

2020-2026年中国电子烟行业研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国电子烟行业研究与发展趋势研究报告》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.chinairr.org/report/R07/R0701/202003/17-339372.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

新型烟草的消费主体是发达国家。国内市场方面，尽管我国生产了全球90%以上的电子烟，但国内消费市场依然较小。从出口市场看，欧美市场占据了出口份额的83.7%，而仅有6%的产品最终在国内消化。2017年新型烟草消费前三名是美国、英国和意大利，消费规模分别约为46.3亿美元、17.8亿美元、15亿美元。2017年部分国家电子烟消费情况（单位：亿美元）

目前美国是电子烟主要消费国家，2016年美国电子烟销售占全球电子烟销售比例达到43.2%，其次是英国、意大利，中国电子烟消费占比为6%。美国市场：美国是电子烟销售第一大国，截至2016年底，美国约有900万烟民使用电子烟，占比大约为13%，17年电子烟销售规模约50亿美元，且仍在快速的增长中。美国电子烟市场较为集中，前四大品牌市占率达到78%，分别为雷诺的Vuse（33.6%）、帝国的Blu（23.6%）、日烟的Logic（14.5%）、菲莫美国的MarkTen（5.9%）美国电子烟销售渠道

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国电子烟行业研究与发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了中国电子烟行业市场发展环境、电子烟整体运行态势等，接着分析了中国电子烟行业市场运行的现状，然后介绍了电子烟市场竞争格局。随后，报告对电子烟做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电子烟行业发展趋势与投资预测。您若想对电子烟产业有个系统的了解或者想投资中国电子烟行业，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：

第一部分 行业概况分析

第一章 中国电子烟行业概况分析

第一节 电子烟行业定义统计标准

一、电子烟定义、分类及主要生产地

二、电子烟行业统计部门和统计口径

三、电子烟行业产业链结构分析

四、电子烟行业发展周期分析

第二节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、竞争激烈程度指标
- 七、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 电子烟行业经济环境分析

- 一、国际宏观经济分析
 - 1、国际宏观经济现状分析
 - 2、国际宏观经济及对电子烟行业影响
- 二、国内宏观经济分析
 - 1、国内宏观经济现状分析
 - 2、国内宏观经济及对电子烟行业影响
- 三、电子烟行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国电子烟行业社会环境分析

- 一、我国人口因素及对电子烟行业影响
- 二、电子烟人均消费及发展影响
- 三、国内生活方式及对电子烟行业影响

第五节 中国电子烟行业技术环境分析

- 一、行业生产技术
- 二、行业生产技术发展趋势

第二章 2015-2019年全球电子烟所属行业市场发展状况分析

第一节 2015-2019年世界电子烟行业发展状况

在全球烟草行业中，菲莫国际、英美烟草、日本烟草、帝国烟草四大跨国烟草企业市占率近66%。近年来，各大烟草企业不约而同的将战略重心转移到减害制品领域，龙头菲莫国际将经营目标确定为“规划设计一个无烟的未来”，将公司资源由卷烟向无烟产品转移，推动监管政策支持无烟替代品；英美烟草也确立了“下一代产品”战略，过去几年投入超过 25 亿美元，打造新型产品矩阵；日本烟草加快海外投资，并建设了国际化的电子烟生产基地；帝国烟草实施品牌集中化，设立子公司负责电子烟业务。全球烟草行业市场份额结构（不包括中国市场）

- 一、世界电子烟行业生产情况
- 二、世界电子烟消费及趋势分析

三、世界电子烟行业发展趋势分析

第二节 美国电子烟行业现状分析

一、美国电子烟行业的市场现状

二、美国电子烟行业的市场特征

第三节 日本电子烟行业现状分析

一、日本电子烟行业的市场规模

二、日本电子烟行业的市场特征

第四节 欧洲电子烟行业市场状况

一、欧洲电子烟行业的市场现状

二、欧洲电子烟行业的市场特征

第三章 2015-2019年我国电子烟所属行业现状及市场发展分析

第一节 2015-2019年我国电子烟所属行业发展现状

一、电子烟行业市场规模

二、电子烟行业产品发展现状

三、电子烟行业消费市场现状

第二节 2015-2019年电子烟所属行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节 2015-2019年电子烟市场结构和价格走势分析

