

销售卷烟工作总结报告 卷烟销售调研报告 (优质7篇)

报告是指向上级机关汇报本单位、本部门、本地区工作情况、做法、经验以及问题的报告，报告对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇报告。下面是小编带来的优秀报告范文，希望大家能够喜欢!

销售卷烟工作总结报告 卷烟销售调研报告篇一

按客户订单组织货源是国家局提出来的针对我国卷烟逐渐走向市场化运作、真正以市场为导向的重要的一步。这一措施的提出充分说明了国家局认识到市场需求的变化对于卷烟销售预测和工业企业生产计划的安排所起到的重要作用。

过去以计划指令为依据安排工业企业生产，再以指标分配落实到各省市地区，卷烟销售实行的是以产品为核心的经营理念。而面对未来即将放开的烟草行业，如何实现我国烟草企业的成功转型是当前乃至未来一个阶段内摆在我们面前的首要难题。既然转型必定要转向大家都普遍认同的游戏规则方向中去。正如当初我们加入wto时，其他行业所面临的困境一样，要么转型，实现与国际接轨，要么在竞争中被淘汰。面对无法回避、不可逆转的形势，我们惟有主动寻求自我转变，才是在未来残酷竞争中生存下来的唯一途径。国际上的企业经营理念早已实现了从以产品为核心向以消费者为核心的转变。我国烟草行业在专卖体制的保护伞下，是未被真正市场化的领域之一，我们应当利用现在存在保护伞的有利局势，尽快实现转变，为未来的巨变积极做好准备。按客户订单组织货源就是我们要实现转变的过程中必不可少的一步，它为我们实现需求预测真实化，生产计划市场化，以客户为产品生产的围绕点奠定了坚实的基础。

可是目前按客户订单组织货源还存在不少问题，归结起来有

以下几点：

一、基层单位和客户经理对于按客户订单组织货源工作的意义认识不足。不少客户经理认为按客户订单组织货源工作只是国家局制定出来的一项临时措施，作为市场化口号中的一种形式，过一阵子就会过去，而没有将其作为一项长期工作进行落实，因而只是敷衍了事，得过且过。

二、卷烟零售户对于这项工作的认识存在偏差。多数零售户认为我们的工作增加了他们的负担，比如每半月一次的客户台账的填写，部分客户对于我们这项旨在了解客户需求和社会库存的工作就存在某种程度的不理解，认为我们只是搞虚的，做没有意义的事。

三、数据搜集工作浮于表面，真实性难以确保。由于态度认识上的掉以轻心，不少客户经理及基层工作人员对于数据的真实性和合理性不加考虑，在根本没有进行充分市场调查的基础上，只是随便填写，自己编造数据，为了追求指标的美观和谐，生拉硬凑数据，导致上层机构在下一环节的需求预测工作中出现数据的更大偏差，长此以往，搜集的数据与市场真实状况的背离程度将越来越大，那么我们国家局花大力气，下大决心出台这个措施的意义就丧失了。

治病要对症下药，我们解决问题也得要有针对性。

首先，我们要组织客户经理和基层工作者认真学习国家局文件的精神，召开专项研讨会议，充分理解国家局出台这项措施的意义和目的，鼓励大家提出自己的想法意见，从认识上找问题，从思想上解决问题。特别是客户经理，他们是我们商业系统战斗在业务一线的坚实力量，他们的工作热情直接决定着我们的每一项工作的最终落实情况。我们必须在思想上取得统一认识。

其次，我们要对我们的卷烟零售户加以正确引导，通过客户

经理的耐心解释和晓以大义，让他们了解我们开展的工作正是为了他们更好的经营，使我们的卷烟零售户能配合到我们的工作中来。对于部分一时难以说服的客户，我们不可心急，要注意工作的长期性和持续性，通过周边其他卷烟零售户的带动示范作用，逐渐将其感化。

再次，确保数据搜集的准确性和可靠性。我们所要搜集的是那些能真实反映卷烟销售市场状况的数据，这样的数据才具有参考价值 and 核算的意义，这样的数据才能使我们更好地把握市场动态，以便我们及时做出应对措施，避免出现大的波动。对于每一个数据的录入，一是要我们的客户经理和基层工作者从责任上加以重视，二是做好审核监督复查工作，最好每一段时间能对以往数据做一简单梳理工作。

