

2017-2022年中国电子烟市 场深度评估与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国电子烟市场深度评估与投资战略咨询报告》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.abaogao.com/b/yancao/W91894E6FT.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

电子烟从发明到投入市场延续了近十年的革新与发展，也经历了很多无端的质疑和一些政策变革，但依然走出了属于自己的一片天地。作为未来烟草市场的新宠，也只有时间才能真正的证明电子烟这种新生品种的意义与价值所在。当然，如果电子烟的变革要想迅速达到成熟期，也只有技术与市场的完美配合之下才能实现。

中国电子烟企业以“采购+生产”的OEM模式为主，处于美国电子烟产业链的上游，预计美国电子烟由中国代工的比例高达80%-90%。除了雷诺推出的Vuse之外（完全由美国制造，目前在Colorado和Utah州销售），美国绝大多数的电子烟品牌都在中国制造。其中，Blu品牌电子烟的烟液为美国制造，但之后其运往中国，连同其他在中国制造的部件一同组装之后再出口至美国。按2014/2020年美国电子烟市场的销售规模30/150亿美元的预测（CLSA估算），则相应中国企业的OEM价值为5/26亿美元。假设美国电子烟市场占全球份额的40%，则2020年中国厂商为全球电子烟的代工产值约达64亿美元。

随着时间的推移，电子烟已经不再是一种单纯的表现，只作为烟草行业的衍生品来定位。未来，电子烟行业预计也会像其他便携式终端产品一样，组建属于符合自己发展需求的生态系统。这种具有深刻突破性的诉求，不论是从硬件到软件，还是从实体到虚拟都将会有更多的体现，微电子技术和生物技术以及网络数码技术等等的出现将共同推动电子烟产业的进步和发展。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国电子烟市场深度评估与投资战略咨询报告》共十三章。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 中国电子烟行业发展概述

第一节 电子烟行业发展情况

一、电子烟定义

二、电子烟行业发展历程

第二节 电子烟产业链分析

一、产业链模型介绍

二、电子烟产业链模型分析

第三节 中国电子烟行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 电子烟行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 电子烟行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、电子烟行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、电子烟产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、电子烟产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、电子烟技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、我国电子烟行业新技术研究

二、电子烟技术发展水平

1、我国电子烟行业技术水平所处阶段

2、与国外电子烟行业的技术差距

三、电子烟技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 2014-2016年全球电子烟产品市场运行态势分析

第一节 全球电子烟产品市场现状分析7

一、全球电子烟产品市场供需分析

二、全球电子烟产品价格走势分析

三、全球电子烟产品市场运行特征分析

第二节 全球电子烟产品主要国家及地区发展情况分析

一、美国

1、美国电子烟消费市场分析

2、美国电子烟销售渠道分析

3、美国烟吧市场分析

二、亚洲

三、欧洲

第三节 全球电子烟产品外商在华投资动态

第四章 我国电子烟行业运行现状分析

第一节 我国电子烟行业发展状况分析

一、我国电子烟行业发展阶段

二、我国电子烟行业发展总体概况

三、我国电子烟行业发展特点分析

四、我国电子烟行业商业模式分析

第二节 电子烟行业发展现状

一、我国电子烟行业市场规模

二、我国电子烟行业发展分析

三、中国电子烟企业发展分析

第三节 电子烟市场情况分析

- 一、中国电子烟市场总体概况
- 二、中国电子烟产品市场发展分析
- 第四节 我国电子烟市场价格走势分析
 - 一、电子烟市场定价机制组成
 - 二、电子烟市场价格影响因素
 - 三、电子烟产品价格走势分析
 - 四、2017-2022年电子烟产品价格走势预测

第五章 2014-2016年我国电子烟市场供需形势分析

第一节 电子烟行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析
- 四、原材料产能情况分析

第二节 我国电子烟市场供需分析

- 一、我国电子烟行业供给情况
 - 1、我国电子烟行业供给分析
 - 2、我国电子烟行业产品产量分析
 - 3、重点企业产能及占有份额
- 二、我国电子烟行业需求情况
 - 1、电子烟行业需求市场
 - 2、电子烟行业客户结构
 - 3、电子烟行业需求的地区差异
- 三、我国电子烟行业供需平衡分析

第三节 电子烟产品市场应用及需求预测

- 一、电子烟产品应用市场总体需求分析
 - 1、电子烟产品应用市场需求特征
 - 2、电子烟产品应用市场需求总规模
- 二、2017-2022年电子烟行业领域需求量预测
 - 1、2017-2022年电子烟行业领域需求产品功能预测
 - 2、2017-2022年电子烟行业领域需求产品市场格局预测
- 三、重点行业电子烟产品需求分析预测

