

2020年中国新型烟草行业分析报告- 产业规模现状与发展规划趋势

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年中国新型烟草行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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/379938379938.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

新型烟草制品主要是指区别于采用传统燃吸方式的卷烟的烟草制品。根据其使用形式可分为无烟气、有烟气两大类。其中无烟气产品主要包括口含烟、嚼烟、鼻烟以及含化型烟草制品；有烟气产品以电子烟（蒸汽烟）和加热不燃烧烟草制品（Heat-not-burn, HNB）为代表。目前，市场上的主流新型烟草是有烟气产品。

新型烟草制品分类

资料来源：公开资料整理

新型烟草制品具有无需燃烧、基本无焦油及提供尼古丁等特征，因为其对身体的伤害要低于传统烟草，因此也常常被称为减害产品（Reduced Risk Products, RRP）。当然新型烟草也具备一定的缺点：口味难以完全模拟传统卷烟、相关监管政策有待完善等，随着研发技术的提高与各国监管政策的制定与落实，新型烟草的全球市场规模将有待进一步提升。

新型烟草制品特征与缺点

优点

缺点

避免焦油、更加健康

食品安全质量缺乏监控

时尚潮流

漏油等问题影响体验

口味更加多样

与真烟口感有所差距

尼古丁含量可选可控

资料来源：公开资料整理

类别一：蒸汽式电子烟

蒸汽电子烟，是一种模仿香烟的电子产品，电流通过发热丝加热烟液发生汽化，产生蒸汽。电子烟主要由储液区（储蓄烟液部分）、雾化区（蒸发溶液部分）和控制区（电池及电路）组成。工作原理：通过电池供电驱动雾化器，将烟弹中的烟油加热，雾化成蒸汽，由使用者吸入，从而达到类似吸食传统烟草制品的效果。

蒸汽电子烟结构示意图

资料来源：百度百科

烟油成分为丙二醇（Propylene Glycol, PG）、丙三醇（Vegetable Glycerin, VG）、香料（天然提纯或人工提取）、尼古丁、添加剂。其中主要成分及作用为：丙二醇（Propylene Glycol, PG）、丙三醇（Vegetable Glycerin, VG）、香料、尼古丁。

2012年，美国最高法院判定食品药品监督管理局（FDA）禁止进口销售电子烟败诉，认定电子烟属于烟草类产品而非医药产品，促使电子烟在美国快速发展。2014年，美国电子烟市场容量达25亿美元。2017年，全球电子烟销量首次突破100亿美元大关。

类别二：加热不燃烧

加热不燃烧烟草制品（Heat Not Burn tobacco, HNB），也称为新型卷烟或者低温卷烟，通过特殊的加热源对烟弹中的烟丝进行加热，使其中的尼古丁及香味物质通过挥发产生烟气来满足吸烟者需求。加热不燃烧（HNB）一般包含三个部分：烟弹（含有烟草）、烟具（加热棒）和充电器。工作原理：利用外部热源加热烟草而不是点燃烟草以产生烟草风味气体。

加热不燃烧烟草制品的主要构成

资料来源：上海新型烟草制品研究院

研究结果显示，烟叶中尼古丁和多数香味成分在300-600℃即可从烟草中释放出来，并转移到烟气中，传统卷烟过高的温度导致烟草香味成分热解转化为有害成分。区别于传统香烟，HNB只加热不燃烧烟草，可大幅降低卷烟温度，不仅能有效降低烟气中的有害成分，还能缓解多种香味造成的伤害。区别于蒸汽电子烟，加热不燃烧烟草使用的烟弹口味与使用感更接近传统烟草，HNB同时能减少有害物质的吸入，因此消费者更易接受和转换。