当然，目前按客户订单组织货源工作的落实情况还存在一些一时难以解决的问题，比如，由于计划生产的背景下，某个品牌在甲市场货源紧张，而在乙地却严重滞销，成了沉重的任务包袱。毕竟这项工作刚刚起步，毕竟计划生产的历史问题很难短期解决，对于供求之间的不平衡是难以避免的，然而大的调整已经出现，未来的大门已向我们敞开。按客户订单组织货源是一项尊重市场具有重大改革意义的工作，我们不希望这一重大举措最终成为一个空口号，我们希望它走得更好，走得更远，并一直拓展延伸下去，成为我们烟草行业改革征途当中鲜明的一笔。

销售卷烟工作总结报告 卷烟销售调研报告篇二

作为一名营销员，第一，我时刻记住：把每一位顾客都看作是自己的亲人，这种感觉会让顾客对我们有一种亲切感，拉近我们和顾客的距离。然后我在为顾客热情的介绍我们的每一款产品。我的感觉是我不是在为顾客推销产品，而是在为我的亲人们选择适合他们的每一款。

第二，坚持每天都要学习，遵循“活到老、学到老”的原则。

通过学习，能逐步增强我的自信心[x]月份我就取得了销售第一名的好成绩。

1、接待顾客时要不厌其烦，不到最后关头我们决不放弃。即使顾客试了很多条，我们还是要耐心招待。只要他们想试，我们就多鼓励。

2、当顾客要我们做参谋的时候我们要当成自己的朋友，帮其选购适合的商品，而不是他想要的。这样，顾客穿着舒适得体，会带其亲友一起来。

3、看顾客眼色，帮其选择，在适当时机推荐，鼓动顾客试穿衣服，我们成功率会提高一倍。

4、看年龄、身材、肤色，来帮顾客选试裤子。

上个月我在这一方面做得不好，被人敷衍的感受实在不好受，从现在开始要多长一个心眼，俗话说：口说无凭，什么事情都要确认才行。

第三，对于新客户，一定要完全按照合同上的规范行事。尽快地获得新客户对我们的信任和支持。

第四，坚持学习产品知识和提高自身的业务水平，事物都是在时刻变化的，我需要不断补充新的知识来充实自己。坚持多出去走走，保持经常与客户的有效沟通和交流，真正了解客户需要什么产品。

以上是我x月份工作总结，不足之处还请领导多多指点和批评。

销售卷烟工作总结报告 卷烟销售调研报告篇三

3、密切关注市场销售变化

我们认真开展卷烟销售的日常分析工作，每月对全省卷烟购销存、结构、品牌等情况进行对比分析，对销售中出现的异常情况及时查找原因，提出工作改进的建议和要求，为经济运行的平稳发展提供指导；同时不定期地组织开展市场的调研工作，今年我们先后围绕节后市场的变化情况、皖北地区农村市场服务问题、“大丰收”卷烟市场反映、规范经营等进行专题调研，深入了解市场和服务的真实情况，为正确决策提高帮助；针对上半年卷烟销售结构增长过快、低档卷烟下降过大问题，始终给予高度重视和关注，多次召开会议进行研究，不断统一思想认识，加大低档卷烟销售工作力度，逐步扭转了低档卷烟快速下降问题。

4、加强低档卷烟销售工作指导

近年来低档卷烟销售快速下降一直是我省卷烟销售中比较突出的问题，今年以来我们结合低档卷烟销售形势，一方面不断提高认识，从影响行业长远发展和两个维护切实行动的高度引导各单位转变思想观念；另一方面积极组织省内外适销货源，缓解低档卷烟供需矛盾突出的问题。5月份专门召开全省低档卷烟销售会议，分析形势，研究措施。6月份，我们结合国家局的要求，专门制订下发了全国低档卷烟共享品牌“大丰收”的销售方案，加大“大丰收”品牌宣传培育力度。截至12月底已销售“大丰收”4.4万箱，对缓解低档烟货源不足问题起到了一定的作用。通过全省上下的共同努力，低档卷烟销售形势开始逐步好转，初步扭转了低档卷烟快速下降的局面。5月份以后低档卷烟销售环比逐月增加，5月份销售低档卷烟5.7万箱，环比增长16.5%；6月份销售低档卷烟6.4万箱，环比增长11.1%。7月份以后，由于低档卷烟区域统价的实施，部分品牌批发价格有所提高，特别是“蓝香梅”批发价格由过去11元/条调整到13.5元/条以后，销量急剧下降，7月份“蓝香梅”销量只有6485箱，比6月份14427箱减少7942箱，下降55%，一定程度上影响了低档卷烟销售刚刚好转的形势。