一、2015-2019年我国电子烟市场结构和价格走势概述

二、2015-2019年我国电子烟市场结构分析

三、2015-2019年我国电子烟市场价格走势分析

第四节 2015-2019年重点城市电子烟市场发展情况

第四章 电子烟行业2020-2026规划概述

第一节 2015-2018电子烟所属行业发展回顾

一、2015-2018电子烟行业运行情况

二、2015-2018电子烟行业发展特点

三、2015-2018电子烟行业发展成就

第二节 电子烟行业2020-2026总体规划

- 一、电子烟行业2020-2026规划纲要
- 二、电子烟行业2020-2026规划指导思想
- 三、电子烟行业2020-2026规划主要目标

第三节 2020-2026规划解读

- 一、2020-2026规划的总体战略布局
- 二、2020-2026规划对经济发展的影响
- 三、2020-2026规划的主要精神解读

第二部分 所属行业市场分析

第五章 2015-2019年中国电子烟所属行业财务指标与供需情况分析

第一节 2015-2019年中国电子烟所属行业经济运行主要特点

第二节 2015-2019年电子烟行业财务指标分析

- 一、电子烟行业经营效益
- 二、电子烟行业盈利能力
- 三、电子烟行业运营能力
- 四、电子烟行业偿债能力
- 五、电子烟行业发展能力

第三节 2015-2019年全国电子烟所属行业供给情况分析

- 一、全国电子烟行业总产值分析
- 二、全国电子烟行业产成品分析
- 三、各地区电子烟行业供给情况分析

第四节 2015-2019年全国电子烟所属行业需求情况分析

- 一、全国电子烟行业销售产值分析
- 二、全国电子烟行业销售收入分析
- 三、各地区电子烟行业需求情况分析
- 四、全国电子烟行业产销率分析

第五节 2015-2019年中国电子烟所属行业进出口分析

- 一、行业出口分析
 - 1、行业出口整体情况
 - 2、行业出口产品结构
 - 3、电子烟行业出口前景及建议

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

3、电子烟行业进口前景及建议

第六章 电子烟区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年消费者的偏好分析

五、2020-2026年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年消费者的偏好分析

五、2020-2026年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年消费者的偏好分析

五、2020-2026年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场需求情况分析

三、2015-2019年市场规模情况分析

四、2015-2019年消费者的偏好分析

五、2020-2026年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2015-2019年行业发展现状分析

- 二、2015-2019年市场需求情况分析
 - 三、2015-2019年市场规模情况分析
 - 四、2015-2019年消费者的偏好分析
 - 五、2020-2026年行业发展趋势分析
- #### 第六节 西南地区

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年消费者的偏好分析
- 五、2020-2026年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年消费者的偏好分析
- 五、2020-2026年行业发展趋势分析

第七章 中国电子烟行业消费市场分析

第一节 中国电子烟消费者收入分析

- 一、我国市民生活习惯分析
- 二、2015-2019年消费者收入水平
- 三、2019年消费者信心指数分析

第二节 电子烟行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 电子烟市场消费需求分析

- 一、电子烟市场的消费需求变化
- 二、电子烟行业的需求情况分析
- 三、2019年电子烟品牌市场消费需求趋势

第四节 电子烟消费市场状况分析

- 一、电子烟行业消费特点

二、电子烟消费者分析

三、电子烟消费结构分析

四、电子烟消费的市场变化

五、电子烟市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 电子烟行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、电子烟行业品牌忠诚度调查

六、电子烟行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三部分 行业竞争分析

第八章 电子烟行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

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 2015-2019年电子烟行业竞争格局分析

- 一、2015-2019年国内外电子烟竞争分析
- 二、2015-2019年我国电子烟市场竞争分析
- 三、2015-2019年我国电子烟市场集中度分析
- 四、2020-2026年国内主要电子烟企业动向
- 五、2019年国内电子烟拟在建项目分析

第四节 电子烟市场竞争策略分析

- 一、2019年电子烟市场增长潜力分析
- 二、2019年电子烟主要潜力品种分析
- 三、现有电子烟产品竞争策略分析
- 四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 电子烟企业竞争策略分析

- 一、电子烟行业竞争格局的影响因素分析
- 二、2020-2026年我国电子烟市场竞争趋势
- 三、2020-2026年电子烟行业竞争策略分析
- 四、2020-2026年电子烟企业竞争策略分析

第九章 主要电子烟企业竞争分析

第一节 北京赛烟科技发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第二节 深圳市博格科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第三节 深圳市康诚一品科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第四节 常州市欧凡尔电子科技有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2015-2019年经营状况

四、2020-2026年发展战略

第五节 深圳瀚星翔科技有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第十章 电子烟行业发展趋势与前景预测

