

# 2018-2023年中国电子烟市场深度调查与发展机遇 分析报告

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《2018-2023年中国电子烟市场深度调查与发展机遇分析报告》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/dianzishabei/296666296666.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

目前，电子烟市场上，以Ego为代表的中烟以其危害小、口味丰富、性价比高等优点迎合了市场上大批消费者的替烟需求。

### (1) 电子烟较传统烟草危害更小

烟草烟雾中含有7000余种化学成分，其中数百种为有害物质，至少69种为致癌物。对人体产生伤害最大的为焦油、一氧化碳、放射性物质等有害物。长期抽烟将导致患恶性肿瘤、呼吸系统疾病、心脑血管疾病、生殖和发育异常、糖尿病等相关病症的几率上升。

由于电子烟烟油中剔除了卷烟中主要的有害物质焦油、一氧化碳、反射性物质等，因而避免了抽卷烟而对身体造成的危害。

卷烟与电子烟油成分及介绍 资料来源：中国报告网整理

2017初，Ernst&Young发布的《ElectronicNicotineDeliverySystems(ENDS):anupdateonarapidlyevolvingvapourmarket》调查结果显示，驱动消费者使用电子烟五大原因中，排名第一的即是消费者认为电子相对于传统卷烟更健康。

消费者使用电子烟五大原因 资料来源：中国报告网整理

2017年2月，一项由英国癌症研究会资助、伦敦大学学院研究人员领衔开展的研究表明：曾经抽传统香烟的人，在换成使用电子烟半年及以上后，烟草中某些严重致癌物质的体内含量水平相当低，以NNAL（某种致肺癌物）为例，烟民的体内含量较平均水平低97.5%。

另外，包括丙烯腈、丁二烯、丙烯醛等的大量致癌物，在使用电子烟的烟民的体内含量非常少。

烟草与电子烟挥发物毒性比较 资料来源：中国报告网整理

### (2) 口感接近、口味更加丰富

烟草与烟油存在诸多不同，导致抽卷烟与抽电子烟的口感体验不同：

烟草与烟油的差异 资料来源：中国报告网整理

现今电子烟技术不断发展，已经可以做到以假乱真的地步。烟草以及一般卷烟的口感

都有以下几个特点：辛辣、刺喉、苦涩、烟草香等，烟油同样可以具备。此外，电子烟样式、烟油口味丰富且具个性化，是很多消费者选择的理由。

Ernst&Young在2017初发布的《ElectronicNicotineDeliverySystems(ENDS):anupdateonarapidlyevolvingvapourmarket》中表示：在全球主要的电子烟市场，烟草味、花草味、水果味、甜味（如焦糖）、饮料味。

多口味电子烟油 资料来源：中国报告网整理

最受欢迎电子烟油口味 数据来源：中国统计数据库

影响电子烟口感的因素主要有以下几个：烟油原料、雾化仓的大小、气流、电压和电量。挑选可调节电压电量及可调气流的电子烟搭配合适的烟油，电子烟的口感能与卷烟相差无几。

影响电子烟口感的因素 资料来源：中国报告网整理

### （3）电子烟性价比高可替代卷烟成为一种新型抽烟方式

在价格方面，全球范围内仅有几个国家的卷烟价格低于中国，欧美发达国家对烟草征收重税，其烟草价格远高于电子烟，例如在挪威一包普通万宝路香烟价格高达93元人民币，是电子烟价格的3倍以上。据英格兰公共卫生组织统计，烟民每年平均花费2569美元，一次性电子烟每年平均花费1387美元，可注油电子烟平均花费600美元，从经济角度出发，电子烟性价比高。

这些优势使其对香烟有替代作用，甚至能够创造新的需求，这是其迅速扩张的关键。

电子烟比传统烟草性价比更高 资料来源：互联网

以国内两大电商平台淘宝、京东在售不同款产品价格计算相关均价，各平台均取销量排行前十产品，总共20款同类产品。由于雾化器中其他零部件（如雾化丝、棉花等）产品较少，故以销量最高商品的价格代替均价。在2017年6月9号的价格均值如下表。

国内电子烟各组件及套装市场均价 资料来源：中国报告网整理

从电子烟统计均价可以看出，不同品类电子烟价格差异大。套装一般属于入门级产品，消费者对价格敏感，总体上电子烟套装比DIY配件价格低。电子烟产品更新换代快，一款产品的设计生产周期普遍只有3-5个月，销售周期大约为半年左右。

入门级消费者月均费用估计：据《电子烟之家》论坛统计，一般一天消耗的烟油为2-4

毫升，即一瓶30ML的烟油大概能用10天左右，考虑烟油每瓶均价49.73，则每月需花费约150元。雾化芯一月换4颗，则需74.24元。新手入门套装均价163.91，产品生命周期保守估计为2个月，假设预计净残值为0，则估计得每月费用约为306.20元。