第六章 中国电子烟行业营销策略和销售渠道考察

第一节 中国电子烟行业目前主要营销渠道分析

第二节 中国电子烟行业重点企业营销策略

第三节 中国电子烟行业产品营销策略建议

第四节 中国电子烟行业零售终端市场调研

一、售终端建设现状分析

1、零售终端业态分析

2、零售终端建设规模

3、零售终端销售能力

4、零售终端盈利水平

5、零售终端布局分析

二、售终端建设现存问题

三、现代零售终端建设模式

1、“信息化”现代终端模式

2、“品牌化”现代终端模式

3、“功能化”现代终端模式

4、现代零售终端建设路径

第五节 中国电子烟行业主要销售渠道分析

一、电子烟销售渠道构成

二、便利店渠道分析

三、零售商店渠道分析

四、网络销售渠道分析

五、其他渠道分析

第六节 中国电子烟行业营销渠道变革研究

一、电子烟行业营销渠道新理念

二、电子烟行业渠道管理新发展

三、当前中国中小企业的外部营销环境

四、中小企业营销渠道存在的问题和不足

第七章 中国电子烟行业消费者调研

第一节 电子烟产品消费特点

一、竞争焦点市场的转换

二、可进入市场的类型分析

三、消费档次热点的变化

四、吸烟率变化趋势

五、影响产品评价的因素

第二节 电子烟行业消费者行为分析

一、整体的消费行为特征

二、消费信心与消费模式

三、消费者的品牌认知度

四、消费者的品牌忠诚度

五、消费者购买途径分析

六、消费特征对企业的启示

第三节 中国电子烟消费群体分析

一、电子烟消费者消费动机

二、电子烟消费者群体特征

三、电子烟消费者议价能力

第四节 消费者电子烟品牌忠诚度

一、电子烟品牌烟民忠诚度

二、电子烟品牌烟民转移趋势

第八章 2014-2016年电子烟行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、电子烟行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、电子烟行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、电子烟行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

四、电子烟行业SWOT分析

1、电子烟行业优势分析

2、电子烟行业劣势分析

3、电子烟行业机会分析

4、电子烟行业威胁分析

第二节 中国电子烟行业竞争格局综述

一、电子烟行业竞争概况

1、中国电子烟行业品牌竞争格局

2、电子烟业未来竞争格局和特点

3、电子烟市场进入及竞争对手分析

二、中国电子烟行业竞争力分析

1、我国电子烟行业竞争力剖析

2、我国电子烟企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内电子烟企业竞争能力提升途径

三、中国电子烟产品竞争力优势分析

1、整体产品竞争力评价

2、产品竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

四、电子烟行业主要企业竞争力分析

1、重点企业资产总计对比分析

2、重点企业从业人员对比分析

3、重点企业营业收入对比分析

4、重点企业利润总额对比分析

5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 电子烟行业竞争格局分析

- 一、国内外电子烟竞争分析
- 二、我国电子烟市场竞争分析
- 三、我国电子烟市场集中度分析
- 四、国内主要电子烟企业动向
- 五、国内电子烟企业拟在建项目分析

第四节 电子烟行业并购重组分析

- 一、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 二、本土企业投资兼并与重组分析
- 三、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节 电子烟市场竞争策略分析

- 一、产品策略
- 二、技术策略
- 三、推广策略

第九章 2014-2016年电子烟行业领先企业经营形势分析

第一节 中国电子烟企业总体发展状况分析

- 一、电子烟企业主要类型
- 二、电子烟企业资本运作分析
- 三、电子烟企业创新及品牌建设
- 四、电子烟企业国际竞争力分析
- 五、2016年电子烟行业企业排名分析

第二节 中国领先电子烟企业经营形势分析

一、北京如烟科技发展有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构及新产品动向
- 3、企业技术水平分析
- 4、企业科研实力分析
- 5、企业产销能力分析
- 6、企业经济指标分析

二、深圳市博格科技有限公司

- 1、企业发展概况分析

- 2、企业产品结构及新产品动向
- 3、企业技术水平分析
- 4、企业科研实力分析
- 5、企业产销能力分析
- 6、企业经济指标分析

三、深圳市康诚一品科技有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构及新产品动向
- 3、企业技术水平分析
- 4、企业科研实力分析
- 5、企业产销能力分析
- 6、企业经济指标分析

