

2015-2020年中国戒烟产品 行业监测及投资方向研究报告

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

《2015-2020年中国戒烟产品行业监测及投资方向研究报告》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/201411/115432.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

药物辅助治疗主要有两种类别，一是采用尼古丁替代法，采用的药物一般是尼古丁贴片；二是非尼古丁替代疗法，主要指盐酸安非他酮，这是一种抗抑郁的精神病药，亦对戒烟有一定疗效，采取的是中枢抑制的原理。通过药物治疗，可以帮助克服戒断症状，但烟民自我的行为控制也是十分重要的，比如有人习惯性地坐在电视、电脑前，就顺手点燃一根烟，种种类似行为都是需要改变的，不要让香烟出现在视线范围之内，慢慢改变生活习惯，才能达到戒烟的目的。

《2015-2020年中国戒烟产品行业监测及投资方向研究报告》以产品微观部分作为调研重点，采用纵向分析和横向对比相结合的方法，分别对戒烟产品的国内外生产消费情况、原材料市场情况、产品技术情况、产品市场竞争情况、重点企业发展情况、产品品牌价值以及产品营销渠道和营销策略等方面进行深入的调研分析。

在数据处理方面，报告以调研数据和国家统计局数据、海关进出口数据、公司调研数据等为基础数据，为保证报告的翔实、准确可靠、数据之间具有可比性，报告对统计样本数据进行必要的筛选、分组，将宏观样本数据、微观样本数据紧密结合，并采用定量分析为主（包括经济统计模型的应用），定量与定性分析相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息。同时采用统计图表等多种形式将分析结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度为企业的系统完整的参考信息，同时也增加了报告研究结论的客观性和可靠性。

第一章2013-2014年世界戒烟产品行业整体运营状况分析

第一节2013-2014年世界戒烟产品运行环境分析

- 一、世界烟草业运行状况分析
- 二、世界烟民规模分析
- 三、俄罗斯卷烟消费税指标将提高20%及影响分析
- 四、美国卷烟销量分析

第二节2013-2014年世界戒烟产品行业市场运行格局

- 一、世界戒烟产品市场运行特点分析
- 二、辉瑞将部分最畅销产品美国市场批发价上调
- 三、美政府猛提烟草税烟民平添戒烟动力
- 四、欧盟再出新招推动戒烟
- 五、美推出低剂量药用尼古丁戒烟辅助产品
- 六、力克雷戒烟产品获批上市
- 七、抽烟已经成为全球第二个主要死亡因素

第三节2013-2014年世界戒烟产品市场发展动态分析

一、世界卷烟的生产总量及地区分布

二、世界卷烟产业集团化趋势明显

三、六大烟草集团的基本情况分析

一、世界烟草消费的演变与动向

第四节2013-2014年世界主要国家戒烟产品市场运行分析

一、美国

二、日本

三、欧洲

第五节2015-2020年世界戒烟产品新趋势探析

第二章2013-2014年中国戒烟产品行业市场发展环境解析

第一节2014年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节2013-2014年中国戒烟产品市场政策环境分析

