

2021年中国电子烟市场分析报告- 行业运营态势与前景评估预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国电子烟市场分析报告-行业运营态势与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/543092543092.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

近期,某电子烟品牌称,已与敦煌博物馆达成IP授权合作,宣布联名款电子烟新品将于近期发布,联名形象以及周边产品即将公布亮相。该消息一出便引发热议,很多网友也纷纷对博物馆的这一联名行为提出质疑。网友表示,博物馆带有文教属性,应该注意对大众特别是青少年的宣传引导功能,与电子烟联名合作不合适。

5月13日下午,敦煌博物馆也在其微信公众号对本次联名授权合作发布声明,并表示“在今后的授权工作中,我们将更加注重弘扬敦煌文化正能量,确保IP授权行为合法合规、合乎社会公序良俗,发挥良好的社会效应。”

此次敦煌博物馆与电子烟品牌IP联名合作引热议主要原因在于:博物馆与企业联合合作电子烟“潮品”,将使用电子烟这一行为形容为“飒满人间”“摇曳身姿”“浮生若梦”,这势必容易对青少年产生误导,让青少年对电子烟本身的危害性认识不足,甚至将其作为“潮流”“文化”加以推崇,其危害性不可估量。

中国疾病预防控制中心发布的2018年中国成人烟草调查结果显示,使用电子烟的人群主要以年轻人为主,15-24岁年龄组人群电子烟使用率为1.5%,这一数据2019年上升至2.7%。

2018-2019年我国15-24岁年龄组人群电子烟使用情况 数据来源:公开资料整理

此外,与其他国家相比,我国电子烟详细政策尚未确定,进程较为缓慢,市场监管缺位,导致各类销售渠道向未成年人兜售电子烟现象严重。

全球部分国家电子烟相关政策

国家

相关政策

韩国

允许HNB、电子雾化产品销售

HNB、电子雾化产品税率提升至普通烟草的90%、100%,并于2021年起加收健康税

欧盟

允许生产、销售电子烟,但对电子雾化设备在数据提供/广告及促销/安全/产品展示/风险方面进行监管

英国

允许电子烟作为消费品销售,限制广告及促销,禁止跨境电子烟广告及赞助,增值税率20%

允许HNB产品销售,承认其与传统卷烟相比的减害属性

美国

允许通过PMTA的电子烟产品销售

烟草制品销售最低年龄从18岁提高至21岁,并对口味作出限制以抑制青少年消费

日本

允许HNB产品销售，不受监管

含有尼古丁的蒸汽型电子烟需认证，目前暂无获批的企业数据来源：公开资料整理

根据数据显示，青少年获得电子烟最主要的途径是互联网，占比为45.4%。

青少年获取电子烟渠道占比 数据来源：公开资料整理

为避免电子烟对青少年造成伤害，整治行业乱象，2019年6月，国家标准委公告电子烟强制性国家标准进入批准阶段，2021年3月工信部发布征求意见稿，拟将电子烟等新型烟草制品参照卷烟的有关规定执行，进一步规范电子烟市场秩序。前期政策不断趋紧，明确电子烟作为烟草制品，将全面规范销售渠道管理，预计后续将有一系列行业标准出台。

我国电子烟行业相关政策

日期

政策名称

主体

主要内容

2017.05

-

国家烟草专卖局

明确HNB产品属于烟草制品，应依法监管

2017.06

《禁止销售进口新型卷烟的告知书》

各地烟草专卖局

禁止在国内销售IQOS等HNB产品

2017.10

-

全国烟草标准化技术委员会

批准电子烟强制性国家标准项目立项

2018.05

《2018年全面深化改革工作要点》

国家烟草专卖局

继续深化新型烟草制品创新改革

2018.08

《关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》

国家烟草专卖局

禁止向未成年人出售电子烟产品

2019.06

-

国家标准委

公告电子烟强制性国家标准进入批准阶段

2019.10

《进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》

国家烟草专卖局

敦促电子烟生产者及时关闭线上销售网站、APP，撤回网上发布的电子烟广告，要求电商平台及时关闭并下架电子烟店铺

2020.07

-

国家烟草专卖局

针对部分线上销售及对青少年销售电子烟的情况，
开展2个月的电子烟专项整治

2021.03

《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）》

工信部

拟将电子烟等新型烟草制品参照卷烟的有关规定执

行，由中国烟草作为监管主体数据来源：公开资料整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国电子烟市场分析报告-行业运营态势与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型