（二）加强销售管理工作，努力提高适应市场能力

1、加强卷烟品牌培育工作

上半年我们组织开展了“全省零售户最喜爱的卷烟品牌”评选活动，评选出零售户最喜爱的20个卷烟品牌，其中省内9个、省外11个，对评选结果在行业内外广泛发布宣传，提高社会认知度，引导各单位加强零售户喜爱的卷烟品牌的培育，不断扩大省内外名优卷烟市场占有率和影响力。下半年针对全省卷烟品牌的发展现状，结合全国卷烟品牌发展战略的要求，我们制定了《加强全省卷烟品牌管理的实施意见》，主要突出以下方面：一是明确品牌培育目标任务，根据国家局的品牌发展纲要精神，结合全省品牌发展现状，做好品牌发展的中长期规划；二是建立品牌评价制度，定期对各种品牌的市场表现进行评价，衡量品牌竞争力的状况；三是加强卷烟品类管理，以零售价为基础将所有品牌划分为一定的层级，对每个层级根据品牌评价的结果分别确定一线、二线和三线品牌，制订不同的营销策略；四是完善品牌引入和退出机制，明确新品引入的条件和流程，统一品牌退出的标准；五是加大品牌培育工作，明确省市两级品牌的职能定位，通过工商协作共同做好品牌培育工作。各单位结合自身实际，不断加强品牌培育的基础工作，明确了岗位人员，从品牌引入、评价、维护、退出等环节制订了详细的制度，使品牌培育工作逐步走上科学规范的轨道。

2、积极适应交易方式变化

上半年国家局对全国卷烟集中交易方式进行了改革，原有的计划管理方式、交易方式都发生了比较大的变化。为适应交易方式的变化，我们积极调整工作思路，围绕服务、指导、协调做好自身的定位；提前对各单位的销售计划安排进行摸底，结合销售形势、市场预测和库存情况确定各单位购进计划；专门下发文件认真贯彻落实国家局指示精神，并对做好交易工作提出具体的要求，在交易过程中及时了解计划特别

是低档卷烟货源的落实情况；由于交易对协议分解成合同明确了100%执行的要求，我们利用有关会议提出把握协议执行进度、科学制订卷烟合同、加强市场引导培育的指导性意见，为各市公司适应交易方式的变化提供帮助。

3、努力做到“三个更加注重”

一是更加注重市场，制定了《全省积极探索开展订单供货工作的指导意见》。积极探索按订单组织货源的供货方式，以增强卷烟商业企业的需求把握能力、市场预测能力、品牌培育能力和货源组织和投放能力；二是更加注重服务，加强全省客户投诉中心建设。全省客户投诉中心于3月中旬启动运行，到7月底17个市公司96300电话投诉业务全部集中。通过广泛听取上下游客户和社会各界的合理意见建议，督促各市局（公司）改进工作作风、提高服务质量、加强科学管理、提升社会形象。三是更加注重新型工商关系，建立省内工商定期沟通协调机制。衔接的主要方式有年度、半年产销计划衔接会，平常每半个月双方营销管理部门进行一次沟通，特殊情况随时保持沟通，重大事项主要领导亲自参加；同时加强信息的互通和共享，对保持工商双方的协调共同发展起到了积极的作用。

销售卷烟工作总结报告 卷烟销售调研报告篇四

一、主要指标完成情况

省产烟销售箱，占总销量的，同比增长，位居全市第一；省产烟单箱销售收入20731元，比去年提高774元，同比增加；省产一、二类卷烟销量箱，同比增长71%，省产一类比重达到11%，位居全市第三，省产二类烟比重达到，位居全市第一。

