

2017-2022年中国电子烟市 场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2017-2022年中国电子烟市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/A2504336CT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-07-11

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国电子烟市场现状分析及投资前景研究报告》共十四章。报告介绍了电子烟行业相关概述、中国电子烟产业运行环境、分析了中国电子烟行业的现状、中国电子烟行业竞争格局、对中国电子烟行业做了重点企业经营状况分析及中国电子烟产业发展前景与投资预测。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。

第一章电子烟行业相关概述 1

1.1电子烟的相关概念 1

1.1.1电子烟的定义 1

电子烟是一种模仿卷烟的电子产品，有着与卷烟一样的外观、烟雾、味道和感觉。它是通过雾化等手段，将尼古丁等变成蒸汽后，让用户吸食的一种产品。世界卫生组织专门对电子烟进行了研究，并得出了明确的结论：电子烟有害公共健康，它更不是戒烟手段，必须加强对其进行管制，杜绝青少年和非吸烟者产生危害。

电子烟是在最近几年出现的一种电子产品，开发当初的最初设计是用来给戒烟人群使用的，在进入市场的时候确实非常的受欢迎，尤其是那些想给家人戒烟的人群，但是电子烟还是有一定的危害的。

1.1.2电子烟的主要特性 1

1.1.3电子烟的分类 2

1.2电子烟的工作机理 3

1.2.1电子烟的结构组成 3

1.2.2电子烟的工作原理 4

1.2.3电子烟行与传统香烟的区别 4

1.2.4电子烟的发展历程 5

1.3电子烟的应用 7

1.3.1电子烟的适用人群 7

1.3.2电子烟的品牌分类 8

1.3.3电子烟的价位分布 8

1.4电子烟的替代品分析 9

第二章电子烟行业市场特点概述 11

2.1电子烟市场概况 11

2.1.1	市场容量大竞争小趋势好	11
2.1.2	使用率有待提高	11
2.1.3	利润空间大	11
2.2	进入本行业的主要障碍	12
2.2.1	资金准入障碍	12
2.2.2	市场准入障碍	12
2.2.3	技术与人才障碍	13
2.2.4	其他障碍	13
2.3	行业的周期性、区域性	14
2.3.1	电子烟产业正在兴起	14
2.3.2	全国电子烟九成深圳产	14
2.3.3	电子烟消费市场区域分布	14
2.4	行业与上下游行业的关联性	15
2.4.1	行业产业链概述	15
2.4.2	电子产业分布格局	15
2.4.3	下游产业分布	16
	第三章2014-2016年中国电子烟行业发展环境分析	17
3.1	电子烟行业政治法律环境	17
3.1.1	卷烟市场监管政策	17
3.1.2	公共场所禁烟规定	20
3.1.3	公共场所卫生管理条例实施细则	27
3.1.4	行业相关发展规划	34
3.1.5	相关产业政策分析	39
3.2	电子烟行业经济环境分析	40
3.2.1	国民经济运行情况与GDP	40
3.2.2	消费价格指数CPI、PPI	41
3.2.3	全国居民收入情况	44
3.2.4	全国卷烟市场消费情况	46
3.3	电子烟行业社会环境分析	48
3.3.1	电子烟对社会环境的影响	48
3.3.2	禁烟趋势对行业的影响	49
3.4	电子烟行业技术环境分析	49

3.4.1电子烟设计技术分析	49
3.4.2电子烟技术发展水平	49
1、中国电子烟技术水平所处阶段	49
2、与国外电子烟行业的技术差距	50
3.4.3行业主要技术发展趋势	50
3.4.4技术环境对行业的影响	51

第四章全球电子烟行业发展概述 52

4.12014-2016年全球电子烟行业发展情况概述 52

4.1.1全球电子烟行业发展现状 52

4.1.2全球电子烟行业发展特征 53

在国际市场上，电子烟已经发展得相对成熟，这与世界各国在禁烟方面较先进有关。早在2005年5月，世界第一个旨在限制全球烟草和烟草制品的公约《烟草控制框架公约》就正式生效了，到目前为止已有170多个缔约方，涵盖了全球86%的人口。很多国家都制定了相对严格的控烟制度，不仅烟民买烟困难，而且允许吸烟的场所也越来越少。这就大大促进了不受场合限制的电子烟的发展。据世界卫生组织官方网站声明显示，电子烟已经在巴西、加拿大、芬兰等50多个国家和地区合法销售，成为烟民健康吸烟的首选。