分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国电子烟行业发展概述

第一节 电子烟行业发展情况概述

一、电子烟行业相关定义

二、电子烟行业基本情况介绍

三、电子烟行业发展特点分析

四、电子烟行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、电子烟行业需求主体分析

第二节 中国电子烟行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、电子烟行业产业链条分析

三、产业链运行机制

（1）沟通协调机制

（2）风险分配机制

（3）竞争协调机制

四、中国电子烟行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国电子烟行业生命周期分析

一、电子烟行业生命周期理论概述

二、电子烟行业所属的生命周期分析

第四节 电子烟行业经济指标分析

一、电子烟行业的赢利性分析

二、电子烟行业的经济周期分析

三、电子烟行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电子烟行业进入壁垒分析

一、电子烟行业资金壁垒分析

- 二、电子烟行业技术壁垒分析
- 三、电子烟行业人才壁垒分析
- 四、电子烟行业品牌壁垒分析
- 五、电子烟行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球电子烟行业市场发展现状分析

第一节 全球电子烟行业发展历程回顾

第二节 全球电子烟行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电子烟行业地区市场分析

- 一、亚洲电子烟行业市场现状分析
- 二、亚洲电子烟行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲电子烟行业市场前景分析

第四节 北美电子烟行业地区市场分析

- 一、北美电子烟行业市场现状分析
- 二、北美电子烟行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美电子烟行业市场前景分析

第五节 欧洲电子烟行业地区市场分析

- 一、欧洲电子烟行业市场现状分析
- 二、欧洲电子烟行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲电子烟行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界电子烟行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球电子烟行业市场规模预测

第三章 中国电子烟产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品电子烟总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国电子烟行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国电子烟产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国电子烟行业运行情况

第一节 中国电子烟行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国电子烟行业市场规模分析

第三节 中国电子烟行业供应情况分析

第四节 中国电子烟行业需求情况分析

第五节 我国电子烟行业进出口形势分析

- 1、进口形势分析
- 2、出口形势分析
- 3、进出口价格对比分析

第六节、我国电子烟行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第七节 中国电子烟行业供需平衡分析

第八节 中国电子烟行业发展趋势分析

第五章 中国电子烟所属行业运行数据监测

第一节 中国电子烟所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国电子烟所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国电子烟所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国电子烟市场格局分析

第一节 中国电子烟行业竞争现状分析

一、中国电子烟行业竞争情况分析

二、中国电子烟行业主要品牌分析

第二节 中国电子烟行业集中度分析

一、中国电子烟行业市场集中度影响因素分析

二、中国电子烟行业市场集中度分析

第三节 中国电子烟行业存在的问题

第四节 中国电子烟行业解决问题的策略分析

第五节 中国电子烟行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国电子烟行业需求特点与动态分析

第一节 中国电子烟行业消费市场动态情况

第二节 中国电子烟行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 电子烟行业成本结构分析

第四节 电子烟行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国电子烟行业价格现状分析

第六节 中国电子烟行业平均价格走势预测

一、中国电子烟行业价格影响因素

二、中国电子烟行业平均价格走势预测

三、中国电子烟行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国电子烟行业区域市场现状分析

第一节 中国电子烟行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区电子烟市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电子烟市场规模分析

四、华东地区电子烟市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区电子烟市场规模分析

四、华中地区电子烟市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区电子烟市场规模分析

四、华南地区电子烟市场规模预测

第九章 2017-2021年中国电子烟行业竞争情况

第一节 中国电子烟行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国电子烟行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国电子烟行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 电子烟行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国电子烟行业发展前景分析与预测

第一节 中国电子烟行业未来发展前景分析

一、电子烟行业国内投资环境分析

二、中国电子烟行业市场机会分析

三、中国电子烟行业投资增速预测

第二节 中国电子烟行业未来发展趋势预测

第三节 中国电子烟行业市场发展预测

一、中国电子烟行业市场规模预测

二、中国电子烟行业市场规模增速预测

三、中国电子烟行业产值规模预测

四、中国电子烟行业产值增速预测

五、中国电子烟行业供需情况预测

第四节 中国电子烟行业盈利走势预测

一、中国电子烟行业毛利润同比增速预测

二、中国电子烟行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国电子烟行业投资风险与营销分析

第一节 电子烟行业投资风险分析

一、电子烟行业政策风险分析

二、电子烟行业技术风险分析

三、电子烟行业竞争风险

四、电子烟行业其他风险分析

第二节 电子烟行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国电子烟行业发展战略及规划建议

第一节 中国电子烟行业品牌战略分析

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

第二节 中国电子烟行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国电子烟行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2021-2026年中国电子烟行业发展策略及投资建议

第一节 中国电子烟行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国电子烟行业营销渠道策略

- 一、电子烟行业渠道选择策略
- 二、电子烟行业营销策略

第三节 中国电子烟行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电子烟行业重点投资区域分析
- 二、中国电子烟行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/543092543092.html>