American Tobacco plc )
- 12.3 日本烟草公司 ( JAPAN TOBACCO INC. )
- 12.4 帝国烟草公司
- 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 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
- 13.2 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
- 13.3 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
- 13.5 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
- 13.7 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 2022-2028年中国烟草行业预测分析
  - 16.5.1 2022-2028年中国烟草行业影响因素分析
  - 16.5.2 2022-2028年中国烟草行业营业收入预测
  - 16.5.3 2022-2028年中国烟草行业利润总额预测
  - 16.5.4 2022-2028年中国卷烟产量预测
  - 16.5.5 2022-2028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 2020年全球主要市场卷烟销量
- 图表3 2020年全球主要市场卷烟销售额
- 图表4 2016-2020年全球雪茄（含小雪茄）销售额
- 图表5 2020年全球主要市场电子烟销售额
- 图表6 2020年四大跨国烟草公司经营业绩表

图表7 2020年各香烟品牌销量

图表8 2016-2020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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202209/321262.html>