

2020年中国电子烟行业分析报告- 行业现状与发展趋势分析

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年中国电子烟行业分析报告-行业现状与发展趋势分析》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/446472446472.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

8月20日，为期三天的2020年IECIE电子烟展总算在深圳开幕。这是2020年来国内电子烟行业的第一场大型线下展会，尽管延迟了4个月，并且规模相比去年少了两个展馆，国内电子烟头部品牌RELX悦刻退出了展会，但这都似乎没有影响到展会的热闹。

但事实上，受监管不断趋严，自2019年下半年以来，我国电子烟市场开始急速冷却。例如，2019年11月，国家烟草专卖局、国家市场监管总局下发通知，敦促关闭电子烟网售渠道；2020年7月起的电子烟市场专项检查，深圳等各个城市正一步步将电子烟纳入控烟范畴。同时，进入2020年，受疫情影响，因为线下门店无法复工，终端的销量下降了80%。由此在渠道缩紧、用户场景受控，叠加疫情影响，电子烟行业将何去何从？

近年来以来我国电子烟相关政策

时间

政策文件

具体内容

2015年12月

电子烟雾化液产品通用技术要求

全球首个经官方认可和颁发的电子烟雾化液技术标准。

2017年11月

电子烟雾化类器具产品通用规范

要求生产企业从生产源头开始，对原材料、生产工艺、安全性、可靠性、质量检验、仓储运输及售后服务等方面进行规范，使产品满足使用上的安全要求及质量要求

2018年8月

关于禁止像未成年出售电子烟通告

禁止生产和销售对未成年人具有吸引力的烟草制品形状的糖果、点心、玩具或任何其他实物”

2019年11月

关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告

敦促电子烟生产商及销售者应关闭其线上销售网站或应用程序，以及撤回电子烟在线广告。

敦促电子商务平台运营商关闭电子烟线上店铺并下架电子烟产品。

2020年7月

电子烟市场专项检查

专项检查行动自2020年7月10日始，至2020年9月10日止，为期两个月，具体分为动员部署、组织实施阶段与全面总结三个阶段。全面强化对互联网平台的监管，达到切实保护未成年人身心健康的目标。资料来源：公开资料整理

根据数据显示，大部分电子烟企业融资发生在2018年下半年和2019年上半年，资方包

括IDG资本、源码资本、真格基金、经纬中国、梅花天使创投、同创伟业、普思投资等知名机构。而今年资本态度已然冷静了不少。因此相关人士分析认为，机构不出手是因为知道接下来电子烟肯定要打价格战，看看究竟谁能撑下来。

率先打响价格战的是新晋品牌YOOZ，在2020年4月，YOOZ正式对外发售最新的换弹电子烟烟杆新品YOOZMini，零售定价为9.9元，包含一支240mA电池容量的烟杆和一条USB充电线。而这一价格在行业内引起了轩然大波，有人惊呼“这没什么利润可言”。
目前电子烟市场主要有换弹式和一次性两类产品。通常换弹式配搭着一杆电子烟以及四枚烟弹，价格在200到300元之间；而一次性电子烟价格相对低廉，为方便初接触产品的烟民体验使用，往往在40元上下。

紧跟着灵犀LINX，在5月25日发售新品，常规套装定价只要99元，而市面上同类型产品的价格基本上在200元以上。

但也有不少企业选择“不打价格战”。例如梵高电子烟方面就明确表态不准备打价格战；铂德合伙人兼CMO方辉也表示当下电子烟企业要突围而出一定是以技术和产品为突破口，绝对不是价格。他认为不管是降价也好，涨价也好，前提是在技术实现了进步或变革，新技术出来之前，产品价格应该是上涨的，而应当在新技术出来之后，整个制造成本降低了，在下降价格。

与此同时，线上遇阻叠加疫情影响，各大电子烟品牌转战线下市场。据了解，在2019年1月，国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局联合发布《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》，规定除了各类市场主体不得向未成年人销售电子烟外，还要求电子烟生产销售企业或个人不得在线上销售电子烟，而这几乎给了电子烟行业致命一击。

目前有多个电子烟品牌通过补贴等方式争抢线下市场。例如，铂德在2019年底启动“千城万店计划”，砸下3亿元补贴，在全国1000座城市开设10000家加盟店；悦刻在今年1月表示，线下将成为2020年的发力重点，计划在未来3年累计投入6亿元，开拓1万家专卖店，并设立2000万元“零售门店帮扶基金”等。喜雾自2020年5月以来，基本保持一个月开50家店的速度，现在已经入驻了万象城、万达、万科、富力、绿地等一线商业，在国内的零售终端网点共计超过10000家，覆盖了全国200多个城市。

但现阶段各电子烟线下渠道建设还处于初级阶段，包括便利店及小商户、超市、专卖店等销售渠道合计也只站有19.4%。从目前市面上的电子烟企业线下渠道拓展来看，主要是以开设专卖店为核心，它的优点是能够提高品牌曝光度、树立品牌形象，但同时弊端也显而易见，例如铺设成本较高，会进一步增加电子烟企业的实际运营成本等。

此外还必须面对的合规之路。有相关人士认为，现阶段最重要的还是各品牌需要严格遵守不向未成年人推销和售卖产品的一个共识，比如不在线上做任何销售、线下门店购买严格查验身份证，从根源上断绝青少年获得产品的可能性；其次是在产品研发和宣传方面从成熟烟民的喜好出发，不做未成年人生活场景的营销内容。

有资料显示，在2020年7月国家烟草专卖局召开电子烟市场专项检查行动部署电视电话

会议，对行动开展进行部署，对相关工作提出要求。此次电子烟市场专项检查行动于7月10日开始，为期两个月，力争彻底整治电子烟市场乱象，努力实现电子烟监管预期目标。

而无论是国内国外，电子烟对青少年的影响是监管趋严的关键原因，但欧洲整体对电子烟监管重在控制和引导，相对美国更为宽容。拿欧洲TPD监管和美国FDA监管对比来看，例如，TPD并不要求新产品上市前必须获得批准，只要求向有关部门通报，也没有强制规定购买电子烟的最低年龄。

因此由于不同市场的监管力度不一，一些企业已瞄准了对电子烟监管相对较松的市场。例如喜雾由于英国官方对电子烟的政策非常友好，率先进入了英国，在英国有300个零售网点，7月份还入驻了36家英国大型商场。

但总体来看，未来电子烟行业肯定会越来越规范，最终留下的也都会是有实力留下的品牌。

目前电子烟分为三大流派

资料来源：公开资料整理

综上所述，在经历了“禁止线上销售”、线下市场停摆（疫情）等遭遇后，越来越多的电子烟品牌希望能重新打开市场。据了解，此次展会上，不少品牌借机推出了新品，有的打出了超声波概念，推出了超声波电子烟；有的推出了小烟产品，主打高端精致的外观；有的则在新品上揉进了“黑科技”。对此有相关人士表示，在刚刚结束的深圳电子烟展会，可以看到许多品牌都已经陆续复苏，开始各自施行2020年的计划，对今年接下来的电子烟行业发展势头还是比较乐观的。（WW）

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。《2021年中国电子烟行业分析报告-行业现状与发展趋势分析》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

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

第六节 中国电子烟行业供需平衡分析

第七节 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 2017-2020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 2017-2020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

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/446472446472.html>