三类烟草制品对比表

对比项目

主要成分

工作原理

口感

烟雾/烟味

尼古丁含量

焦油含量

致癌物

传统卷烟

烟草

明火燃烧烟草

最佳

重

高

高

高

蒸汽式电子烟

雾化器、电池盒、烟油

将烟油加热雾化

与真烟有所差异

重

低

无

低

加热不燃烧

加热棒、充电盒、专用烟弹

加热不燃烧特制烟草

近似真烟

低

低

低

低

资料来源：公开资料整理

驱动因素：全球控烟趋严，健康+潮流要素共驱

烟草危害是全球公认的严重卫生问题之一，烟草控制理念和行动在全球范围内推广和落实，传统卷烟市场举步维艰。世界卫生大会于2003年5月21日通过《世界卫生组织烟草控制框架条约》。根据《2018 年世界控烟履约进展报告》统计，目前《公约》共含181个缔约方，覆盖了全球90% 以上的人口，其中，对烟草征税的国家占比高达96%。与此同时，全球烟草控制行动持续推进。2019年世界无烟日以“烟草与肺部健康”为主题，倡导全世界优先考虑烟草控制，实现控烟目标；此外，各国从包装，风味以及税收等方面着手，对卷烟实施更严格的限制。至此，全球传统卷烟市场陷入僵局。依据《2018年世界烟草发展报告》，2018年全球卷烟销量约6100万箱（不含中国），同比下降约1.7%，近5年来，全球卷烟销量基本以1%-2%的速度逐年递减。

健康和潮流驱动新型烟草制品快速发展。2018年新型烟草制品销售额共计247 亿美元，同比增长45.8%，其规模相当于排名第9位的卷烟市场。其中，销售额最大的品类是电子烟，2018年销售额约145.2亿美元，同比增长27%，增速持续放缓；以 IQOS为代表的加热烟草制品销售额排在第二位，约102亿美元，同比增长约100%。据《2018年世界烟草发展报告》预计，2018年新型烟草制品的消费者超过4000万人，至2022年有望增长到6400万人，可能替代卷烟约460万箱。驱动新型烟草快速增长的因素为：

1) 新型烟草抓住减害机遇。以IQOS为例，传统卷烟需点燃吸食，燃烧时温度可达600℃，会释放大量致病毒素，而IQOS等加热烟草产品仅将特制烟草加热至350℃，能有效避免燃烧释放的有害物质，同时满足消费者吸烟需求。根据菲莫国际官网，PMI研发的减害产

品比传统香烟释放的有害物质低于90%以上，其细胞毒性、致癌物质及诱变物质均不到传统香烟的十分之一。

2) 新型烟草制品更具时尚感。电子烟、加热不燃烧制品拥有富于科技感的外观，尤其是烟油电子烟，其在成熟的欧美市场早已不再定位为替烟或戒烟产品，而是在年轻人中形成了一种玩味道、玩烟圈、玩花样的Vape文化，吸引了喜欢街头文化的年轻群体。加热不燃烧制品是传统香烟的更好替代品。

产业链：新品类带来新机遇，电子烟产业链创造新价值

电子烟产业链包含上游原材料企业、中游电子烟设计制造企业以及下游的销售企业。以蒸汽电子烟为例来具体说明：

1) 上游原材料：蒸汽电子烟的原材料包括电池、雾化器以及烟油。拆分来看，电池由芯片、五金、控制电路等构成，市场上传统品牌企业为Sony、LG、三星、松下等，国内主流品牌有亚威特科技有限公司、深圳费思特科技等；雾化器由五金、玻璃、塑料等原材料构成，雾化器分为成品雾化器以及RBA雾化器两大类，根据消费者不同的需求，推出层出不穷的创新结构；烟油主要成分为丙二醇（PG）、丙三醇（VG）、香料以及尼古丁，目前，烟油行业发展出相对独立、完整的产业链，口味的研发具有较高的技术壁垒，国外知名品牌有V2、Halo等，国内行业排名居前的为：德康生物科技公司、恒信科技、梵活生物科学等。

2) 中游设计制造：主要包括专业电子烟制造企业和国际烟草巨头制造研发部门。专业电子烟制造企业包含：ECIG、Vapor Hub、Vapor Crop、Mainstream Cannabis 等；知名品牌商为国际烟草四大巨头：菲莫国际、帝国烟草、英美烟草以及日本烟草；国内电子烟主流品牌为：卓尔悦、艾维普思、麦克维尔、康尔、易佳特等。我国是全球最大的电子烟生产制造基地，但我国非电子烟消费大国，国内生产的电子烟产品以“采购+生产”的OEM/ODM模式大部分销往国外。

