

2021年中国电子烟市场分析报告- 产业竞争格局与发展机会预测

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-产业竞争格局与发展机会预测》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/546991546991.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

电子烟主要由烟杆、雾化器、吸嘴、充电器、烟弹组成，通过使用大容量电池供电产生电流，将雾化器中的烟油雾化，模拟吸烟时产生的烟雾，将来源于烟草的尼古丁液体等变成蒸汽，让用户吸食。它甚至可以根据个人喜好，向烟管内添加巧克力、薄荷等各种味道的香料。

电子烟与传统烟的区别

对比项

传统烟

电子烟

工作原理

烟草直接燃烧

加热烟油

使用次数

一次性

可多次使用，需更换烟油

便捷性

便捷

体积大、较为不便

烟雾/烟味

重

重

释放物

/

传统烟草的8%

尼古丁含量

高

取决于烟油（烟油可分为含息较低古丁烟油和不含尼古丁烟油）

焦油含量

高

无

致癌物

高

低

口味

可选择口味多

可选择口味多

价格

价格不等，其价格中含税比重大

雾化器和电池可重复使用，总体成本较低资料来源：观研天下整理

从上游原材料层面来，可分为电池原材料供应商、雾化器原材料供应商及烟油原材料供应商。下游经过代理商和经销商输送至零售商，包括知名电子烟品牌商、大型超市、便利店以及药店等。电子烟产业链 资料来源：观研天下整理

我国电子烟行业经历了一段爆发式扩张时期，大量品牌和资本涌入，市场竞争激烈。随后，电子烟行业的在我国受监管范围逐渐明晰，线上渠道关闭，受监管力度逐渐加大。

我国电子烟行业发展历程 资料来源：观研天下整理

根据数据显示，2014-2018年，我国电子烟市场规模不断增长，且增速始终保持在20%以上。2018年我国电子烟市场规模约为49.81亿元，较上年同比增长24.12%。据预测，2020年我国电子烟市场规模约为130亿元。

2014-2020我国电子烟行业市场规模、增速及预测 数据来源：观研天下整理

一、 供应商的议价能力

供应商讨价还价能力指的是供应商提高投入价格或通过降低投入和服务的品质来增加产业成本的能力。目前，我国电子烟供应商主要是电池原材料供应商、雾化器原材料供应商及烟油原材料供应商。其中，雾化器生产企业数量较少，其议价能力较强，而其他原材料（电池、烟油）发展时间较早，生产厂家数量众多，其议价能力较弱。

根据数据显示，2019年我国电池产量为157.22亿只，较2018年同比增长12.4%；2020年前三季度，我国电池产量为125.67亿只，同比增长7.8%。

2015-2020年1-9月我国电池产量及增速 数据来源：观研天下整理

二、 购买者的议价能力

一般来说，购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务质量的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。目前，电子烟是我国一种可替代香烟的产品，现议价能力较低，但随着产品不断升级，购买者的议价能力也会不断降低。

目前全球有13亿多吸烟者，其中3亿多人在中国，占吸烟总人数的三分之一左右,我国已经成为全球烟草生产和消费量的第一大国。根据数据显示，2019年我国吸烟人数达到32004万人。

2015-2019年我国吸烟人数情况数据来源：观研天下整理

三、 新进入者的威胁

从融资情况来看，电子烟项目获得的融资数量整体呈上升趋势。2019年我国电子烟行业共获得49起融资，总金额达17.58亿元；2020年我国融资有所下滑，融资数量降至11起，融资金额也降至2.39亿元。

2015-2020年我国电子烟行业投融资数量及金额 数据来源：观研天下整理

从省份分布情况来看，我国广东省、江苏省和浙江省的相关企业数量排名TOP 3，分别为11193家、6513家和4480家。

2021年Q1我国电子烟相关企业省份分布TOP10 数据来源：观研天下整理

四、替代品的威胁

两个处于同行业或不同行业中的企业，可能会由于所生产的产品是互为替代品，从而在它们之间产生相互竞争行为，这种源自于替代品的竞争会以各种形式影响行业中现有企业的竞争战略。严格的意义上来讲，每件产品都会有相应的替代品。但由于电子烟作为可替代香烟的产品，凭借能够大幅降低有害成分的功能，以健康、时尚，个性化的形象受到烟民尤其是年轻消费者们的欢迎。电子烟暂时没有替代品。

