

2020-2026年中国电子烟市 场深度评估与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国电子烟市场深度评估与行业前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202002/153578.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

全球电子烟市场规模在2013年达25亿美元，电子烟主要消费国家为美国/俄罗斯/德国，基于2011年的数据，三者市场规模占比为60%。业内预测电子烟占全球烟草整体比例将由2011年的0.1%提升到2050年的4%，保持快速发展。2050年电子烟占比提升至4.0%

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国电子烟市场深度评估与行业前景预测报告》共十四章。首先介绍了电子烟相关概念及发展环境，接着分析了中国电子烟规模及消费需求，然后对中国电子烟市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国电子烟面临的机遇及发展前景。您若想对中国电子烟有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 电子烟行业相关概述

1.1 电子烟的相关概念

1.1.1 电子烟的定义

1.1.2 电子烟的主要特性

1.1.3 电子烟的分类

1.2 电子烟的工作机理

1.2.1 电子烟的结构组成

1.2.2 电子烟的工作原理

1.2.3 电子烟行与传统香烟的区别

1.2.4 电子烟的发展历程

1.3 电子烟的应用

1.3.1 电子烟的适用人群

1.3.2 电子烟的品牌分类

1.3.3 电子烟的价位分布

第二章 电子烟行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2015-2019年中国电子烟行业发展环境分析

3.1 电子烟行业政治法律环境（P）

3.1.1 卷烟市场监管政策

3.1.2 公共场所禁烟规定

3.1.3 公共场所卫生管理条例实施细则

3.1.4 行业相关发展规划部分国家和地区对电子烟市场的措施

国家	主要内容	政策导向
欧盟	2013 年否决对电子烟进行药物规范的提案，但对其跨境交易实施与烟草类似的管制，欧盟内部禁止向未成年人群销售。	有所限制
德国、英国等	允许电子烟的销售、进口或	广告传播
合法	美国 2010 年底联邦法院判定FDA（食品和药物管理局）申请对电子烟进行药物管制败诉，美国电子烟市场被打开。目前，FDA 计划对电子烟“视同”为烟草进行监管，但性质仍未明确，联邦条款存在空白，而各州有各自规范，主要是限制电子烟向未成年人销售。洛杉矶、芝加哥、纽约三个城市把禁烟令推广到了电子烟。	有所限制
日本	没有特定法律限制电子烟的使用，但尼古丁制品的销售在政府的监管范围内	有所限

制

3.1.5 相关产业政策分析

3.2 电子烟行业经济环境分析（E）

3.2.1 国际宏观经济形势分析

3.2.2 中国宏观经济形势分析

3.3 电子烟行业社会环境分析（S）

3.3.1 人口环境分析

3.3.2 教育环境分析

3.3.3 文化环境分析

3.3.4 生态环境分析

3.3.5 中国城镇化率

3.3.6 居民的各种消费观念和习惯

3.4 电子烟行业技术环境分析（T）

3.4.1 电子烟技术分析

3.4.2 电子烟技术发展水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

第四章 全球电子烟行业发展概述

4.1 2015-2019年全球电子烟行业发展情况概述

4.1.1 全球电子烟行业发展现状

4.1.2 全球电子烟行业发展特征

4.1.3 全球电子烟行业市场规模

4.2 2015-2019年全球主要地区电子烟行业发展状况

4.2.1 欧洲电子烟行业发展情况概述

4.2.2 美国电子烟行业发展情况概述

4.2.3 日韩电子烟行业发展情况概述

4.3 2020-2026年全球电子烟行业发展前景预测

4.3.1 全球电子烟行业市场规模预测

4.3.2 全球电子烟行业发展前景分析

4.3.3 全球电子烟行业发展趋势分析

4.4 全球电子烟行业重点企业发展动态分析

第五章 中国电子烟行业发展概述

5.1 中国电子烟行业发展状况分析

5.1.1 中国电子烟行业发展阶段

5.1.2 中国电子烟行业发展总体概况

5.1.3 中国电子烟行业发展特点分析

5.2 2015-2019年电子烟行业发展现状

5.2.1 2015-2019年中国电子烟行业市场规模

5.2.2 2015-2019年中国电子烟行业发展分析

5.2.3 2015-2019年中国电子烟企业发展分析

5.3 2020-2026年中国电子烟行业面临的困境及对策

5.3.1 中国电子烟行业面临的困境及对策

1、中国电子烟行业面临困境

2、中国电子烟行业对策探讨

5.3.2 中国电子烟企业发展困境及策略分析

1、中国电子烟企业面临的困境

2、中国电子烟企业的对策探讨

第六章 中国电子烟行业市场运行分析

6.1 2015-2019年中国电子烟行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2015-2019年中国电子烟行业产销情况分析