2. 截止11月30日共建成现代卷烟零售终端126户，占客户总数（2306）的，圆满完成了市公司下达的建设目标要求（124）。

二、主要工作做法

（一）着力终端建设，全面打造优质示范店。

1. 宣传先行。首先印制卷烟零售终端建设宣传彩页，通过建成终端效果图展示，结合终端示范店建设意义、建设标准及终端示范店建成优势加强客户对终端示范店的思想认识，带动全县客户积极参与终端建设工作。
2. 全面规划。对全县重点客户进行梳理，选出店面形象好、配合度高的诚信经营客户，对其店内布局进行初步指导，对卷烟陈列区域进行前期规划，引导部分客户加装背柜玻璃隔断、增设陈列区域。
3. 扎实建设。对选定客户发放终端建设物料，并由客户经理深入店内进行建设，使其卷烟价格规范统一、卷烟陈列生动有序、店面形象全面提升。
4. 完善资料。建立现代终端客户档案，整理成册，做好终端信息录入与分析、终端建设跟踪与评价体系、引入推出机制，贯彻落实终端建设推进要求。
5. 做好维护。制订终端建设考核方案，对建成示范店进行定期检查，落实客户经理日常维护、服务，做到建有所成、落实有效。

（二）着力客户培训，全面落实转型升级。

组织全县重点客户及全体营销人员，立足烟草业转型升级工作，先后通过集中培训和面对面实地培训等方式，共培训了全县重点客户600余人次。通过培训及客户经理面对面的指导，使广大卷烟零售商户进一步消除经营顾虑，灵活掌握推介新品卷烟、卖好省产卷烟等方法，进而全面提升了全县现代卷烟零售客户“懂经营、会算账、育品牌、会推介”的能力，

使大家能积极配合开展各类省产烟的宣传促销活动，熟知并能主动热情有针对性地向消费者推介省产重点、细支等品规的特点、卖点及替代品规，积极引导消费。全体干部职工凝心聚力、人人宣讲、处处影响，以重点客户为前沿阵地，以现代终端示范店为标杆，辐射带动全县客户，打好转型升级攻坚战。

（三）着力规范经营，全面坚守生命底线。

1、全面取消虚拟户、空户、代购户。通过客户经理与专卖队员对系统内商户进行全面实地走访、摸排，筛查出虚拟户、空户和代购户共计百余户，通过停户、销户真正做到一户一证，防止卷烟乱码串码，同时提高了卷烟零售许可证的含金量。

2、全面规范客户卷烟零售价格签。卷烟提税顺价后，各地零售商户卷烟价格杂乱，价格无法落实到位。对此，我县要求各辖区客户经理在日常拜访过程中，对辖区内商户卷烟价格签进行定期维护，确保价签规范统一，并要求客户所陈列卷烟全部严格执行卷烟零售指导价进行销售。有效减少商户之间恶性降价现象，提高了客户卷烟销售的利润空间。

3. 全面推广新商盟订货方式。一是选出业务熟练、表达力强的骨干精英深入各辖区，对区域内重点客户集中培训，确保其对新商盟订货平台熟练掌握和使用。二是客户经理利用每天客户拜访时间，对各条线路中拥有新商盟订货条件的客户进行现场教学，手把手现场教授操作步骤，确保绝大多数客户真正实现自主订货。三是拍摄新商盟订货流程，制作成订货教学小视频，在微信公众号等交流平台中发放交流，调动广大零售客户学习兴趣，促使更加积极主动的使用新商盟订货平台，确保零售客户真正做到自主订货。

三、存在的问题

销售卷烟工作总结报告 卷烟销售调研报告篇五

为了准确掌握社会库存，把握市场动态，了解市场真实需求，收集客户对市局卷烟投放的意见和建议，从而更好地培育全国性卷烟重点骨干品牌，同时总结今年“两节”期间县卷烟销售市场存在的利与弊，为今后的工作积累经验，从而优化卷烟销售市场，提高卷烟的销售水平，以及客户的盈利水平。山西偏关县营销部按照市局的要求，对辖区范围内各零售户的卷烟结构、品牌、库存等展开了调查。

1、随着我国经济的不断增长，人民的生活水平也渐渐改善了，消费者对卷烟的需求档次也逐渐提高了，因此，呈现出一、二类烟大幅增加，三、四类烟增加10%以上，只有五类烟销量下降的现象。