五、同业竞争者的威胁

从目前的的情况来看，电子烟行业处于初期完全竞争局面，不仅企业数量非常多，而且价格竞争非常激烈，早期进入者实力优势比较明显，在行业的知名度和发展前期都比较好，能够获得更多的优质订单。

我国电子烟行业企业竞争格局 资料来源：观研天下整理

现阶段，我国电子烟行业主要品牌有悦刻、特唯普、SMOK、火器、MT、欧凡尔、爱优士、康诚一品等优秀品牌。（TJL）

我国电子烟行业主要品牌概述

品牌名称

企业名称

概述

悦刻

深圳市悦刻科技有限公司

品牌使命：加速全球10亿烟民向更健康、更愉悦的生活方式转变。RELX悦刻产品为换弹雾化烟，包括劲爽薄荷、经典烟草、热带水果等多种口味

特唯普

深圳市特唯普电子烟科技有限公司

一般经营项目是：软件开发;电子烟雾化器（非烟草制品、不含烟草成分）销售;信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务);信息技术咨询服务;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;电子产品销售；机械设备销售;电子元器件批发；通讯设备销售;计算机软硬件及辅助设备零售;计算机系统服务；会议及展览服务；家具零配件销售；家具销售等

SMOK

深圳市斯莫克科技有限公司
公司经营范围包括：服装、鞋帽、纺织品、皮革制品、电子烟具、工艺品、日用品、家具、厨具、化妆品、汽车配件、计算机软件及辅助设备、避孕套、五金交电、电子产品、化工产

品的销售，网络技术开发、技术咨询、电子产品的设计，经营电子商务
火器

深圳市华商生物科技有限公司

深圳市华商生物科技有限公司是一家集电子烟研发、生产与销售于一体的高新技术企业，公司成立于2015年7月27日。2016年3月份加入吉瑞科技，继续专注于便携式仿真电子烟领域的研发与国内销售。旗下主打品牌火器电子烟。

MT

欧凡尔

常州市欧凡尔电子科技有限公司

公司经营范围包括电子产品的研发；电器机械及配件的销售；香料等。“Joye 510”上市，由于质量稳定，性能良好，一上市就受到客户好评，一直是公司主打产品之一。eGo-Tank”研发成功。作为全球第一款采用烟液直接雾化专利技术的烟具，eGo-Tank已经注册申请了全球发明专利。

康诚一品

深圳市康诚一品科技有限公司

该电子烟不仅款式精美，且在电子烟行业中，性价比比较高的一款。不仅配备齐全，而且烟雾效果很大，味道也很逼真。它有着与香烟一样的外观、与香烟一样的味道，也像香烟一样能吸出烟、吸出味道跟感觉来，但它不含尼古丁，也没有焦油等有害物质!它不是真烟，它是由空气传感开关、智能控制电路、智能芯片、锂电池等微电子高科技器件构成。它能够替代香烟，和辅助戒烟。

巴洛克

巴洛克PLY ROCK

巴洛克PLY ROCK 一个在美国非常热销的电子烟知名品牌，由PLY Technology LLC于2015年创立于美国洛杉矶，拥有全美电子烟行业顶尖的研发技术及品牌运营团队，2017年在中国开了第一家巴洛克电子烟实体店，与此同年，巴洛克PLY ROCK电子烟荣登“世界第一屏”——纳斯达克大屏幕。在纽约时代广场这个全球人流量最高的商圈，为vape闪耀，是至今电子烟行业内获此殊荣的唯一品牌

易星

郑州市瑞光恒业科技有限公司

“瑞光恒业”自主研发“易星”系列产品，结合现代微电子技术、制剂技术与健康生活理念，实现“健康控烟”领域创新突破，在全国范围内开创“健康控烟产品”先河，实现“健康控烟”高科技产品，产品理念与专利均代表着专业领域的最高水平，其产品社会推广过程，被各国专家喻为“健康控烟的革命”。“瑞光恒业”凭借优势产品及技术，正在全国范围内创建遍布全球的营

销渠道及科学物流运营体系，更好地为公众营造科学健康的替烟生活方式资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国电子烟市场分析报告-产业竞争格局与发展机会预测》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/546991546991.html>