

2020年中国电子烟市场现状分析报告- 产业竞争现状与未来动向研究

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《2020年中国电子烟市场现状分析报告-产业竞争现状与未来动向研究》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/514829514829.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

电子烟是一种模仿卷烟的电子产品，有着与卷烟一样的外观、烟雾、味道和感觉。它是通过雾化等手段，将尼古丁等变成蒸汽后，让用户吸食的一种产品。世界卫生组织专门对电子烟进行了研究，并得出了明确的结论：电子烟有害公共健康。因此全球各个国家陆续发布相关政策，对电子烟进行严格管控。美国卫生与公众服务部2019年9月11日宣布，其下属的药管局将在未来数周内出台规定，禁止销售非烟草味的电子烟产品，以控制越来越多青少年吸电子烟的趋势。

全球部分国家/地区电子烟监管办法相关政策

国家

电子烟类型

分类

相关政策

加拿大

VAPE

医药产品、烟草产品

属医药产品的电子烟须在销售前或加拿大健康局销售许可;属烟草产品的电子烟禁止向低于18岁的未成年人销售，限制广告、赞助及促销，产品禁止含有成瘾物质，限制油烟口味。

英国

VAPE

医药产品、消费品

医药电子烟须经过标准的审批程序，享受5%增值税率，但实际上暂无电子烟被列为医药产品;消费品类电子烟限制广告及促销，禁止跨境电子烟广告及赞助，增值税率20%。

HNB

/

目前对于HNB产品持开放态度，承认HNB产品与传统卷烟相比的减害属性，对于HNB产品的监管尚无明的政策。

巴西

VAPE

烟草产品

禁止销售、广告、分销、进口，公共场所和公共交通工具内禁止使用电子烟。

澳大利亚

VAPE

医药产品、消费品

含尼古丁电子烟除非被列为医药产品，否则不可销售使用;不含尼古丁电子烟被列为消费品

，可以销售使用，但昆士兰及西澳大利亚地区禁止销售。

欧盟国家

HNB

/

允许HNB产品的销售，承认HNB产品与传统卷烟相比的减害性，目前欧盟TPD考虑将HNB产品纳入监管范围，但目前尚无明确监管政策。

VAPE

消费品、医药产品、烟草产品

一般不含尼古丁电子烟被列为消费品，含尼古丁被列为烟草产品，医药用途电子烟须获得标准药物许可程序下的市场授权;含尼古丁电子烟须遵从欧盟TPD相关要求，禁止或限制电子烟产品的广告、促销、赞助、跨境活动等行为，禁止在封闭公共场所及公共交通工具内使用电子烟产品。

日本

HNB

/

允许HNB烟具的销售，HNB烟弹按照《烟草商业法》与卷烟分为一类，允许销售和流通，2018年7月通过《健康促进法》明确将HNB产品排除在公共场所禁烟范围之外。

VAPE

医药产品、消费品

含尼古丁的蒸汽电子烟烟油被列为医药产品，其销售、广告、制造、进口、分销均须依法获得许可证，但目前暂无产品获批此，允许私人进口少量医用电子烟。

新西兰

VAPE

烟草产品

禁止向未成年人销售，且必须遵从例如健康警告等要求;限制自动售货机销售电子烟，包装须符合烟草产品包装要求;限制电子烟产品的广告、促销及赞助。

HNB

/

2019年3月，新西兰惠灵顿法院驳回卫生部对于菲莫国际的指控，允许IQOS产品在新西兰地区的销售。

马来西亚

VAPE

医药产品（尼古丁）、消费品了（不含尼古丁）

含尼古丁产品需或许可后方可由持牌药店或注册医生销售，禁止向未成年人销售;允许HNB产品的销售，且IQOS装置无需在其包装上附加图片警告。

菲律宾

VAPE

医药产品（需或授权）

产品须获得健康商品或健康相关设备的授权;烟弹烟油需有防止儿童接触标识，禁止在公共场所使用电子烟，并限制在公共交通工具内使用。

韩国

HNB

/

韩国允许HNB产品的销售，但首尔食品和药品安全部对于HNB产品的安全性提出怀疑，未来或对HNB品提高税率。

VAPE

烟草产品(含尼古丁)、消费品（非尼古丁）

禁止向低于19岁的未成年人销售，电子烟的包装及广告应包含健康警告，表明其含有有害物质;除指定吸烟区外，禁止在公共场所使用电子烟;需缴纳比例为1799韩元/ml烟液的税费及24韩元/20个烟筒的废物费和10%的增值税。