一、国家控烟与消费税政策

二、专家建议戒烟花费纳入医保

第三节2013-2014年中国戒烟产品市场社会环境分析

一、吸烟对健康危害受到关注

二、烟民数量及世界烟民占比

三、吸烟人数增加数量

第三章2013-2014年中国戒烟产品行业市场运行态势剖析

第一节2013-2014年中国戒烟产品行业动态分析

一、各地戒烟门诊频繁开张

二、戒烟产品的新贵大学生开龙康戒烟馆异常火爆

第二节2013-2014年中国戒烟产品市场发展现状分析

一、戒烟产业运行特点分析

二、专业戒烟进入激光时代

三、中国戒烟所处发展阶段

第三节2013-2014年中国戒烟产品热点问题探讨

第四章2013-2014年中国戒烟产品业内热点产品运营态势分析

第一节2013-2014年中国戒烟产品市场动态分析

一、亿万家打造百亿戒烟市场

二、强生公司戒烟药力克雷在中国上市

第二节2013-2014年中国戒烟产品市场运行分析

一、中国的控烟形势仍然非常严峻

二、中国戒烟市场规模

三、戒烟产品鱼龙混杂

四、吸烟导致疾病情况分析

五、吸烟导致肺癌的比率

第三节2013-2014年中国戒烟产品市场需求消费情况分析

二、烟力健突破戒烟市场困局

三、金融危机促龙康戒烟王热销

四、“高科技”戒烟产品销售火爆

第五章2013-2014年中国戒烟产品市场销售透析

第一节2013-2014年中国戒烟产品市场营销现状

一、戒烟产品市场营销特点

二、戒烟广告人群关注度

第二节2013-2014年中国戒烟产品市场营销渠道

一、药店

二、网购

三、电视购物

第三节戒烟产品市场营销案例解析

一、烟力健

二、烟脉克

三、合肥龙康戒烟王营销优势明显

第四节2013-2014年中国戒烟产品市场营销策略分析

第六章2013-2014年中国戒烟产品市场消费调查

第一节2013-2014年中国受访者基本情况分析

一、男性和女性吸烟率

二、吸烟者年龄分布

三、在校学校吸烟情况率占比

1、大学

2、高中

3、初中男生

四、15岁以上人群吸烟率

第二节2013-2014年中国消费者购买戒烟产品消费行为调查

一、消费者年龄调查分析

二、消费者戒烟的原理分析

三、消费者对戒烟产品认识渠道

四、消费者购买戒烟产品的调查分析

五、消费者购买戒烟产品价格分析

六、消费者购买戒烟产品频率及购买渠道

七、消费者对已购买的戒烟产品满意度调查分析

八、消费者放弃现用戒烟产品的原因调查分析

第三节影响消费者购买戒烟产品的因素调查分析

第七章2013-2014年中国戒烟产品市场竞争格局透析

第一节2013-2014年中国戒烟产品行业竞争现状

一、世界三大制药巨头齐战国内戒烟市场透析

二、“尼古丁口香糖”在沪掀戒烟疗法之争

第二节2013-2014年中国戒烟产品市场集中度分析

第三节2013-2014年中国戒烟产品行业竞争中存的问题

第四节2015-2020年中国戒烟产品行业竞争趋势分析

第八章2013-2014年中国戒烟产业相关行业运行分析——卷烟制造业

第一节2013-2014年烟草行业经济运行情况分析

一、卷烟生产

二、卷烟销售

三、卷烟库存

四、卷烟税利

五、低档卷烟

第二节2013-2014年中国卷烟产量分析

一、2013-2014年全国卷烟产量分析

二、2014年全国及主要省份卷烟产量分析

三、2014年卷烟产量集中度分析

第三节2013-2014年中国品牌卷烟市场销量情况分析

- 一、“芙蓉王”
- 二、“中华”
- 三、“玉溪”
- 四、“黄鹤楼”
- 五、“利群”
- 六、“云烟”

第四节2015-2020年中国卷烟产业前景分析

第九章2013-2014年世界戒烟产品三巨头营运状况浅析

第一节强生

- 一、企业概况
- 二、在华市场投资运行情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

第二节诺华

- 一、企业概况
- 二、在华市场投资运行情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

第三节瑞辉

- 一、企业概况
- 二、在华市场投资运行情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

第十章2013-2014年中国戒烟产品优势生产企业竞争力及关键性数据分析

第一节上海强生制药有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节北京赛波特如烟科技发展有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章2015-2020年中国戒烟产品行业发展趋势与前景展望分析

第一节2015-2020年中国戒烟产品行业发展前景分析

一、戒烟市场在经济危机中迎接暖阳

二、戒烟产业的市场前景

三、戒烟产品市场潜力巨大

第二节2015-2020年中国戒烟产品行业发展趋势分析

一、尼古丁替代疗法成戒烟新趋势

二、戒烟新产品研发趋势

第三节2015-2020年中国戒烟产品行业市场预测分析

第四节2015-2020年中国戒烟产品市场盈利预测分析

第十二章2015-2020年中国戒烟产品投资战略研究

第一节2013-2014年中国戒烟产品投资概况

一、戒烟产品投资特性

二、戒烟产品投资环境分析

第二节2015-2020年中国戒烟产品行业投资机会分析

一、中国戒烟产品市场投资潜力分析

二、中国戒烟产品投资吸引力分析

第三节2015-2020年中国戒烟产品行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

四、技术风险

第四节专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2013-2014年国内生产总值

图表：2013-2014年居民消费价格涨跌幅度

图表：2014年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2013-2014年国家外汇储备

图表：2013-2014年财政收入

图表：2013-2014年全社会固定资产投资

图表：2014年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2014年固定资产投资新增主要生产能力

图表：上海强生制药有限公司主要经济指标走势图

图表：上海强生制药有限公司经营收入走势图

图表：上海强生制药有限公司盈利指标走势图

图表：上海强生制药有限公司负债情况图

图表：上海强生制药有限公司负债指标走势图

图表：上海强生制药有限公司运营能力指标走势图

图表：上海强生制药有限公司成长能力指标走势图

图表：北京赛波特如烟科技发展有限公司主要经济指标走势图

图表：北京赛波特如烟科技发展有限公司经营收入走势图

图表：北京赛波特如烟科技发展有限公司盈利指标走势图

图表：北京赛波特如烟科技发展有限公司负债情况图

图表：北京赛波特如烟科技发展有限公司负债指标走势图

图表：北京赛波特如烟科技发展有限公司运营能力指标走势图

图表：北京赛波特如烟科技发展有限公司成长能力指标走势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201411/115432.html>