3) 下游销售企业：流通渠道经由代理商、贸易公司以及经销商，交由零售商，最终由消费者购买。零售商可分为线上、线下两大类，线上渠道主要指电子烟企业自有平台、各大电商平台、Vape文化论坛等，比如四十大道、狼烟天下等跨境电商品牌代理商以及E-cigarette-forum (ECF)、VapersForum等论坛；线下渠道以体验店、线下俱乐部、电子烟门店、烟草产品店为主。

市场规模：全球电子烟规模已达百亿美元，国内市场潜力巨大

(1) 全球市场规模

2014-2018年，全球新型烟草市场规模从73.1亿美元增长至247.2亿美元，CAGR 达36%；蒸汽电子烟市场规模由72.9亿美元增至145.2亿美元，CAGR达19%；加热不燃烧烟草制品，实现了从无到突破百亿美元的市场规模，2018年同比增长104%。

全球新型烟草市场规模

数据来源：烟草专卖局

2018年新型烟草制品销售额为247亿美元，同比增长45.8%，规模相当于排名第9位的卷烟市场，接近烟丝、雪茄的年销售额；预计至2020年，新型烟草制品会成为销售额仅次于卷烟的品类，其中，电子烟仍是销售额最大的品类。据国家烟草专卖局经济研究所《2018年世界烟草发展报告》预计，2018年新型烟草制品的消费者超过4000万人，至2022年有望增长到6400万人，可能替代卷烟约460万箱。

分类型来看，2018年蒸汽式电子烟的销售额约145.2亿美元，同比增长27%，增速持续放缓；其次是以IQOS为代表的加热烟草制品，2018年销售额约102亿美元，同比增长约1倍，对销售额增幅的贡献最大。

全球电子烟市场规模

数据来源：烟草专卖局

全球HNB市场规模

数据来源：烟草专卖局

分地区看，美国是电子烟销售额最高的市场，2018年销售额为56亿美元，同比增长20.5%，其次是英国市场，销售额为24.3亿美元，同比增长36.6%，意大利、德国、法国等均是电子烟消费大国。日本仍是加热烟草制品最大的市场，2018年销售额约55.4亿美元，同比增长8.5%，增速逐步减缓；第二是韩国，2018年销售额约21.2亿美元，增速最快；第三是意大利，2018年销售额约2.2亿美元，近期增速明显加快，此外，俄罗斯市场增速超出预期，罗马尼亚、希腊、南非等地也是主要消费市场。

（2）国内市场规模

蒸汽式电子烟：经测算，我国当前蒸汽式电子烟渗透率0.6%，对应烟具市场规模8.4亿元，烟弹市场规模为128.1亿元。我们假设不同的渗透率情形，以吸烟人口为基数，若渗透率分别为2%、5%和10%时，烟弹年市场规模测算分别为256亿元、641亿元和1281亿元；烟具年市场规模测算分别为17亿元、42亿元和84亿元。

HNB电子烟：目前国内HNB烟弹尚未销售，烟具销售也主要针对海外产品配套（且销量有限）。若未来政策放开，我们对不同渗透率情形下的潜在市场空间做了测算，以吸烟人口为基数，若渗透率分别为1%、2%、5%和10%时，烟弹年市场规模测算分别为160亿元、319亿元、798亿元和1597亿元；烟具年市场规模测算分别为16亿元、32亿元、79亿元和158亿元。

测算方法：

1) 替烟率：随着人们对健康问题重视程度增加，更多的烟民会放弃传统卷烟，而选择新型烟草。根据中国日报调查结果显示，目前，15-24岁人群电子烟使用率为1.5%。相比美国电子烟渗透率的13%，我国电子烟渗透率为0.6%。下面我们将在1%、2%、5%和10%渗透率的假设前提下进行蒸汽式电子烟和HNB市场规模测算。