美国

HNB

/

2019年4月，美国FDA批准HNB产品IQOS进入美国市场，不过仍需遵从FDA对于电子烟产品的相关规定，禁止向未成年人销售。

VAPE

医药产品（仅限医疗用途、烟草产品（无论是否含尼古丁）

烟草产品制造商须向FDA提交申请;禁止向低于18岁的未成年人销售电子烟，限制自动售货机销售，禁止分发免费电子烟小样作为促销;进口到美国的电子烟须符合《联邦食品、药品和化妆品法》要求;2019年3月，美国FDA要求将调味电子烟产品(除烟草、薄荷、薄荷醇口味)于实体店下架，并要求目前仍然在市面上销售的调味电子烟产品制造商于2021年8月8日前重新向FDA申报产品入市前申请;不含尼古丁的电子烟须在包装和广告上注明“本产品由烟草制成”。数据来源：公开资料整理

全球部分国家/地区电子烟相关政策及法规

国家/地区

法律/法规/政策

美国

2016年8月8日，食品药品监督管理局扩大其监管权力至包含电子雾化设备。根据此裁决，食品药品监督管理局将评估若干雾化器相关的问题，包括主要成分、产品特点及健康风险，以及其对未成年人及无烟者的吸引力。食品药品监督管理局规则亦禁止向未成年人销售电子

雾化设备。《联邦食品、药品和化妆品法案》规定所有电子烟丁传送系统产品制造商须向食品药品监督管理局提交烟草上吊申请。

2019年6月，美国加利福尼亚州旧金山市成为第一个禁止销售电子烟的城市。美国密歇根州9月4日宣布，将在该州禁止销售带香味的电子烟。纽约州也宣布禁止调味电子烟在该州的销售。

卫生与公众服务部2019年9月11日宣布，其下属的药管局将在未来数周内出台规定，禁止销售非烟草味的电子烟产品，以控制越来越多青少年吸电子烟的趋势。

欧洲

欧洲委员会颁布的烟草产品指令已于2014年4月起生效。根据烟草产品指令，电子烟指可以通过烟嘴或其任何组件吸食尼古丁雾化汽的产品。欧盟成员国须确保禁止任何与烟草相关的产品广告，除非是专门针对专业从事电子烟贸易的专业人员的广告。此外，不得对旨在（直接或间接）推广电子烟的设备进行任何促销。

日本

日本制药工业协会颁布药事法，自2010年起生效。含尼古丁的电子烟被分类为药用产品且受药事法所限制，药事法规定其销售、广告、制造、进口及分销须获上市许可。厚生劳动省发表声明允许私人进口药用电子烟，但只能用作私人用途且数量需低于一个月的储量。

韩国

2019年10月23日，韩国政府周三建议人们停止使用液体电子烟，并誓言将加快研究以决定是否全面禁售此类产品；10月27日，韩国GS25，CU，7Eleven，易买得24等，4家代表便利店决定暂时中断4种液态电子烟的销售，积极应对政府政策的响应，10月28日，占电子烟流通网70%的便利店业界决定，暂时停止销售液态电子烟。

印度

2019年9月18日，印度全面禁止电子烟的生产、进出口、销售及广告等相关业务，这项禁令已获内阁批准，即将以“行政命令”的形式正式颁布。数据来源：公开资料整理

目前我国电子烟市场暂无明确的相关政策和法规，但是有发布关于向青少年销售电子烟的相关禁令。2019年10月30日，国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局发布《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告（2019年第1号）》，要求电子烟生产、销售企业或个人不得向未成年人销售电子烟，关闭电子烟互联网销售网站或客户端，并撤回通过互联网发布的电子烟广告。

我国电子烟相关政策

发布单位

发布时间

政策名称

具体内容

国家烟草专卖局国家市场监督管理总局

2020年7月1日

《国家烟草专卖局国家市场监督管理总局关于印发电子烟市场专项检查行动方案的通知》
全面贯彻党的十九大和十九届二中、三中、四中全会精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，落实《未成年人保护法》《广告法》《电子商务法》《反不正当竞争法》等法律法规要求，通过专项检查，以更加严格的监管措施、更加严厉的治理手段，全面清理互联网电子烟售卖，全面强化对互联网平台的监管，切实保护未成年人身心健康。

国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局

2019年10月30日

《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告（2019年第1号）》
要求各类市场主体不得向未成年人销售电子烟；敦促电子烟生产、销售企业或个人及时关闭电子烟互联网销售网站或客户端，电商平台及时关闭电子烟店铺并将电子烟产品及时下架，电子烟生产、销售企业或个人撤回通过互联网发布的电子烟广告。