资深玩家消费者月均费用：使用电子烟组件DIY组装的一般为资深玩家。假设DIY部件组合为：“烟嘴+储油雾化器+其他零部件+机械烟杆或电子主机盒子+烟油（瓶）”。

烟嘴、雾化器、电子烟杆按2月的生命周期估计，每月需花费464.88元。烟油、雾化芯同入门级分别约150元、74.24元。估算得每月资深玩家需要月均费用689.12元。

假设消费者每天需要一包烟，每包以15元为例，则每月需花费450元。入门级套装性价比相对香烟高，作为香烟的替代品有优势。

电子烟与卷烟月消费额估计（元）数据来源：中国统计数据库

中国报告网发布的《2018-2023年中国电子烟市场深度调查与发展机遇分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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】

## 第一章2014-2017年中国电子烟行业发展概述

### 第一节电子烟行业发展情况

#### 一、电子烟定义

#### 二、电子烟行业发展历程

### 第二节电子烟产业链分析

#### 一、产业链模型介绍

#### 二、电子烟产业链模型分析

### 第三节中国电子烟行业经济指标分析

- 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、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断

## 第二章2014-2017年中国电子烟行业市场发展环境分析（PEST分析法）

### 第一节中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况

### 第二节中国电子烟行业政策环境分析

- 一、近年来国家以及政府颁布的相关政策法规
- 二、相关政策法规对市场的影响程度
- 三、电子烟市场国家宏观发展规划调控方向

### 第三节中国电子烟行业社会环境分析

- 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、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

### 第四节中国电子烟行业技术环境分析

## 第三章电子烟产品生产工艺及技术趋势研究

### 第一节质量指标情况

### 第二节国外主要生产工艺

### 第三节国内主要生产方法

### 第四节国内外技术对比分析

## 第五节国内外最新技术进展及趋势研究

### 第四章2014-2017年全球电子烟产品市场供需分析

#### 第一节全球电子烟产品市场现状分析

- 一、全球电子烟产品市场供需分析
- 二、全球电子烟产品价格走势分析
- 三、全球电子烟产品市场运行特征分析

#### 第二节全球电子烟产品主要国家及地区发展情况分析

- 一、美国
- 二、亚洲
- 三、欧洲

#### 第三节全球电子烟产品外商在华投资动态

### 第五章2014-2017年国内电子烟产品市场运行结构分析

#### 第一节国内电子烟产品市场规模分析

- 一、总量规模
- 二、增长速度
- 三、市场季节变动分析

#### 第二节国内外电子烟产品市场供给平衡性分析

### 第六章2014-2017年中国电子烟行业市场现状运营分析

#### 第一节电子烟市场现状及预测

- 一、2014-2017年中国电子烟市场规模分析
- 二、2018-2023年中国电子烟市场规模预测

#### 第二节电子烟产品产能分析及预测

- 一、2014-2017年中国电子烟产能分析
- 二、2018-2023年中国电子烟产能预测

#### 第三节电子烟产品产量分析及预测

- 一、2014-2017年中国电子烟产量分析
- 二、2018-2023年中国电子烟产量预测

#### 第四节电子烟市场需求分析及预测

- 一、2014-2017年中国电子烟市场需求分析
- 二、2018-2023年中国电子烟行业现状分析

#### 第五节电子烟价格趋势分析

- 一、2014-2017年中国电子烟市场价格分析

## 二、2018-2023年中国电子烟市场价格预测

### 第六节电子烟行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析

### 第七节2014-2017年电子烟行业市场供给分析

- 一、电子烟生产规模现状
- 二、电子烟产能规模分布
- 三、电子烟市场价格走势
- 四、电子烟重点厂商分布
- 五、电子烟产供状况分析

## 第七章2014-2017年电子烟行业采购状况分析

### 第一节2014-2017年电子烟成本分析

- 一、原材料成本走势分析
- 二、劳动力供需及价格分析
- 三、其他方面成本走势分析

### 第二节上游原材料价格与供给分析

- 一、主要原材料情况
- 二、主要原材料价格与供给分析
- 三、2018-2023年主要原材料市场变化趋势预测

### 第三节电子烟产业链的分析

- 一、行业集中度
- 二、主要环节的增值空间
- 三、行业进入壁垒和驱动因素
- 四、上下游产业影响及趋势分析

## 第八章2014-2017年国内电子烟产品进出口贸易分析

### 第一节2014-2017年国内电子烟产品进口情况分析

### 第二节2014-2017年国内电子烟产品出口情况分析

### 第三节2014-2017年国内进出口相关政策及税率研究

### 第四节代表性国家和地区进出口市场分析

### 第五节2018-2023年电子烟产品进出口预测分析

## 第九章2014-2017年中国电子烟市场竞争格局分析

## 第一节行业竞争结构分析

- 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

## 第三节行业国际竞争力比较

- 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

## 第四节电子烟竞争力优势分析

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议-

## 第五节电子烟行业竞争格局分析

- 一、电子烟行业竞争分析
- 二、国内外电子烟竞争分析
- 三、中国电子烟市场竞争分析
- 四、中国电子烟市场集中度分析
- 五、中国电子烟竞争对手市场份额
- 六、中国电子烟主要品牌企业梯队分布

