

2021年中国电子烟市场分析报告- 市场竞争现状与发展前景评估

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-市场竞争现状与发展前景评估》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/539399539399.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

近几年，电子烟作为一种宣传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。但由于技术门槛低、监管范围不明确、行业局势混乱等原因，加上海外电子烟市场发展态势良好，中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

数据来源：公开资料整理

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。

我国电子烟行业产业链 数据来源：公开资料整理

近几年，国家和地方政府对电子烟监管趋于严格。国家层面发文禁止向未成年人出售电子烟产品。地方政府对于电子烟也是多方限制，推出了相关政策，将电子烟与一般烟草纳入统一控烟管控。

我国对电子烟限制相关政策法规

发行单位

政策法规

主要内容

国家市场监督管理总局、国家烟草专卖局

《关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》

明确各市场主体、电商平台，不得向未成年人出售电子烟产品，对其的监管力度等同于烟草及酒精制品。

国务院

《铁路安全管理条例》

虽未明确电子烟是否属于吸烟行为，但因烟雾将触发车内烟雾报警器，引发车辆停驶等严重问题，故高铁已在行驶过程中的车厢中反复播放“不得使用电子雾化烟”的提示。

民航局

《关于驾驶舱内全面禁止吸烟的通知》

包含对于一般烟草与电子烟的限制。

深圳政府部门

《深圳经济特区控制吸烟条例》

正式将电子烟纳入控烟管理。

杭州政府部门

《杭州市公共场所控制吸烟条例》

本条例下列用语的含义是:吸烟是指吸入、呼出烟草的烟雾或有害电子烟气雾,以及持有点燃的烟草制品的行为。数据来源:公开资料整理

目前电子烟种类较多,液态电子烟是其中最主要的一种,发展的历史更久,使用人数也更多。电子烟受欢迎,行业持续火热,市场规模扩大。数据显示,2019年我国电子烟市场规模将近80亿元。我国电子烟市场前景广阔,但同时监管力度加强,电子烟市场增速将有所放缓,预计2020年中国电子烟市场规模将小幅增长至81亿元左右。

2017-2022年我国电子烟市场规模、增速及预测 数据来源:公开资料整理

根据数据显示,全球电子烟市场规模由2014年的124亿美元增至2019年的367亿美元。2019年美国电子烟市场规模达到207亿美元,占世界市场份额56.40%,是全球电子烟第一消费市场;欧盟及英国是全球电子烟第二大消费市场,占有19.89%的市场份额。我国电子烟市场规模虽然快速扩张,但是市场规模仍远远小于美国。

2019年全球部分国家电子烟市场规模分布情况 数据来源:公开资料整理

根据数据显示,2021年美国电子烟市场渗透率位列第一,占比为38%。排在第二和第三的分别是日本和英国,两国的市场渗透率分别为30.3%和20.9%,而我国电子烟市场渗透率排名末尾,仅1.5%。电子烟作为传统烟草的替代品,在政策允许的情况下,未来在中国具备较大的市场提升空间。

2021年全球部分国家电子烟市场渗透率 数据来源:公开资料整理

我国电子烟市场呈现完全竞争状态,不仅企业数量非常多,而且价格竞争非常激烈。目前已经形成了由合元科技、吉瑞、杰士博、麦克韦尔等早期进入者组成的第一梯队,这些企业为行业知名度高、公司规模大、产品具备鲜明特色、研发实力强;以众多中型企业和大型贸易商为主的第二梯队企业行业知名度较高、规模较小、产品知名度较低;第三梯队的企业以众多小型企业和贸易商为主。

我国电子烟市场竞争梯队 数据来源:公开资料整理

我国拥有世界上最庞大的烟民群体,烟民数量近4亿人,是美国烟民人数的7倍,基于我国庞大的烟民数量,未来电子烟行业发展空间广阔。未来应创新营销模式、实现精准营销、提高线下智能化水平等方面,是我国电子烟行业发展趋势。(TJL)

我国电子烟发展趋势数据来源:公开资料整理

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国电子烟市场分析报告-市场竞争现状与发展前景评估》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 2017-2020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
- 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 我国电子烟行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国电子烟行业供需平衡分析

第七节 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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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

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

第四节 电子烟行业竞争力提升策略

- 一、电子烟行业产品差异性策略
- 二、电子烟行业个性化服务策略
- 三、电子烟行业的促销宣传策略
- 四、电子烟行业信息智能化策略
- 五、电子烟行业品牌化建设策略
- 六、电子烟行业专业化治理策略

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/539399539399.html>