国家市场监管总局和国家烟草专卖局

2018年8月28日

《关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》
认为未成年人吸食电子烟存在重大健康安全风险，要求市场主体不得向未成年人销售电子烟，呼吁社会各界共同保护未成年人免受电子烟侵害。

全国烟草标准化技术委员会

2017年12月15日

国家标准计划《电子烟液烟碱、丙二醇和丙三醇的测定气相色谱法》
国家标准计划，由TC144（全国烟草标准化技术委员会）归口上报及执行，主管部门为国家烟草专卖局。主要起草单位中国烟草总公司郑州烟草研究院、广东中烟工业有限责任公司。
国家标准化管理委员会

2017年10月11日

《电子烟》强制性国家标准
国家标准制定计划于2017年10月11日下达，主管部门为国家烟草专卖局，属强制性国家标准。项目进度需经过网上公示、起草、征求意见、审查、批准、发布几个阶段，目前项目状态显示为“正在批准”阶段。

国务院

2014年1月1日

《铁路安全管理条例》
虽未明确电子烟是否属于吸烟行为，但因烟雾将触发车内烟雾报警器，引发车辆停驶等严重问题，故高铁已在行驶过程中的车厢中反复播放“不得使用电子雾化烟”的提示。数据来源：
公开资料整理

目前，我国各省市对电子烟的政策主要是明确其监管范围。2018年1月，河北张家口发

布了《张家口市控制吸烟条例(征求意见稿)》，明确将电子烟纳入禁烟监管范围；2020年6月，河南省发布《河南省爱国卫生条例》，明确城市市区公共场所、工作场所的室内区域和公共交通工具内禁止吸烟（含电子烟）。

我国各省市对电子烟的政策/措施

城市及地区

时间

政策/措施

细则

河北张家口

2018年1月

《张家口市控制吸烟条例(征求意见稿)》

明确将电子烟纳入禁烟监管范围

浙江杭州

2019年1月

《杭州市公共场所控制吸烟条例》

明确将吸食电子烟纳入吸烟行为，禁烟场所禁止使用电子烟

广东深圳

2019年1月

《深圳经济特区控制吸烟条例(修订征求意见稿)》

将电子烟纳入禁烟范围

2016年1月

《电子烟雾化液产品通用技术要求》

由深圳市市场监督管理局出台

香港

2019年2月

《2019年吸烟(公共卫生)(修订)条例法案》

建议禁止进口、销售、制造、宣传电子烟产品，违者或罚款5万港元及6个月监禁

四川成都

2019年5月

成都司法局发布新禁烟令

明确将使用电子烟纳入吸烟行为，公共场所使用电子烟将受到约束

河北秦皇岛

2019年6月

《秦皇岛市控制吸烟办法》

明确将使用电子烟纳入吸烟行为，禁止吸烟场所禁止使用电子烟

安徽

2020年7月

《安徽省电子烟市场专项检查行动实施方案》

明确了专项检查行动的主要目标、重点任务、组织领导、时间安排及工作要求，就本次电子烟市场专项检查行动进行了总体部署。

河南

2020年6月3日

《河南省爱国卫生条例》

明确城市市区公共场所、工作场所的室内区域和公共交通工具内禁止吸烟（含电子烟）。

重庆

2020年6月22日

《重庆市公共场所控制吸烟条例（草案）》

除了烟草之外，电子烟也被纳入了控制范围。

安徽合肥

2020年1月9日

《合肥市城市轨道交通条例》

此次还明确了电子烟也将不许吸

湖北武汉

-

《武汉市公共场所禁止吸烟规定》

正式规定“本市室内公共场所及工作场所（含电梯轿厢）、公共交通工具内禁止吸烟（包括电子烟）”。

宁夏银川

2020年8月7日

《银川市公共场所控制吸烟条例（修订草案）》

本条例吸烟是指吸入、呼出烟草的烟雾或有害电子烟气雾，以及持有点燃的烟草制品的行为。
数据来源：公开资料整理（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2020年中国电子烟市场现状分析报告-产业竞争现状与未来动向研究》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 2017-2020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 2017-2020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 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

- 一、进口形势分析
- 二、出口形势分析
- 三、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（2015-2019年）

- 一、细分市场一

二、细分市场二

三、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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 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1

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、主营业务

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分析
- 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

第四节 电子烟行业竞争力提升策略

- 一、电子烟行业产品差异性策略
- 二、电子烟行业个性化服务策略
- 三、电子烟行业的促销宣传策略

- 四、电子烟行业信息智能化策略
- 五、电子烟行业品牌化建设策略
- 六、电子烟行业专业化治理策略

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/514829514829.html>