2012年全球电子烟产品市场规模为12.6亿美元，同比2011年增长20.4%。2015年全球电子烟市场规模达31.28亿美元。2010-2015年全球电子烟市场规模

资料来源：资料整理

4.1.3全球电子烟行业市场规模 54

4.22014-2016年全球主要地区电子烟行业发展状况 55

4.2.1欧洲电子烟行业发展情况概述 55

4.2.2美国电子烟行业发展情况概述 56

4.2.3马来西亚电子烟行业发展情况概述 58

4.32016-2022年全球电子烟行业趋势预测分析 59

4.3.1全球电子烟行业市场规模预测 59

4.3.2全球电子烟行业趋势预测分析 59

4.3.3全球电子烟行业发展趋势分析 60

第五章中国电子烟行业发展概述 61

5.1中国电子烟行业发展状况分析 61

5.1.1中国电子烟行业发展阶段 61

5.1.2中国电子烟行业发展总体概况 62

5.1.3中国电子烟行业发展特点分析	62
5.22014-2016年电子烟行业发展现状	64
5.2.12014-2016年中国电子烟行业市场规模	64
5.2.22014-2016年中国电子烟行业发展分析	65
5.2.32014-2016年中国电子烟企业发展分析	67
5.32016-2022年中国电子烟行业面临的困境及对策	71
5.3.1中国电子烟行业面临的困境及对策	71
1、中国电子烟行业面临困境	71
2、中国电子烟行业对策探讨	72
5.3.2中国电子烟企业发展困境及策略分析	73
1、中国电子烟企业面临的困境	73
2、中国电子烟企业的对策探讨	73
5.3.3国内电子烟企业的出路分析	74
第六章中国电子烟所属（其他电子设备制造）行业市场运行分析	76
6.12012-2015年中国电子烟所属（其他电子设备制造）行业总体规模分析	76
6.1.1企业数量结构分析	76
6.1.2人员规模状况分析	76
6.1.3行业资产规模分析	77
6.1.4行业市场规模分析	77
6.22012-2015年中国电子烟所属（其他电子设备制造）行业产销情况分析	78
6.2.1中国电子烟所属（其他电子设备制造）行业工业总产值	78
6.2.2中国电子烟所属（其他电子设备制造）行业工业销售产值	79
6.2.3中国电子烟所属（其他电子设备制造）行业产销率	79
6.32012-2015年中国电子烟所属（其他电子设备制造）行业市场供需分析	80
6.3.1中国电子烟所属（其他电子设备制造）行业供给分析	80
6.3.2中国电子烟所属（其他电子设备制造）行业需求分析	80
6.3.3中国电子烟所属（其他电子设备制造）行业供需平衡	81
6.42012-2015年中国电子烟所属（其他电子设备制造）行业财务指标总体分析	81
6.4.1行业盈利能力分析	81
6.4.2行业偿债能力分析	82
6.4.3行业营运能力分析	82
6.4.4行业发展能力分析	82

第七章中国电子烟行业细分市场调研	84
7.1电子烟行业细分市场概况	84
7.1.1市场细分充分程度	84
7.1.2市场细分发展趋势	86
7.1.3市场细分战略研究	86
7.1.4细分市场结构分析	87
7.2仿真烟市场调研	88
7.2.1市场发展现状概述	88
7.2.2行业市场规模分析	88
7.2.3行业市场需求分析	89
7.2.4产品市场潜力分析	89
7.3一次性电子烟市场调研	90
7.3.1市场发展现状概述	90
7.3.2行业市场规模分析	90
7.3.3行业市场需求分析	91
7.3.4产品市场潜力分析	91
7.4新型电子烟市场调研	92
7.4.1市场发展现状概述	92
7.4.2行业市场规模分析	92
7.4.3行业市场需求分析	93
7.4.4产品市场潜力分析	93
7.5建议	94
7.5.1细分市场评估结论	94
7.5.2细分市场博思数据建议	94
第八章中国电子烟行业上、下游产业链分析	96
8.1电子烟行业产业链概述	96
8.1.1产业链定义	96
8.1.2电子烟行业产业链	96
8.2电子烟行业主要上游产业发展分析	97
8.2.1电子产业发展现状	97
8.2.2电子产业供给分析	98
8.2.3全国电子产业分布分析	98