四、常州欧凡尔电子科技有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构及新产品动向
- 3、企业技术水平分析
- 4、企业科研实力分析
- 5、企业产销能力分析
- 6、企业经济指标分析

五、香港欧蓝图国际有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构及新产品动向
- 3、企业技术水平分析
- 4、企业科研实力分析
- 5、企业产销能力分析
- 6、企业经济指标分析

六、深圳市美泰尔科技有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构及新产品动向
- 3、企业技术水平分析
- 4、企业科研实力分析
- 5、企业产销能力分析

6、企业经济指标分析

七、合元集团

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构及新产品动向

3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业产销能力分析

6、企业经济指标分析

八、惠州市吉瑞科技有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构及新产品动向

3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业产销能力分析

6、企业经济指标分析

九、湖北省允升科技工业园有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构及新产品动向

3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业产销能力分析

6、企业经济指标分析

十、深圳天劲电子烟科技有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构及新产品动向

3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业产销能力分析

6、企业经济指标分析

第十章 2017-2022年电子烟行业前景及趋势预测

第一节 电子烟行业五年规划现状及未来预测

- 一、 “十二五”期间电子烟行业运行情况
- 二、 “十二五”规划对经济发展的影响
- 二、 “十二五”期间电子烟行业发展成果
- 三、 电子烟行业“十三五”发展方向预测
 - 1、 电子烟行业“十三五”规划制定进展
 - 2、 电子烟行业“十三五”规划重点指导
 - 3、 电子烟行业在“十三五”规划中重点部署
 - 4、 “十三五”时期电子烟行业发展方向及热点

第二节 2017-2022年电子烟市场发展前景

- 一、 2017-2022年电子烟市场发展潜力
- 二、 2017-2022年电子烟市场发展前景展望
- 三、 2017-2022年电子烟细分行业发展前景分析

第三节 2017-2022年电子烟市场发展趋势预测

- 一、 2017-2022年电子烟行业发展趋势

- 1、 技术发展趋势分析
- 2、 产品发展趋势分析
- 3、 产品应用趋势分析

- 二、 2017-2022年电子烟市场规模预测

- 1、 电子烟行业市场容量预测
- 2、 电子烟行业销售收入预测

- 三、 2017-2022年电子烟行业应用趋势预测

- 四、 2017-2022年细分市场发展趋势预测

第四节 2017-2022年中国电子烟行业供需预测

- 一、 2017-2022年中国电子烟行业供给预测
- 二、 2017-2022年中国电子烟行业产量预测
- 三、 2017-2022年中国电子烟市场销量预测
- 四、 2017-2022年中国电子烟行业需求预测
- 五、 2017-2022年中国电子烟行业供需平衡预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、 市场整合成长趋势
- 二、 需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、 企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2017-2022年电子烟行业投资价值评估分析

第一节 电子烟行业投资特性分析

一、电子烟行业进入壁垒分析

二、电子烟行业盈利因素分析

三、电子烟行业盈利模式分析

第二节 2017-2022年电子烟行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2017-2022年电子烟行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第十二章 2013-2018年电子烟行业投资机会与风险分析

第一节 2017-2022年电子烟行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、电子烟行业投资机遇

第二节 2017-2022年电子烟行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第十三章 研究结论及发展建议 (ZY ZM)

第一节 电子烟行业研究结论及建议

第二节 电子烟子行业研究结论及建议

第三节 电子烟行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：电子烟行业生命周期

图表：电子烟行业产业链结构

图表：2014-2016年全球电子烟行业市场规模

图表：2014-2016年中国电子烟行业市场规模

图表：2014-2016年电子烟行业重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国电子烟市场占全球份额比较

图表：2014-2016年电子烟行业工业总产值

图表：2014-2016年电子烟行业销售收入

图表：2014-2016年电子烟行业利润总额

图表：2014-2016年电子烟行业资产总计

图表：2014-2016年电子烟行业负债总计

图表：2014-2016年电子烟行业竞争力分析

图表：2014-2016年电子烟市场价格走势

图表：2014-2016年电子烟行业主营业务收入

图表：2014-2016年电子烟行业主营业务成本

图表：2014-2016年电子烟行业销售费用分析

图表：2014-2016年电子烟行业管理费用分析

图表：2017-2022年中国电子烟行业供给预测

图表：2017-2022年中国电子烟行业产量预测

图表：2017-2022年中国电子烟市场销量预测

图表：2017-2022年中国电子烟行业需求预测

图表：2017-2022年中国电子烟行业供需平衡预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yancao/W91894E6FT.html>