2、为了培育全国性卷烟重点骨干品牌，市局对各个品牌卷烟的投放量的差异，同样也造成了上述现象的产生。

从社会库存看，偏关县社会库存主要集中在三、四类烟上，占了总库存的75%以上，造成这一结果的主要原因是客户对消费者对卷烟的需求档次了解不够。在“两节”期间，消费者与往年相比对卷烟的消费档次有了很大的提高，对于年轻消费者，大多数选择“芙蓉王”、“云烟（福）”、“云烟（紫）”作为节日用烟，而那些烟龄较大，以前消费四类烟的消费者也在节日期间提高了档次，因此造成了上述现象。

社会库存较大的五个品牌分别是“芙蓉王”、“云烟”、“红旗渠”、“红金龙”、“庐山”。其原因主要是平时这五个品牌的卷烟都是市场上畅销的品牌，而又加上正逢“两节”期间，客户对这几类卷烟的需求预测太大，造成了大量库存的产生。而库存最大的业态客户主要是食杂店，这主要是由于偏关县业态类型主要以食杂店为主。从销售数据可以看出：辖区老营、水泉一带的客户卷烟销售波动明显，客户由原来的中、小型客户大都数变成了大、中型客户。波幅明显，卷烟购进明显

加大。

通过调查，客户对烟草公司的服务大都很满意，主要包括货源供应满意度、对“四员”服务满意度、投诉处理结果满意度及客户盈利情况。

根据市局要求，客户经理每月对辖区客户进行满意度调查，辖区零售户满意度综合评价为98.41%。其中客户感到最满意的是偏远客户送货服务周到，送货人员能及时把货源送到客户手中；感到最不满意的是部分偏远农村客户对电子结算不满意。

笔者认为，当前工作中，卷烟销售完成和培育品牌均有一定程度的差距。究其原因，主要是外出打工人数日渐增多和节前的需求两旺市场造成节后的惨淡经营。

面对这些现状，我们应借助“品牌效应”，加大对品牌的宣传力度，提高品牌知名度，让消费者进一步了解品牌的优点和亮点。

结合本辖区情况，笔者认为应该对本地政府拉动内需所采取的措施（如修建高速路、改造机场以及拟投资开工的大型工程项目等）和行业政策导向对卷烟销售的影响，并根据有关情况对今后的卷烟销售前景做出预测与分析。

销售卷烟工作总结报告 卷烟销售调研报告篇六

时间飞快，不停的脚步还在寻找奋斗的港湾，至高的信念还在寻找市场的开端，四月，五月悄悄溜走，没留下惊人的成绩，没创出欣慰的战果，时间虽去，带走了工作的疲惫，带走了工作的沧桑，带去了工作的压力，留下的是历经沧桑的自己！

四月，业绩非常一般的我，只能面对现实，只能按照一般的

工作方式，没有突破新的方法，只能在镇上的药店和少的可怜诊所卫生站转转的操作模式，不能下到真正的终端去，找不到真正需要的市场，找不到真正的客户，导致自己的业绩提升不上，业绩少的可怜，不堪入目，无地自容。看着市场激烈竞争和市场的千变万化，自己有时措手不及，有时束手无策，有时郁闷心烦，看着各厂家更新方法和随机应变，发现自己有很多很多的不足。四月份，四个医药公司调货情况不佳啊总的算起来是一万多啊，广东八方医药公司串货有3千多，广东康民医药公司和广东慧恒医药公司销售不多，主要是没有好好跟进终端，主要心思放到阳春一片天，四月后期领导交接，带来工作新活力和新希望，新的曙光，新的旅程！

在这里的操作模式是自己下去，没有跟着医药公司的车下去，虽然可借着他们的优势，但是没有充足的时间和送货员与客户的关系不熟，难订货，跟车下去费用高，效率低，成果小，收获少！广东一片天主要是药房，而对我的药，药房难消，药房卖药多配药少的趋势让自己难以置信，不容置疑的效果，对于处方药来说药房不是生命，卫生站和诊所才是我们的最大的市场和注入市场的活力，才是我销售的最大市场。广东八方医药公司主要做卫生站，卫生院和诊所这一块，八方的发展模式正是我们发展的有力对象，符合我们的发展，在八方我的冲剂买的很好（利巴韦林，阿奇霉素颗粒等），每个月能销售五六百盒，客户要货量也大。阳江市场竞争激烈，对于这块市场难以置信，广东慧恒和广东康民医药公司同类产品多，医药公司多，客户的忠诚度低，开票员和业务员做了工作，销售成长速度依然不快，主要是没有好好跟进客户和自己下去终端少。

