

中国电子烟行业发展深度研究与投资趋势调研报告（2022-2029年）

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《中国电子烟行业发展深度研究与投资趋势调研报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/569208.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

电子烟行业渗透率提升

目前电子烟行业监管细则已经落地，行业发展进入关键时期，在头部企业拥抱监管的同时，行业增长潜力将在两年内爆发。常规来看，以流量为核心的产业里，用户渗透率在1%到2%之间时，是行业估值放大倍数最大的时期。不过电子烟在网销渠道禁售以后，流量模式有所弱化，其估值高峰会监管落地不久之后到来。

资料来源：观研天下数据中心整理

电子烟消费特点更接近消费电子产品

电子烟行业的兴起，与电子化时代背景下用户需求的变迁息息相关。更加健康、更少打扰他人的嗜好品，在全社会精神文明建设的推动下，逐渐成为更好生活以及更好个人素养的标志。而电子烟就是在这种用户认知变迁重应运而生的消费电子产品，新技术的推动也使电子烟一跃成为社会热门产业。

电子烟在中国不是传统烟草的电子化替代物，而是一种具有嗜好品属性的科技产品，更偏向于消费电子产品。这种产品的特殊性，决定了监管落地后下一阶段电子烟企业的竞争要点。

资料来源：观研天下数据中心整理

资料来源：观研天下数据中心整理

电子烟行业发展重在创新

从数据来看，电子烟产品的创新与传统香烟的近似度是最终用户做出替换决策的核心考量要素，所以在这个层面，核心成分、续航能力和抽吸体验所需要的基础基础科学层的突破就至关重要。

核心成分领域:关键点是合成尼古丁和烟草提取尼古丁技术，此技术还会影响国内政策落地以及后续产品的烟油供货货源等问题；

续航能力领域:主要是新型电池（石墨烯）的研发，而显然这种电池的研制主要针对的并非电子烟产业；

抽吸体验领域:核心技术是新材料，前沿海外已经出现了金属陶瓷等。

虽然和国际还有一定的距离，但是中国电子烟行业经过这么多年的发展，也早已经过了野蛮生长跑马圈地的阶段。当下的行业竞争体现的是整条产业链和生产链的竞争，考核的是一个公司的综合实力。在中国当前电子烟市场环境下，拥有研发生产能力的品牌商，一方面可以在未来争取更多的市场空间，另一方面其自身对吸纳新技术积极性非常高，能够确保科研成果落地转化。而具备一定终端和渠道商数量的品牌商，则对市场有更多更稳定的把控能力，将会主导行业产品类型的升级迭代。

资料来源：公开资料整理（YM）

观研报告网发布的《中国电子烟行业发展深度研究与投资趋势调研报告（2022-2029年）》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2018-2022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

(1) 电池

(2) 芯片

(3) 香料

2、下游产业

(1) 烟民

(2) 电子点店铺

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2018-2022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 2022-2029年世界电子烟行业分布走势预测

第七节 2022-2029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

1、电子烟行业渗透率

2、行业发展特征

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（2016-2020年）

1、蒸汽式电子烟

2、加热不燃烧电子烟

第六节 中国电子烟行业供需平衡分析

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2018-2022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迅速提升

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2018-2022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者标签化特征

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

1、生产成本

2、流通成本

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

第八章2018-2022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

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区电子烟市场规模分析

四、华北地区电子烟市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区电子烟市场规模分析

四、东北地区电子烟市场规模预测

第七节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区电子烟市场规模分析

四、西北地区电子烟市场规模预测

第八节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区电子烟市场规模分析
- 四、西南地区电子烟市场规模预测

第九章2018-2022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 思摩尔国际

- 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、公司竞争力分析

第二节 悦刻

- 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、公司竞争力分析

第三节 ALD

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、公司竞争力分析

第四节 MOTI电子烟

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、公司竞争力分析

第五节 亿纬锂能

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、公司竞争力分析

第六节 劲嘉股份

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、公司竞争力分析

第七节 华宝股份

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、公司竞争力分析

第八节 集友股份

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、公司竞争力分析

第九节 东风股份

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、公司竞争力分析

第十节 风华高科

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、公司竞争力分析

第十一章 2022-2029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前景预测

第二节 中国电子烟行业未来发展趋势预测

一、行业集中度提升

二、渠道合规化

三、产品极致化

四、会员化管理

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增速预测

二、中国电子烟行业产值规模及增速预测

三、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

第十二章 2022-2029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 2022-2029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 2022-2029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

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/569208.html>