## 第十章行业盈利能力分析

- 一、2014-2017年行业销售毛利率
- 二、2014-2017年行业销售利润率
- 三、2014-2017年行业总资产利润率
- 四、2014-2017年行业净资产利润率
- 五、2014-2017年行业产值利税率
- 六、2018-2023年行业盈利能力预测

## 第十一章行业成长性分析

- 一、2014-2017年行业销售收入增长分析
- 二、2014-2017年行业总资产增长分析
- 三、2014-2017年行业固定资产增长分析
- 四、2014-2017年行业净资产增长分析
- 五、2014-2017年行业利润增长分析
- 六、2018-2023年行业增长预测

## 第十二章中国电子烟产业市场营销策略竞争深度研究

### 第一节 中国电子烟行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国电子烟行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

### 第三节 中国电子烟行业财务指标分析

- 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

## 第十三章2014-2017年中国电子烟行业营销策略和销售渠道考察

### 第一节中国电子烟行业目前主要营销渠道分析

### 第二节中国电子烟行业重点企业营销策略

### 第三节中国电子烟行业产品营销策略建议

### 第四节中国电子烟行业营销渠道变革专家研究

- 一、电子烟行业营销渠道新理念
  - 二、电子烟行业渠道管理新发展
  - 三、当前中国中小企业的外部营销环境
  - 四、中小企业营销渠道存在的问题和不足
- 第五节中国电子烟行业营销渠道发展趋势点评

- 一、营销渠道结构扁平化
- 二、营销渠道终端个性化
- 三、营销渠道关系互动化
- 四、营销渠道商品多样化

## 第十四章2014-2017年电子烟国内拟在建项目分析及竞争对手动向

### 第一节国内主要竞争对手动向

### 第二节国内拟在建项目分析

## 第十五章2014-2017年中国电子烟重点企业竞争力分析

### 第一节深圳市奥海康科技有限公司

#### (1)企业概况

#### (2)主营产品

#### (3)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

#### (4)公司优劣势分析

### 第二节北京如烟科技发展有限公司

#### (1)企业概况

#### (2)主营产品

#### (3)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

#### (4)公司优劣势分析

### 第三节深圳市思乐达科技有限公司

#### (1)企业概况

#### (2)主营产品

#### (3)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

#### (4)公司优劣势分析

### 第四节香港依思瑞实业有限公司

#### (1)企业概况

#### (2)主营产品

#### (3)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

#### (4)公司优劣势分析

### 第五节宁波康盛电子科技有限公司

#### (1)企业概况

#### (2)主营产品

#### (3)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

#### (4)公司优劣势分析

### 第六节深圳市凯威电子有限公司

#### (1)企业概况

#### (2)主营产品

#### (3)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

(4)公司优劣势分析

第七节其他重点优势企业分析

第十六章2014-2017年电子烟地区销售情况及竞争力深度研究

第一节中国电子烟各地区对比销售分析

第二节“东北地区”销售分析

一、2014-2017年东北地区销售规模

二、东北地区“规格”销售分析

三、2014-2017年东北地区“规格”销售规模分析

第三节“华北地区”销售分析

一、2014-2017年华北地区销售规模

二、华北地区“规格”销售分析

三、2014-2017年华北地区“规格”销售规模分析

第四节“华东地区”销售分析

一、2014-2017年华东地区销售规模

二、华东地区“规格”销售分析

三、2014-2017年华东地区“规格”销售规模分析

第五节“华南地区”销售分析

一、2014-2017年华南地区销售规模

二、华南地区“规格”销售分析

三、2014-2017年华南地区“规格”销售规模分析

第六节“西北地区”销售分析

一、2014-2017年西北地区销售规模

二、西北地区“规格”销售分析

第十七章2014-2017年电子烟下游应用行业发展分析

第一节下游应用行业发展状况

第二节下游应用行业市场集中度

第三节下游应用行业发展趋势

第十八章2018-2023年电子烟行业前景展望

## 第一节2018-2023年行业供求形势展望

- 一、上游原料供应预测及市场情况
- 二、2018-2023年电子烟下游需求行业发展展望
- 三、2018-2023年电子烟行业产能预测
- 四、进出口形势展望

