

2021-2027年中国电子烟市场深度评估与发展趋势研究报告

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

《2021-2027年中国电子烟市场深度评估与发展趋势研究报告》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/202106/225540.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

所谓电子烟，是一种仿照香烟的方便携带的电子雾化器具，主要透过雾化器具将丙二醇或者丙三醇打成雾气，直接吸入人体，作为一种与香烟有着一样的外观、与香烟近似的味道，甚至比一般香烟的口味要多出很多，也像香烟一样能吸出烟、吸出味道和感觉的新型品种，但没有香烟中的焦油、悬浮微粒等其他有害成分，其主要用于替代香烟。

随着技术的不断进步，电子烟的发展也从第一代进步到第二代产品，从刚开始时的可重复充电和添加尼古丁以反复使用到目前市场上主流的一次性消耗品。

与传统香烟相比，电子烟具有危害较低、口味多样、更为新潮等优势，更吸引年轻人和渴望戒除烟瘾的消费人群。目前欧洲市场的消费者更倾向于蒸汽式电子烟，但欧洲各国对于蒸汽式电子烟监管在逐步完善和严格。对于加热不燃烧制品，欧洲国家，尤其是英国和德国，态度没有那么严格。主要因为这些国家对加热不燃烧型减害性达成一致，未来对于加热不燃烧制品市场空间更大。消费者选择电子烟的因素排序数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国电子烟市场深度评估与发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了电子烟行业市场发展环境、电子烟整体运行态势等，接着分析了电子烟行业市场运行的现状，然后介绍了电子烟市场竞争格局。随后，报告对电子烟做了重点企业经营状况分析，最后分析了电子烟行业发展趋势与投资预测。您若想对电子烟产业有个系统的了解或者想投资电子烟行业，本报告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

1.4 电子烟的替代品分析

第二章 电子烟所属行业市场特点概述

2.1 电子烟市场概况

2.1.1 市场容量大竞争小趋势好

2.1.2 使用率有待提高

2.1.3 利润空间大

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 电子烟产业正在兴起

2.3.2 全国电子烟九成深圳产

2.3.3 电子烟消费市场区域分布

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 电子产业分布格局

2.4.3 下游产业分布

第三章 2015-2019年中国电子烟所属行业发展环境分析

3.1 电子烟行业政治法律环境

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
- 3.1.5 相关产业政策分析
- 3.2 电子烟行业经济环境分析
 - 3.2.1 国民经济运行情况与GDP
 - 3.2.2 消费价格指数CPI、PPI
 - 3.2.3 全国居民收入情况
 - 3.2.4 全国卷烟市场消费情况
- 3.3 电子烟行业社会环境分析
 - 3.3.1 电子烟对社会环境的影响
 - 3.3.2 禁烟趋势对行业的影响
- 3.4 电子烟行业技术环境分析
 - 3.4.1 电子烟设计技术分析
 - 3.4.2 电子烟技术发展水平
 - 1、中国电子烟技术水平所处阶段
 - 2、与国外电子烟行业的技术差距
 - 3.4.3 行业主要技术发展趋势
 - 3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球电子烟所属行业发展概述

- 4.1 2015-2019年全球电子烟所属行业发展情况概述
 - 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所属行业发展状况
 - 4.2.1 欧洲电子烟行业发展情况概述

欧洲是全球第二大市场电子烟市场，市场渗透率正逐步提升。2019年，欧洲市场的电子烟渗透率超过1%。据统计局显示，英国目前电子烟烟民约有320万，是欧洲最大的电子烟消费国家。2019年，英国电子烟市场的估值达21.2亿美元。其次为法国，估值约7.6亿美元；德国，市场估值约7.2亿美元；捷克，市场估值约6.7亿美元；俄罗斯，市场估值约5.04亿美元；以及荷兰，市场估值约4.6亿美元。2019年欧洲Top5电子烟消费国家市场估值数据来源：公开资料整理
 - 4.2.2 美国电子烟行业发展情况概述

- 4.2.3 马来西亚电子烟行业发展情况概述
- 4.3 2021-2027年全球电子烟行业趋势预测分析
 - 4.3.1 全球电子烟行业市场规模预测
 - 4.3.2 全球电子烟行业趋势预测分析
 - 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 中国电子烟所属行业发展概述