6.2.1 中国电子烟行业工业总产值

6.2.2 中国电子烟行业工业销售产值

6.2.3 中国电子烟行业产销率

6.3 2015-2019年中国电子烟行业市场供需分析

6.3.1 中国电子烟行业供给分析

6.3.2 中国电子烟行业需求分析

6.3.3 中国电子烟行业供需平衡

6.4 2015-2019年中国电子烟行业财务指标总体分析

- 6.4.1 行业盈利能力分析
- 6.4.2 行业偿债能力分析
- 6.4.3 行业营运能力分析
- 6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国电子烟行业细分市场分析

7.1 电子烟行业细分市场概况

- 7.1.1 市场细分充分程度
- 7.1.2 市场细分发展趋势
- 7.1.3 市场细分战略研究
- 7.1.4 细分市场结构分析

7.2 仿真烟市场

- 7.2.1 市场发展现状概述
- 7.2.2 行业市场规模分析
- 7.2.3 行业市场需求分析
- 7.2.4 产品市场潜力分析

7.3 一次性电子烟市场

- 7.3.1 市场发展现状概述
- 7.3.2 行业市场规模分析
- 7.3.3 行业市场需求分析
- 7.3.4 产品市场潜力分析

7.4 新型电子烟市场

- 7.4.1 市场发展现状概述
- 7.4.2 行业市场规模分析
- 7.4.3 行业市场需求分析
- 7.4.4 产品市场潜力分析

第八章 中国电子烟行业上、下游产业链分析

8.1 电子烟行业产业链概述

- 8.1.1 产业链定义
- 8.1.2 电子烟行业产业链

8.2 电子烟行业主要上游产业发展分析

- 8.2.1 电子产业发展现状
- 8.2.2 电子产业供给分析
- 8.2.3 全国电子产业分布分析
- 8.2.4 主要供给企业分析
- 8.3 电子烟行业主要下游产业发展分析
- 8.3.1 香烟产业发展现状
- 8.3.2 香烟产业需求分析
- 8.3.3 下游主要需求企业分析

第九章 中国电子烟行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国电子烟行业竞争格局分析
- 9.1.1 电子烟行业区域分布格局
- 9.1.2 电子烟行业企业规模格局
- 9.1.3 电子烟行业企业性质格局
- 9.2 中国电子烟行业竞争五力分析
- 9.2.1 电子烟行业上游议价能力
- 9.2.2 电子烟行业下游议价能力
- 9.2.3 电子烟行业新进入者威胁
- 9.2.4 电子烟行业替代产品威胁
- 9.2.5 电子烟行业现有企业竞争
- 9.3 中国电子烟行业竞争SWOT分析
- 9.3.1 电子烟行业优势分析（S）
- 9.3.2 电子烟行业劣势分析（W）
- 9.3.3 电子烟行业机会分析（O）
- 9.3.4 电子烟行业威胁分析（T）
- 9.4 中国电子烟行业投资兼并重组整合分析
- 9.4.1 投资兼并重组现状
- 9.4.2 投资兼并重组案例

第十章 中国电子烟行业领先企业竞争力分析

- 10.1 北京赛烟科技发展有限公司竞争力分析
- 10.1.1 企业发展基本情况

- 10.1.2 企业主要产品分析
- 10.1.3 企业竞争优势分析
- 10.1.4 企业经营状况分析
- 10.2 深圳市博格科技有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
- 10.3 深圳市康诚一品科技有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
- 10.4 常州市欧凡尔电子科技有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
- 10.5 上海顺灏新材料科技股份有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
- 10.6 汕头东风印刷股份有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析