第一节 我国电子烟行业前景与机遇分析

一、我国电子烟行业发展前景

二、我国电子烟发展机遇分析

第二节 2020-2026年中国电子烟市场趋势分析

一、2015-2019年电子烟市场趋势总结

二、2020-2026年电子烟市场发展空间

三、2020-2026年电子烟产业政策趋向

四、2020-2026年电子烟技术革新趋势

五、2020-2026年电子烟价格走势分析

六、2020-2026年国际环境对行业的影响

七、2020-2026年电子烟发展趋势分析

第三节 未来电子烟需求与消费预测

一、2020-2026年电子烟产品消费预测

二、2020-2026年电子烟市场规模预测

三、2020-2026年电子烟行业总产值预测

四、2020-2026年电子烟行业销售收入预测

第四节 2020-2026年中国电子烟行业供需预测

一、2020-2026年中国电子烟供给预测

二、2020-2026年中国电子烟需求预测

三、2020-2026年中国电子烟供需平衡预测

四、2020-2026年中国电子烟产品价格趋势

五、2020-2026年主要电子烟产品进出口预测

第十一章 电子烟行业投资现状与投资环境分析

第一节 2015-2019年电子烟行业投资情况分析

一、2015-2019年总体投资及结构

二、2015-2019年投资规模及增长率分析

三、2015-2019年分行业投资分析

四、2015-2019年分地区投资分析

五、2015-2019年外商投资情况

第二节 我国融资环境分析

第十二章 电子烟行业投资机会与风险分析

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2019年相关产业活力系数比较

二、2015-2019年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2019年相关产业投资收益率比较

二、2015-2019年行业投资收益率分析

第三节 电子烟行业投资效益分析

一、2015-2019年电子烟行业投资状况分析

二、2020-2026年电子烟行业投资效益分析

三、2020-2026年电子烟行业投资趋势预测

四、2020-2026年电子烟行业的投资方向

五、2020-2026年电子烟行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响电子烟行业发展的主要因素

一、2020-2026年影响电子烟行业运行的有利因素分析

二、2020-2026年影响电子烟行业运行的不利因素分析

三、2020-2026年我国电子烟行业发展面临的挑战分析

四、2020-2026年我国电子烟行业发展面临的机遇分析

第五节 电子烟行业投资风险及控制策略分析

- 一、2020-2026年电子烟行业市场风险及控制策略
- 二、2020-2026年电子烟行业政策风险及控制策略
- 三、2020-2026年电子烟行业经营风险及控制策略
- 四、2020-2026年电子烟行业技术风险及控制策略
- 五、2020-2026年电子烟行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2020-2026年电子烟行业其他风险及控制策略

第十三章 电子烟行业投资战略研究

第一节 电子烟行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国电子烟品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、电子烟实施品牌战略的意义
- 三、电子烟企业品牌的现状分析
- 四、我国电子烟企业的品牌战略
- 五、电子烟品牌战略管理的策略

第三节 电子烟经营策略分析

- 一、电子烟市场细分策略
- 二、电子烟市场创新策略
- 三、电子烟品牌定位与品类规划
- 四、电子烟新产品差异化战略

第十四章 投资战略研究

第一节 2019年电子烟行业投资战略

第二节 2020-2026年电子烟行业投资战略

图表目录：

图表：2015-2019年电子烟不同所有制企业利润总额

图表：2015-2019年电子烟不同所有制企业利润总额对比图

图表：2015-2019年电子烟资产总额

图表：2015-2019年电子烟总资产增长趋势图

图表：2015-2019年电子烟不同规模企业总资产

图表：2015-2019年电子烟不同规模企业总资产对比图

图表：2015-2019年电子烟不同所有制企业总资产

图表：2015-2019年电子烟不同所有制企业总资产对比图

图表：2015-2019年电子烟亏损面

图表：2015-2019年中国电子烟发展能力

图表：2015-2019年中国电子烟竞争力

图表：2015-2019年电子烟市场调查对象情况

图表：2015-2019年电子烟消费者消费习惯调查

图表：2015-2019年消费者对电子烟产品价格认同情况调查

图表：2015-2019年消费者购买渠道情况调查

图表：2015-2019年电子烟消费者品牌状况调查

图表：2015-2019年中国消费者电子烟品牌构成

图表：2015-2019年电子烟消费者性别比例

图表：2015-2019年电子烟消费者年龄分布

图表：2015-2019年电子烟消费者购买频率

图表：2015-2019年电子烟消费者购买电子烟的规格

图表：2015-2019年电子烟消费者购买电子烟消费金额

图表：2015-2019年消费者电子烟关注度调查

图表：2015-2019年影响消费者购买的因素调查

图表：2020-2026年中国电子烟产能预测

图表：2020-2026年中国电子烟消费量预测

图表：2020-2026年中国电子烟市场前景预测

图表：2020-2026年中国电子烟市场价格走势预测

图表：2020-2026年中国电子烟发展前景预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/202003/17-339372.html>