

# 2019年中国电子烟行业分析报告- 市场现状调查与发展战略规划

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国电子烟行业分析报告-市场现状调查与发展战略规划》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/dianzidianqi/453323453323.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

美国食品和药物管理局(FDA)代理局长沙普利斯表示，FDA预计在未来几周内，敲定有关调味电子烟和电子烟吸食装置的政策。按照FDA的政策，目前市面上的调味电子烟产品中，除了原味烟草以外的所有口味都需要下架，下架产品需要重新获得“上市前授权”，之后才能返回市场。

电子烟是通过雾化等手段，将尼古丁等变成蒸汽后，让用户吸食的一种产品。根据数据显示，2012-2015年期间，电子烟销售市场发展缓慢，市场保持在1亿美元左右；从2016年开始，电子烟成为日渐风靡全球的烟草产品，市场规模飙升到5.05亿美元，增长速度超300%，预测，2019年中国电子烟市场规模将超8亿美元。

2012-2019年我国电子烟市场规模及预测情况

数据来源：中国电子商会电子烟行业委员会

目前，随着各国电子烟市场不断扩大，对于监管及规范的不足却显而易见。目前，各国对于电子烟监管方面略有不同，主要以将电子烟作为消费品监管、将其作为烟草类监管、将其作为医药类监管等三方面进行监管。

各国电子烟不同监管思路监管强度对比

监管项目

消费品类

烟草品类

医药类

上市审批

弱

中等

强

产品成分

弱

中等

强

产品各项指标

弱

中等

强

生产销售过程中宣传

弱

强

强

消费人群、使用场所

弱

强

强

差异化税收

弱

强

强

信息来源：观研天下整理

各国电子烟监管思路

国家和地区

监管思路

日本

将电子烟作为药品监管，禁止市场自由流动。

美国

将电子烟纳入烟草制品监管，通过FDA审批才能上市

德国

将电子烟作为烟草制品进行监管，较为宽松，对宣传有较小限制。

英国

将电子烟作为消费品或药品进行监管（税率不同），并在宣传包装方面进行一定限制。

韩国

将不含尼古丁电子烟作为消费品监管，将含尼古丁电子烟作为烟草制品监管

意大利

将电子烟作为烟草制品进行监管，复合规定可以上市销售。

巴西

将全部电子烟作为烟草制品监管，净值上市销售。

沙特阿拉伯

禁止销售电子烟。

信息来源：观研天下整理（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国电子烟行业分析报告-市场现状调查与发展战略规划》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。

它是业内企业、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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2019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

#### 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、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 2016-2019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 欧盟电子烟行业地区市场分析
    - 一、欧盟电子烟行业市场现状分析
    - 二、欧盟电子烟行业市场规模与市场需求分析
    - 三、欧盟电子烟行业市场前景分析
  - 第六节 2019-2025年世界电子烟行业分布走势预测
  - 第七节 2019-2025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

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 中国电子烟行业供需平衡分析

第六节 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 2016-2019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分析

## 二、中国电子烟行业企业集中度分析

### 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 中国电子烟行业竞争力分析

#### 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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

### 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 2019-2025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 2019-2025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分析
- 四、电子烟行业其他风险分析

#### 第二节 电子烟行业企业经营发展分析及建议

- 一、电子烟行业经营模式
- 二、电子烟行业销售模式
- 三、电子烟行业创新方向

#### 第三节 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 2019-2025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 2019-2025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 中国电子烟行业定价策略分析

第三节 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

第四节 中国电子烟行业价格策略

第五节 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/dianzidianqi/453323453323.html>