- 5.1 中国电子烟所属行业发展状况分析
 - 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年电子烟所属行业发展现状
 - 5.2.1 2015-2019年中国电子烟所属行业市场规模
 - 5.2.2 2015-2019年中国电子烟所属行业发展分析
 - 5.2.3 2015-2019年中国电子烟企业发展分析
- 5.3 2021-2027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
 - 5.3.3 国内电子烟企业的出路分析

第六章 中国电子烟所属行业市场运行分析

- 6.1 2015-2019年中国电子烟所属行业总体规模分析
 - 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年中国电子烟所属行业产销情况分析

- 6.2.1 中国电子烟所属行业工业总产值
- 6.2.2 中国电子烟所属行业工业销售产值
- 6.2.3 中国电子烟所属行业产销率
- 6.3 2015-2019年中国电子烟所属行业市场供需分析
 - 6.3.1 中国电子烟所属行业供给分析
 - 6.3.2 中国电子烟所属行业需求分析
 - 6.3.3 中国电子烟所属行业供需平衡
- 6.4 2015-2019年中国电子烟所属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调研

- 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 仿真烟市场调研
 - 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 一次性电子烟市场调研
 - 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 新型电子烟市场调研
 - 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

7.5 建议

7.5.1 细分市场评估结论

7.5.2 细分市场建议

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

8.3.4 下游最具前景产品/行业调研

第九章 中国电子烟所属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
 - 9.3.2 电子烟行业劣势分析
 - 9.3.3 电子烟行业机会分析
 - 9.3.4 电子烟行业威胁分析
- 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
- 9.5 中国电子烟行业重点企业竞争策略分析

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
 - 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
 - 10.1.5 企业最新发展动态
 - 10.1.6 企业投资前景分析
- 10.2 深圳市博格科技有限公司
 - 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
 - 10.2.5 企业最新发展动态
 - 10.2.6 企业投资前景分析
- 10.3 深圳市康诚一品科技有限公司
 - 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
 - 10.3.5 企业最新发展动态
 - 10.3.6 企业投资前景分析

10.4 常州市欧凡尔电子科技有限公司

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

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业投资前景分析

10.5 深圳瀚星翔科技有限公司

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

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业投资前景分析

10.6 深圳市合元科技有限公司

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

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业投资前景分析

10.7 惠州市吉瑞科技有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业投资前景分析

10.8 新宜康（深圳市新宜康科技有限公司）

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业投资前景分析

10.9 惠州市凯尔文科技有限公司

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业投资前景分析

10.10 易星easing (郑州市瑞光恒业科技有限公司)

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业投资前景分析

第十一章 2021-2027年中国电子烟行业发展趋势与前景分析

11.1 2021-2027年中国电子烟市场趋势预测

11.1.1 2021-2027年电子烟市场发展潜力

11.1.2 2021-2027年电子烟市场趋势预测展望

11.1.3 2021-2027年电子烟细分行业趋势预测分析

11.2 2021-2027年中国电子烟市场发展趋势预测

11.2.1 2021-2027年电子烟行业发展趋势

11.2.2 2021-2027年电子烟市场规模预测

11.2.3 2021-2027年电子烟行业应用趋势预测

11.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测

11.3 2021-2027年中国电子烟行业供需预测

11.3.1 2021-2027年中国电子烟行业供给预测

11.3.2 2021-2027年中国电子烟行业需求预测

11.3.3 2021-2027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
 - 11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2021-2027年中国电子烟行业前景调研

- 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 电子烟行业投资项目建设分析
 - 12.1.4 电子烟行业投资资金用途分析
 - 12.1.5 电子烟行业投资主体构成分析
- 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 电子烟行业投资前景分析
 - 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 其他投资前景

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 2021-2027年中国电子烟企业投资规划建议与客户策略分析

13.1 电子烟企业投资前景规划背景意义

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 电子烟中小企业投资前景研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的投资前景
- 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 中小企业投资前景思考

- 1、实施科学的投资前景
- 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

第十四章研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业投资策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录:

图表 电子烟行业特点

图表 电子烟行业的分类

图表 电子烟行业产业链示意图

图表 2015-2019年电子烟行业市场规模分析

图表 2021-2027年电子烟行业市场规模预测

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 中国电子烟市场发展潜力分析

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 2021-2027年中国电子烟产能预测

图表 2021-2027年中国电子烟消费量预测

图表 2021-2027年中国电子烟市场趋势分析

图表 2021-2027年中国电子烟市场价格走势预测

图表 2021-2027年中国电子烟趋势预测分析

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/225540.html>