## 第二节电子烟市场前景分析

- 一、电子烟市场容量分析
- 二、电子烟行业利好利空政策
- 三、电子烟行业趋势预测分析

## 第三节对电子烟未来发展预测分析

- 一、中国电子烟发展方向分析
- 二、2018-2023年中国电子烟行业发展规模
- 三、2018-2023年中国电子烟行业发展趋势预测

## 第四节2018-2023年电子烟行业供需预测

- 一、2018-2023年电子烟行业供给预测
- 二、2018-2023年电子烟行业需求预测

## 第五节影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 六、中国电子烟行业SWOT分析

## 第六节行业市场格局与经济效益展望

- 一、市场格局展望
- 二、经济效益预测

## 第七节总体行业“十三五”整体规划及预测

- 一、2018-2023年电子烟行业国际展望
- 二、2018-2023年国内电子烟行业发展展望

## 第十九章2018-2023年电子烟行业投资机会与风险分析

### 第一节投资环境的分析与对策

### 第二节投资机遇分析

### 第三节投资前景分析

- 一、政策风险

二、经营风险

三、技术风险

四、进入退出风险

第四节投资前景研究与建议

一、企业资本结构选择

二、企业战略选择

三、投资区域选择

四、专家投资建议

第二十章电子烟企业制定“十三五”发展战略研究分析

第一节电子烟行业“十三五”发展战略规划的技术开发战略规划

一、企业技术开发战略综述

二、集团企业技术开发战略决策难点

三、集团企业技术开发战略决策

第二节电子烟行业“十三五”发展战略规划的产业战略规划

第三节电子烟行业“十三五”发展战略规划的业务组合战略规划

第四节电子烟行业“十三五”发展战略规划的营销战略规划

第五节电子烟行业“十三五”发展战略规划的区域战略规划

一、区域战略规划概念

二、区域战略规划特点

三、区域战略规划分类

四、区域战略规划所需资源

五、区域战略规划一般程序

六、区域战略规划分析工具

七、区域战略规划的结果

第六节电子烟行业“十三五”发展战略规划的企业经营管理战略规划

一、企业经营策略综述

二、企业产品经营战略

三、企业渠道经营战略

四、企业并购战略分析

五、经济危机下企业经营管理战略

第七节电子烟行业“十三五”发展战略规划的企业信息化战略规划

第二十一章2018-2023年电子烟行业盈利模式与营销战略分析

第一节我国电子烟行业商业模式探讨

## 一、行业国内营销模式分析

## 二、行业主要销售渠道分析

## 三、行业促销方式分析

## 第二节市场的重点客户战略实施研究

## 第三节电子烟行业企业品牌营销战略分析

### 一、产品质量保证

### 二、生产技术提升

### 三、产品结构调整

### 四、产品销售网络

### 五、品牌宣传策略

### 六、销售服务策略

### 七、品牌保护策略

### 八、品牌发展战略分析

## 第四节我国电子烟行业发展与投资注意事项分析

### 一、产品技术应用注意事项

### 二、项目投资注意事项

### 三、产品生产开发注意事项

### 四、产品销售注意事项

## 第五节最优投资路径设计

### 一、投资对象

### 二、投资模式

### 三、预期财务状况分析

### 四、风险资本退出方式

## 第二十二章2018-2023年中国电子烟项目融资问题分析

### 第一节2018-2023年中国电子烟项目的融资演变

### 第二节2018-2023年中国电子烟项目特点、融资特点及影响因素分析

#### 一、电子烟及其项目的主要特点

#### 二、电子烟项目的融资特点

#### 三、电子烟项目的融资相关影响因素

### 第三节2018-2023年中国电子烟项目的融资对策

#### 一、从产业链的整体考虑项目的融资

#### 二、从产业链的三个环节考虑项目的融资

#### 三、采用多种形式进行项目融资

#### 四、本国筹资的重要性

五、有效吸引私人投资

六、政府的政策支持

第四节专家建议

第二十三章2018-2023年电子烟行业项目投资建议

第一节中国生产、营销企业投资运作模式分析

第二节外销与内销优势分析

第三节2018-2023年全国投资规模预测

第四节2018-2023年电子烟行业投资收益预测

第五节2018-2023年电子烟项目投资建议

第六节2018-2023年电子烟项目融资建议

图表目录

图表1电子烟的产业链结构图

图表2生命周期各发展阶段的影响

图表32013-2017年国内生产总值及其增长速度

图表42017年居民消费价格月度涨跌幅度

图表52017年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表62012-2017年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表72012-2017年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度

更多图表详见正文（ZJYWK）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzishabei/296666296666.html>