

中国电子烟行业发展深度分析与投资前景研究报告（2024-2031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分析与投资前景研究报告（2024-2031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/202405/706212.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

一、电子烟简介

电子烟主要模仿传统卷烟的形式，利用烟油、加热系统、电源和过滤嘴等部分进行加热雾化，从而产生特定气味的气溶胶。按出烟原理，电子烟可分为加热不燃烧电子烟(HNB)、烟油雾化型电子烟；按重复使用性，电子烟可分为封闭式电子烟和开放式电子烟。

电子烟分类

分类依据

分类

特征

出烟原理

加热不燃烧电子烟(HNB)

加热不燃烧电子烟采用低温加热的原理，通过加热新型烟草释放烟雾，需要在烟杆中插入类似卷烟的新型烟草

烟油雾化型电子烟

烟油雾化型电子烟则是通过电加热使烟油雾化，生成烟雾

重复使用性

封闭式电子烟

一次性电子烟

烟杆和烟油一体，可以充电但不能增加、更换烟油的封闭式电子烟，烟油抽完后即丢弃不再使用

换弹型电子烟

烟弹与烟杆分离，烟杆有电池可以充电重复使用，烟弹为封闭式，使用完后，只需更换烟弹即可继续使用烟杆

资料来源：观研天下整理

二、电子烟市场可增长空间大

国外主流卫生组织对电子烟进行了持续数年的评估，现阶段普遍认为电子烟的危害性小于传统烟草。传统香烟通过800~1000摄氏度高温燃烧烟草，从而产生烟雾，释放焦油（主要致癌物）、尼古丁、醛类、胺类、酚类化合物、一氧化碳等多种有害物。而雾化电子烟和HNB分别通过雾化方式、约350℃的加热非燃烧方式避免焦油和减少有害物产生，具有减害性，逐渐受到消费者欢迎。2022年全球电子烟市场规模已达236.5亿美元，其中开放式电子烟及可加注烟液销售额为87.2亿美元，占比36.87%；封闭式电子烟销售额为149.3亿美元，占比63.13%。封闭式电子烟中换烟弹式电子烟和一次性电子烟分别占比82.9%和17.1%。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

尽管目前电子烟在烟草制品中占比较小，但随着消费者戒烟和减少传统烟草危害的需求增多以及产品创新改进，电子烟市场规模将持续扩大。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、中国电子烟出口保持高景气

随着消费者对电子烟的接受度提高，电子烟市场逐渐成熟，特别是在一些发达国家；同时，新兴市场的崛起也为电子烟行业的发展提供了广阔的空间。近年来中国电子烟出口保持高景气，2022年出口额达661亿元，较上年同比增长70.4%；2023年出口额达780亿元，较上年同比增长18%。

数据来源：观研天下数据中心整理

四、电子烟行业进入有序化规范化发展阶段

市场的快速发展下监管却相对空白，使得电子烟行业处于无序发展状态。2021年以来，中国电子烟相关政策密集发布，包括《关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》《电子烟市场专项检查行动方案》《关于修改中华人民共和国烟草专卖法实施条例的决定》《电子烟管理办法》《关于对电子烟征收消费税的公告》等，行业进入有序化规范化发展阶段。

中国电子烟行业相关政策	时间	政策	具体内容	2018年8月
			《关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》	
			明确各类市场主体不得向未成年人销售电子烟。	2019年10月
			《关于学生进一步提高保护未成年人免受电子烟侵害的通告》 再次强调各类市场主体不得向未成年人销售电子烟；敦促电子烟生产、销售企业或个人及时关闭电子烟互联网销售网站或客户端、电商店，撤回互联网电子烟广告。	2020年7月
			《电子烟市场专项检查行动方案》 全面清理互联网电子烟销售（包括短视频、自媒体等社交平台电子烟销售行为），全面检查电子烟实体店，重点检查自动售卖机等各类新型销售渠道销售电子烟行为。2021年11月《关于修改中华人民共和国烟草专卖法实施条例的决定》	
			明确电子烟等新型烟草制品参考传统卷烟监管（增加了第六十五条）。	2022年3月
			《电子烟管理办法》 22年5月1日正式施行，明确了电子烟定义和监管对象，主要内容：进出口贸易：（1）出口包装：专供出口的电子烟产品的包装应当符合国务院烟草专卖行政主管部门规定的要求；（2）进口牌照批准：持有烟草专卖批发企业许可证的企业，经国务院烟草专卖行政主管部门批准，变更许可范围后，方可从事进口产品的批发业务。2022年4月	
			《电子烟》强制性国家标准22年10月1日正式施行，主要内容：（1）规定电子烟是“用于产生气溶胶供人抽吸等的电子传送系统”，将不含烟碱的电子烟纳入电子烟定义范围；（2）规定“不应对未成年人产生诱导性，不应使产品特征风味呈现除烟草外的其他风味”，并明确“雾	