五月份，新的领导过来带来新的操作方法，效果很大，收获很多，市场起效快，发生翻天覆地的变化，从一万多市场做到三万多，翻了一番。主要是自己下去拉单和拜访客户，一个镇就可以四五千的销量，在阳春作试点的效果大，广东一片天是我们重点医药公司，这个月就做了将近两万的销量。看着领导敏捷思维和敏锐观察市场动力注入市场新活力，赢

取新的战果！

现在很农村合作医疗，一村一站或一村多站的定点卫生站，是我们最新最好最大的客户群体，抓住重点不放，抓住新市场不放，促进销售量增长。发现新的市场的同时还有改进了那种陈旧的拉单方法，拉单技术，经过公司的栽培我快速成长起来，方法灵活起来，每天销量大增，有时自己也不可想象的销量，出乎意料的感到欣慰惊喜的销量。

五月既是欣喜的又是郁闷的。错误开了一场失败的会议，让我大失所望，痛彻心扉。和仁和一起开，虽然品种不多但是都是广告品种，订货量高，开会的客户大部分都是药店，会前没有拜访客户，没有做好宣传啊。所以没有开成功！！

四月五月依然是轻轻走了，留下的我依然在辛勤的工作，依然在努力，在奋斗，在拼搏。六月是我艰辛的岁月，我要把阳春的每个乡镇都跑透，好好把阳春市场做强做大，自己有了摩托车了把每个角落的客户都得开发，不放过一线的机会和市场，有了目标才会发展，有了动力才会进步！

永远不能忘记粤西的一致口号：今天我是带着美好的憧憬“为开发粤西走进来”，明天我要带着成功的喜悦；“为创造业绩走出去！”努力，努力，再努力！！！粤西的兄弟姐妹，你我的努力是我们共同的快乐，在领导精心指点下，打开属于我们的粤西，做强我们粤西的市场，为你我的理想奋斗吧！！！！

销售卷烟工作总结报告 卷烟销售调研报告篇七

工作总结

1 烟违法犯罪工作领导小组的领导下，成立了xx县整顿和规范“两烟”市场秩序综合执法领导小组，切实加强对我县整顿和规范“两烟”市场秩序和打击涉烟违法犯罪工作的领

导。我县综合执法小组由烟草专卖局、工商局、公安局，技术监督局等部门组成并明确了各职能部门的职责。县人民政府与各乡镇签订了《2011年打击涉烟违法犯罪工作目标责任书》。年初的打假打私会上县人民政府副县长（县打假打私工作领导小组组长）就2011年打假打私工作作了安排、部署和具体分工。会后，各乡镇与所辖行政村签订了《2011年打击涉烟违法犯罪工作目标责任书》，形成了机构健全、责权明确的工作新局面。为烟草专卖执法、打击涉烟违法犯罪奠定了信息、人员、机构、制度等基础保障。

2 与各执法部门通力协作配合，全年市场检查共出动执法人员2032人次，出动检查车辆 464辆次，查处涉烟案件 23起（其中：未在当地烟草批发企业进货案件 10起、无证运输案件11起、销售非法生产的烟草专卖品案件1起、无证经营案件1起，）；涉案卷烟 条支，（其中：真品卷烟条、假冒伪劣卷烟29条）案值 .50 元。上缴罚没款.45元；移交工商处理无证经营案件1起，罚款元，没收非法所得元。移交公安机关涉烟案件4起，批捕4人，判刑1人，取保候审1人；其中两起（一起法院认定案值未达到追刑标准、一起无法认定当事人）退回进行行政处罚；一起判刑1人、取保候审1人；另一起公安机关正在办理当中。2011年所有查获的涉烟案件，除移送的1起还未处理、未在当地烟草批发企业进货案件1起撤销立案外，其余21起案件均全部处理终结。

结合xx烟专（2011）29号[]xx县烟草专卖局关于印发2011年烟叶收购专卖管理实施方案的通知要求。一是加强省、市边界毗邻地区烟叶收购管理。接壤毗邻地区的专卖管理边界协调。

4 分管副县长（打假打私领导小组组长），八个乡镇的分管领导、县公安局、工商局、文广局、司法局、检察院、技术监督局、县委办[]^v^的相关领导及县烟草专卖局专卖人员共39人参加了会议。