第十一章 2020-2026年中国电子烟行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2020-2026年中国电子烟市场发展前景
 - 11.1.1 2020-2026年电子烟市场发展潜力

- 11.1.2 2020-2026年电子烟市场发展前景展望
- 11.1.3 2020-2026年电子烟细分行业发展前景分析
- 11.2 2020-2026年中国电子烟市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2020-2026年电子烟行业发展趋势
 - 1、电子烟将迎来政策性爆发
 - 2、电子烟相关政策将细化
 - 3、更多公司将涉足电子烟行业
 - 11.2.2 2020-2026年电子烟市场规模预测
 - 11.2.3 2020-2026年电子烟行业应用趋势预测
- 11.3 2020-2026年中国电子烟行业供需预测
 - 11.3.1 2020-2026年中国电子烟行业供给预测
 - 11.3.2 2020-2026年中国电子烟行业需求预测
 - 11.3.3 2020-2026年中国电子烟供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 行业发展有利因素与不利因素
 - 11.4.2 市场整合成长趋势
 - 11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.4 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

第十二章 2020-2026年中国电子烟行业投资前景

- 12.1 电子烟行业投资现状分析
 - 12.1.1 电子烟行业投资规模分析
 - 12.1.2 电子烟行业投资资金来源构成
 - 12.1.3 电子烟行业投资资金用途分析
- 12.2 电子烟行业投资特性分析
 - 12.2.1 电子烟行业进入壁垒分析
 - 12.2.2 电子烟行业盈利模式分析
 - 12.2.3 电子烟行业盈利因素分析
- 12.3 电子烟行业投资机会分析
 - 12.3.1 产业链投资机会
 - 12.3.2 细分市场投资机会

12.3.3 重点区域投资机会

12.3.4 产业发展的空白点分析

12.4 电子烟行业投资风险分析

12.4.1 电子烟行业政策风险

12.4.2 宏观经济风险

12.4.3 市场竞争风险

12.4.4 关联产业风险

12.4.5 产品结构风险

12.4.6 技术研发风险

12.4.7 其他投资风险

12.5 电子烟行业投资潜力与建议

12.5.1 电子烟行业投资潜力分析

12.5.2 电子烟行业最新投资动态

12.5.3 电子烟行业投资机会与建议

第十三章 2020-2026年中国电子烟企业投资战略与客户策略分析

13.1 电子烟企业发展战略规划背景意义

13.1.1 企业转型升级的需要

13.1.2 企业做大做强的需要

13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 电子烟企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 电子烟企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

13.4 电子烟中小企业发展战略研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的发展战略
- 2、缺乏合理的企业制度
- 3、缺乏现代的企业管理
- 4、缺乏高素质的专业人才
- 5、缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业发展战略思考

- 1、实施科学的发展战略
- 2、建立合理的治理结构
- 3、实行严明的企业管理
- 4、培养核心的竞争实力
- 5、构建合作的企业联盟

13.5 市场的重点客户战略实施

13.5.1 实施重点客户战略的必要性

13.5.2 合理确立重点客户

13.5.3 重点客户战略管理

13.5.4 重点客户管理功能

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：电子烟行业特点

图表：电子烟行业生命周期

图表：电子烟行业产业链分析

图表：电子烟的结构构成

图表：电子烟的品牌分类

图表：电子烟的价位分布

图表：中国卷烟监管政策

图表：2015-2019年电子烟行业市场规模分析

图表：2020-2026年电子烟行业市场规模预测

图表：中国电子烟行业盈利能力分析

图表：中国电子烟行业运营能力分析

图表：中国电子烟行业偿债能力分析

图表：中国电子烟行业发展能力分析

图表：中国电子烟行业经营效益分析

图表：2015-2019年电子烟重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国电子烟行业销售情况分析

图表：2015-2019年中国电子烟行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国电子烟行业资产情况分析

图表：2015-2019年中国电子烟竞争力分析

图表：2020-2026年中国电子烟产能预测

图表：2020-2026年中国电子烟消费量预测

图表：2020-2026年中国电子烟市场前景预测

图表：2020-2026年中国电子烟市场价格走势预测

图表：2020-2026年中国电子烟发展趋势预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/153578.html>