2) 中国烟民吸烟率及烟民总数：根据中国日报的调查显示，2018年我国15岁及以上人群吸烟率为26.6%。《“健康中国2030”规划纲要》确立在2030年15岁以上人群吸烟率下降至20%的控烟目标。另外，根据《2018年中国卷烟互联网消费者白皮书》的调研数据，2018年中国吸烟人数有3.5亿。吸烟者每天平均吸烟15.2根，约合1.5包香烟。

3) 蒸汽式电子烟烟具和烟弹的年消耗费用：通常来说，正常1包香烟可以抽240口，1个电子烟烟弹可以抽750口，相当于3包香烟。当前国内市场烟弹的平均价格约为30元每颗。若一个烟民平均每天抽1包烟，那么替换成烟弹的话，一年大概消耗122颗烟弹；对于烟具，目前国内市场的平均价格为240元，更换时间假设为一。

4) HNB烟具和烟弹的年消耗费用：在中国国内，加热不燃烧电子烟主要是产自中烟公司，烟杆均价在500元左右，每包烟弹约20-30元。在此，假设烟民每天消耗0.5包烟弹，单包价格25元。市场规模=电子烟渗透率*吸烟人数*电子烟产品均单价*年消耗量。

我国蒸汽式电子烟和 HNB 市场规模测算

蒸汽式电子烟市场规模测算

蒸汽式电子烟渗透率

1%

2%

5%

10%

中国烟民人数（亿人）

3.5

3.5

3.5

3.5

中国电子烟烟民（亿人）

0.035

0.07

0.175

0.35

中国人均日烟弹消耗量（个）

0.33

0.33

0.33

0.33

中国人均年烟弹消耗量（个）

122

122

122

122

烟弹均价（元）

30

30

30

30

烟弹年市场规模（亿元）

128

256

641

1281

中国人均年烟具消耗量（个）

1

1

1

1

烟具均价（元）

240

240

240

240

烟具年市场规模（亿元）

8 HNB

17

42

84

电子烟市场规模测算

HNB式电子烟渗透率

1%

2%

5%

10%

中国烟民人数（亿人）

3.5

3.5

3.5

3.5

中国人均年烟弹消耗量（个）

182.5

182.5

182.5

182.5

烟弹均价（元）

25

25

25

25

烟弹年市场规模（亿元）

160

319

798

1597

中国人均年烟具消耗量（个）

1

1

1

1

烟具均价（元）

450

450

450

450

烟具年市场规模（亿元）

16

32

79

158

数据来源：《2018 年中国卷烟互联网消费者白皮书》（TC）

中国报告网是观研天下

集团旗下打造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年中国新型烟草行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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年中国新型烟草行业发展概述

第一节 新型烟草行业发展情况概述

- 一、新型烟草行业相关定义
- 二、新型烟草行业基本情况介绍
- 三、新型烟草行业发展特点分析

第二节 中国新型烟草行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
 - 二、新型烟草行业产业链条分析
 - 三、中国新型烟草行业产业链环节分析
- 1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国新型烟草行业生命周期分析

- 一、新型烟草行业生命周期理论概述
- 二、新型烟草行业所属的生命周期分析

第四节 新型烟草行业经济指标分析

- 一、新型烟草行业的赢利性分析
- 二、新型烟草行业的经济周期分析
- 三、新型烟草行业附加值的提升空间分析

第五节 中国新型烟草行业进入壁垒分析

- 一、新型烟草行业资金壁垒分析
- 二、新型烟草行业技术壁垒分析
- 三、新型烟草行业人才壁垒分析
- 四、新型烟草行业品牌壁垒分析
- 五、新型烟草行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球新型烟草行业市场发展现状分析

第一节 全球新型烟草行业发展历程回顾

第二节 全球新型烟草行业市场区域分布情况

第三节 亚洲新型烟草行业地区市场分析

- 一、亚洲新型烟草行业市场现状分析
- 二、亚洲新型烟草行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲新型烟草行业市场前景分析

第四节 北美新型烟草行业地区市场分析

- 一、北美新型烟草行业市场现状分析
- 二、北美新型烟草行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美新型烟草行业市场前景分析

第五节 欧盟新型烟草行业地区市场分析

- 一、欧盟新型烟草行业市场现状分析
- 二、欧盟新型烟草行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟新型烟草行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界新型烟草行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球新型烟草行业市场规模预测