8.2.4	主要供给企业分析	99
8.3	电子烟行业主要下游产业发展分析	99
8.3.1	香烟产业发展现状	99
8.3.2	香烟产业需求分析	101
8.3.3	下游主要需求企业分析	101
8.3.4	下游最具前景产品/行业调研	102
第九章	中国电子烟行业市场竞争格局分析	103
9.1	中国电子烟行业竞争格局分析	103
9.1.1	电子烟行业区域分布格局	103
9.1.2	电子烟行业企业规模格局	103
9.1.3	电子烟行业企业性质格局	104
9.2	中国电子烟行业竞争五力分析	105
9.2.1	电子烟行业上游议价能力	105
9.2.2	电子烟行业下游议价能力	105
9.2.3	电子烟行业新进入者威胁	106
9.2.4	电子烟行业替代产品威胁	107
9.2.5	电子烟行业现有企业竞争	108
9.3	中国电子烟行业竞争SWOT分析	108
9.3.1	电子烟行业优势分析	108
9.3.2	电子烟行业劣势分析	109
9.3.3	电子烟行业机会分析	109
9.3.4	电子烟行业威胁分析	110
9.4	中国电子烟行业投资兼并重组整合分析	110
9.4.1	投资兼并重组现状	110
9.4.2	投资兼并重组案例	111
9.5	中国电子烟行业重点企业竞争策略分析	111
第十章	中国电子烟行业领先企业竞争力分析	115
10.1	北京赛烟科技发展有限公司	115
10.1.1	企业发展基本情况	115
10.1.2	企业主要产品分析	115
10.1.3	企业竞争优势分析	115
10.1.4	企业经营状况分析	116

10.1.5企业最新发展动态	116
10.1.6企业投资前景分析	116
10.2深圳市博格科技有限公司	116
10.2.1企业发展基本情况	116
10.2.2企业主要产品分析	117
10.2.3企业竞争优势分析	117
10.2.4企业经营状况分析	117
10.2.5企业最新发展动态	118
10.2.6企业投资前景分析	118
10.3深圳市康诚一品科技有限公司	118
10.3.1企业发展基本情况	118
10.3.2企业主要产品分析	119
10.3.3企业竞争优势分析	119
10.3.4企业经营状况分析	119
10.3.5企业最新发展动态	119
10.3.6企业投资前景分析	120
10.4常州市欧凡尔电子科技有限公司	120
10.4.1企业发展基本情况	120
10.4.2企业主要产品分析	120
10.4.3企业竞争优势分析	122
10.4.4企业经营状况分析	122
10.4.5企业最新发展动态	122
10.4.6企业投资前景分析	123
10.5深圳瀚星翔科技有限公司	123
10.5.1企业发展基本情况	123
10.5.2企业主要产品分析	124
10.5.3企业竞争优势分析	124
10.5.4企业经营状况分析	125
10.5.5企业最新发展动态	126
10.5.6企业投资前景分析	126
10.6深圳市合元科技有限公司	126
10.6.1企业发展基本情况	126

10.6.2企业主要产品分析	127
10.6.3企业竞争优势分析	127
10.6.4企业经营状况分析	127
10.6.5企业最新发展动态	127
10.6.6企业投资前景分析	128
10.7惠州市吉瑞科技有限公司	128
10.7.1企业发展基本情况	128
10.7.2企业主要产品分析	128
10.7.3企业竞争优势分析	128
10.7.4企业经营状况分析	129
10.7.5企业最新发展动态	130
10.7.6企业投资前景分析	130
10.8新宜康(深圳市新宜康科技有限公司)	130
10.8.1企业发展基本情况	130
10.8.2企业主要产品分析	131
10.8.3企业竞争优势分析	131
10.8.4企业经营状况分析	132
10.8.5企业最新发展动态	132
10.8.6企业投资前景分析	132
10.9惠州市凯尔文科技有限公司	132
10.9.1企业发展基本情况	132
10.9.2企业主要产品分析	133
10.9.3企业竞争优势分析	133
10.9.4企业经营状况分析	133
10.9.5企业最新发展动态	133
10.9.6企业投资前景分析	133
10.10易星EASING(郑州市瑞光恒业科技有限公司)	134
10.10.1企业发展基本情况	134
10.10.2企业主要产品分析	134
10.10.3企业竞争优势分析	134
10.10.4企业经营状况分析	135
10.10.5企业最新发展动态	135