化物应含有烟碱”，即不含烟碱的电子烟产品不得入市销售。

2022年10月

《关于对电子烟征收消费税的公告》 将电子烟纳入消费税征收范围，电子烟实行从价定率的办法计算纳税。生产（进口）环节税率36%，批发环节税率11%。纳税人出口电子烟，适用出口退（免）税政策。草外的其他风味”，并明确“雾化物应含有烟碱”，即不含烟碱的电子烟产品不得入市销售。

2022年11月

《关于电子烟产品、雾化物、电子烟用烟碱等限量寄递的通告》 对寄递电子烟产品、雾化物、电子烟用烟碱等实行限量管理和具体数量的规定，包括对因特殊情形需超量寄递、依法取得烟草专卖许可证的电子烟交易主体之间运输要求和跨境限量寄递的有关规定。

资料来源：观研天下整理（zlj）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国电子烟行业发展深度分析与投资前景研究报告（2024-2031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，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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、电子烟特点分析

三、电子烟行业基本情况介绍

四、电子烟行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、电子烟行业需求主体分析

第二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

第三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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

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 2024-2031年世界电子烟行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球电子烟行业市场规模预测

第三章 中国电子烟行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对电子烟行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对电子烟行业的影响分析

第五节中国电子烟行业产业社会环境分析

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

一、影响中国电子烟行业市场规模的因素

二、中国电子烟行业市场规模

三、中国电子烟行业市场规模解析

第三节中国电子烟行业供应情况分析

一、中国电子烟行业供应规模

二、中国电子烟行业供应特点

第四节中国电子烟行业需求情况分析

一、中国电子烟行业需求规模

二、中国电子烟行业需求特点

第五节中国电子烟行业供需平衡分析

第五章 中国电子烟行业产业链和细分市场分析

第一节中国电子烟行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、电子烟行业产业链图解

第二节中国电子烟行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对电子烟行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对电子烟行业的影响分析

第三节我国电子烟行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国电子烟行业市场竞争分析

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格局分析

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竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国电子烟行业模型分析

第一节中国电子烟行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国电子烟行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国电子烟行业SWOT分析结论

第三节中国电子烟行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023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、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、中国电子烟行业平均价格趋势分析

二、中国电子烟行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国电子烟行业所属行业运行数据监测

第一节中国电子烟行业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

第二节中国电子烟行业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

第三节中国电子烟行业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

第十章 2019-2023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析

一、影响电子烟行业区域市场分布的因素

二、中国电子烟行业区域市场分布

第二节中国华东地区电子烟行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电子烟行业市场分析

（1）华东地区电子烟行业市场规模

（2）华南地区电子烟行业市场现状

（3）华东地区电子烟行业市场规模预测

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、华中地区电子烟行业市场分析

（1）华中地区电子烟行业市场规模

（2）华中地区电子烟行业市场现状

（3）华中地区电子烟行业市场规模预测

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、华南地区电子烟行业市场分析

（1）华南地区电子烟行业市场规模

（2）华南地区电子烟行业市场现状

（3）华南地区电子烟行业市场规模预测

第五节华北地区电子烟行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区电子烟行业市场分析

（1）华北地区电子烟行业市场规模

（2）华北地区电子烟行业市场现状

（3）华北地区电子烟行业市场规模预测

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、东北地区电子烟行业市场分析

（1）东北地区电子烟行业市场规模

（2）东北地区电子烟行业市场现状

（3）东北地区电子烟行业市场规模预测

第七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、西南地区电子烟行业市场分析

（1）西南地区电子烟行业市场规模

（2）西南地区电子烟行业市场现状

（3）西南地区电子烟行业市场规模预测

第八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、西北地区电子烟行业市场分析

（1）西北地区电子烟行业市场规模

（2）西北地区电子烟行业市场现状

（3）西北地区电子烟行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031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规模发展预测

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

第十三章 2024-2031年中国电子烟行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节电子烟行业风险分析

一、电子烟行业宏观环境风险

二、电子烟行业技术风险

三、电子烟行业竞争风险

四、电子烟行业其他风险

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

第十四章 2024-2031年中国电子烟行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国电子烟行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国电子烟行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 电子烟行业营销策略分析

一、电子烟行业产品策略

二、电子烟行业定价策略

三、电子烟行业渠道策略

四、电子烟行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202405/706212.html>