第三章 中国新型烟草产业发展环境分析

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、全社会消费品新型烟草总额

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 中国新型烟草行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国新型烟草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 中国新型烟草行业运行情况

第一节 中国新型烟草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 中国新型烟草行业市场规模分析

第三节 中国新型烟草行业供应情况分析

第四节 中国新型烟草行业需求情况分析

第五节 中国新型烟草行业供需平衡分析

第六节 中国新型烟草行业发展趋势分析

第五章 中国新型烟草所属行业运行数据监测

第一节 中国新型烟草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 中国新型烟草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 中国新型烟草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年中国新型烟草市场格局分析

第一节 中国新型烟草行业竞争现状分析

一、中国新型烟草行业竞争情况分析

二、中国新型烟草行业主要品牌分析

第二节 中国新型烟草行业集中度分析

一、中国新型烟草行业市场集中度分析

二、中国新型烟草行业企业集中度分析

第三节 中国新型烟草行业存在的问题

第四节 中国新型烟草行业解决问题的策略分析

第五节 中国新型烟草行业竞争力分析

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年中国新型烟草行业需求特点与动态分析

第一节 中国新型烟草行业消费市场动态情况

第二节 中国新型烟草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 新型烟草行业成本分析

第四节 新型烟草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 中国新型烟草行业价格现状分析

第六节 中国新型烟草行业平均价格走势预测

一、中国新型烟草行业价格影响因素

二、中国新型烟草行业平均价格走势预测

三、中国新型烟草行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国新型烟草行业区域市场现状分析

第一节 中国新型烟草行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区新型烟草市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区新型烟草市场规模分析

四、华东地区新型烟草市场规模预测

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、华中地区新型烟草市场规模分析

四、华中地区新型烟草市场规模预测

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、华南地区新型烟草市场规模分析

四、华南地区新型烟草市场规模预测

第九章 2017-2020年中国新型烟草行业竞争情况

第一节 中国新型烟草行业竞争结构分析（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 中国新型烟草行业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 中国新型烟草行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 新型烟草行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国新型烟草行业发展前景分析与预测

第一节 中国新型烟草行业未来发展前景分析

一、新型烟草行业国内投资环境分析

二、中国新型烟草行业市场机会分析

三、中国新型烟草行业投资增速预测

第二节 中国新型烟草行业未来发展趋势预测

第三节 中国新型烟草行业市场发展预测

一、中国新型烟草行业市场规模预测

二、中国新型烟草行业市场规模增速预测

三、中国新型烟草行业产值规模预测

四、中国新型烟草行业产值增速预测

五、中国新型烟草行业供需情况预测

第四节 中国新型烟草行业盈利走势预测

一、中国新型烟草行业毛利润同比增速预测

二、中国新型烟草行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国新型烟草行业投资风险与营销分析

第一节 新型烟草行业投资风险分析

一、新型烟草行业政策风险分析

二、新型烟草行业技术风险分析

三、新型烟草行业竞争风险

四、新型烟草行业其他风险分析

第二节 新型烟草行业企业经营发展分析及建议

一、新型烟草行业经营模式

二、新型烟草行业销售模式

三、新型烟草行业创新方向

第三节 新型烟草行业应对策略

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年中国新型烟草行业发展战略及规划建议

第一节 中国新型烟草行业品牌战略分析

- 一、新型烟草企业品牌的重要性
 - 二、新型烟草企业实施品牌战略的意义
 - 三、新型烟草企业品牌的现状分析
 - 四、新型烟草企业的品牌战略
 - 五、新型烟草品牌战略管理的策略
- 第二节 中国新型烟草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 中国新型烟草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年中国新型烟草行业发展策略及投资建议

第一节 中国新型烟草行业产品策略分析

- 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 中国新型烟草行业定价策略分析

第三节 中国新型烟草行业营销渠道策略

- 一、新型烟草行业渠道选择策略
- 二、新型烟草行业营销策略

第四节 中国新型烟草行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国新型烟草行业重点投资区域分析
- 二、中国新型烟草行业重点投资产品分析

图表详见正文

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/379938379938.html>