10.10.6企业投资前景分析	136
第十一章2016-2022年中国电子烟行业发展趋势与前景分析	137
11.12016-2022年中国电子烟市场趋势预测	137
11.1.12016-2022年电子烟市场发展潜力	137
11.1.22016-2022年电子烟市场趋势预测展望	137
11.1.32016-2022年电子烟细分行业趋势预测分析	137
11.22016-2022年中国电子烟市场发展趋势预测	138
11.2.12016-2022年电子烟行业发展趋势	138
11.2.22016-2022年电子烟市场规模预测	139
11.2.32016-2022年电子烟行业应用趋势预测	139
11.2.42016-2022年细分市场发展趋势预测	140
11.32016-2022年中国电子烟行业供需预测	140
11.3.12016-2022年中国电子烟行业供给预测	140
11.3.22016-2022年中国电子烟行业需求预测	141
11.3.32016-2022年中国电子烟供需平衡预测	141
11.4影响企业生产与经营的关键趋势	141
11.4.1行业发展有利因素与不利因素	141
11.4.2市场整合成长趋势	142
11.4.3需求变化趋势及新的商业机遇预测	142
11.4.4企业区域市场拓展的趋势	142
11.4.5科研开发趋势及替代技术进展	142
11.4.6影响企业销售与服务方式的关键趋势	143
第十二章2016-2022年中国电子烟行业行业前景调研	144
12.1电子烟行业投资现状分析	144
12.1.1电子烟行业投资规模分析	144
12.1.2电子烟行业投资资金来源构成	145
12.1.3电子烟行业投资项目建设分析	145
12.1.4电子烟行业投资资金用途分析	146
12.1.5电子烟行业投资主体构成分析	146
12.2电子烟行业投资特性分析	147
12.2.1电子烟行业进入壁垒分析	147
12.2.2电子烟行业盈利模式分析	147

12.2.3电子烟行业盈利因素分析	148
12.3电子烟行业投资机会分析	149
12.3.1产业链投资机会	149
12.3.2细分市场投资机会	149
12.3.3重点区域投资机会	149
12.3.4产业发展的空白点分析	150
12.4电子烟行业投资前景分析	150
12.4.1电子烟行业政策风险	150
12.4.2宏观经济风险	151
12.4.3市场竞争风险	151
12.4.4关联产业风险	151
12.4.5产品结构风险	152
12.4.6技术研发风险	152
12.4.7其他投资风险	152
12.5电子烟行业投资潜力与建议	153
12.5.1电子烟行业投资潜力分析	153
12.5.2电子烟行业最新投资动态	154
12.5.3电子烟行业投资机会与建议	154
第十三章2016-2022年中国电子烟企业投资规划建议与客户策略分析	156
13.1电子烟企业投资前景规划背景意义	156
13.1.1企业转型升级的需要	156
13.1.2企业做大做强的需要	157
13.1.3企业可持续发展需要	158
13.2电子烟企业战略规划制定依据	158
13.2.1国家政策支持	158
13.2.2行业发展规律	159
13.2.3企业资源与能力	159
13.2.4可预期的战略定位	161
13.3电子烟企业战略规划策略分析	161
13.3.1战略综合规划	161
13.3.2技术开发战略	162
13.3.3区域战略规划	164

13.3.4	产业战略规划	164
13.3.5	营销品牌战略	164
13.3.6	竞争战略规划	166
13.4	电子烟中小企业投资前景研究	166
13.4.1	中小企业存在主要问题	166
1、	缺乏科学的投资前景	166
2、	缺乏合理的企业制度	166
3、	缺乏现代的企业管理	167
4、	缺乏高素质的专业人才	167
5、	缺乏充足的资金支撑	167
13.4.2	中小企业投资前景思考	168
1、	实施科学的投资前景	168
2、	建立合理的治理结构	169
3、	实行严明的企业管理	169
4、	培养核心的竞争实力	169
5、	构建合作的企业联盟	171
第十四章	研究结论及建议	174
14.1	研究结论	174
14.2	博思数据建议	175
14.2.1	行业投资策略建议	175
14.2.2	行业投资方向建议	177
14.2.3	行业投资方式建议	179

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/A2504336CT.html>