

# 2013-2017年中国戒烟产品 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](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2013-2017年中国戒烟产品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/yanjiu1303/P74380GDQT.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】2013-03-04

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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《2013-2017年中国戒烟产品市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了世界戒烟产品行业整体运营状况、中国戒烟产品行业市场发展环境，接着分析了中国戒烟产品行业市场运行的现状，然后介绍了中国戒烟产品市场竞争格局。随后，报告对中国戒烟产品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国戒烟产品行业发展趋势与投资预测。您若想对戒烟产品产业有个系统的了解或者想投资戒烟产品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2017年中国戒烟产品市场现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

吸烟造就了巨大的烟草市场，戒烟同样成就了一个巨大的戒烟产品市场专业机构统计，我国现有吸烟人已达3.5亿，并且每年还在以增加300万的速度扩张，而每年死于与吸烟有关疾病的烟民达120万人，约占世界该类疾病死亡总数的1/4。随着健康知识的普及，吸烟的危害让越来越多的烟民心生恐惧。统计显示，目前我国有一半以上的吸烟者存有戒烟想法，17%的烟民（大约6000万人）迫切要求解除对香烟的依赖。有着如此庞大的“群众基础”，即使最保守的估计，中国戒烟市场规模也将超过1000亿元。

戒烟市场虽品类繁多，但纵观市场，依旧是外企占据主导，辉瑞、强生、诺华分别凭借“畅沛”、“力克雷”、“尼派”三分天下。曾经红火一时的国内电子烟产品“如烟”，因为效果没得到科学证实而败下阵来。随着政府戒烟力度的加强，以及上亿烟民作坚强“后盾”，国内戒烟产品将不断涌现，但仍以小鱼小虾浑水捞金的姿态呈现，难成气候进而和外企抗衡，这种格局目前较难改变。

数据显示，占戒烟药市场份额最大的是由辉瑞制药生产的名为畅沛的非尼古丁类药物，2009年占戒烟药品市场的66.13%，达到1.4328千万元，2010年销售额有所上升达1.6058千万元，但市场份额因其他品牌的竞争，较2009年减少15.02%。目前戒烟产品市场依旧是辉瑞、强生、诺华三大外企占据主导。

世界卫生组织推荐的戒烟药一共有3类7种，第一种是尼古丁替代疗法，国际上有5类，国内目前只有贴片；第二类叫盐酸安非他酮；第三类是伐尼克兰。另外，可以使用一些行为疗法、心理治疗来克服吸烟者的烟瘾和心理依赖。强生的“力克雷”和诺华的“尼派”都属于尼古丁替代疗法，畅沛则是第三类伐尼克兰。目前我国有烟民3.5亿，如

果按照10%的烟民寻求药物戒烟，每人戒烟费用1000元计算，那么国内戒烟市场规模就可达到350亿元。

## 第一章 2012年世界戒烟产品行业整体运营状况分析

### 第一节 2012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 2012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 2012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 2012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 2013-2017年世界戒烟产品新趋势探析

## 第二章 2012年中国戒烟产品行业市场发展环境解析

### 第一节 国内宏观经济环境分析

- 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、2013年中国宏观经济发展预测分析

## 第二节 2012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 2012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 2012年中国戒烟产品行业市场运行态势剖析

### 第一节 2012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 2012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 2012年中国戒烟产品热点问题探讨

## 第四章 2012年中国戒烟产品业内热点产品运营态势分析

### 第一节 2012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 2012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 2012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 2012年中国戒烟产品市场销售透析

### 第一节 2012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 2012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 2012年中国戒烟产品市场营销策略分析

## 第六章 2012年中国戒烟产品市场消费调查

### 第一节 2012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 2012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 2012年中国戒烟产品市场竞争格局透析

### 第一节 2012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 2012年中国戒烟产品市场集中度分析

### 第三节 2012年中国戒烟产品行业竞争中存的问题

### 第四节 2013-2017年中国戒烟产品行业竞争趋势分析

## 第八章 2012年中国戒烟产业相关行业运行分析——卷烟制造业

### 第一节 2010-2012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 2010-2012年中国卷烟产量分析

- 一、2010-2011年全国卷烟产量分析
- 二、2012年全国及主要省份卷烟产量分析
- 三、2012年卷烟产量集中度分析

### 第三节 2012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 2013-2017年中国卷烟产业前景分析

## 第九章 2012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 2012年中国戒烟产品优势生产企业竞争力分析

### 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 2013-2017年中国戒烟产品行业发展趋势与前景展望分析



## 第一节 2013-2017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 2013-2017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 2013-2017年中国戒烟产品行业市场预测分析

## 第四节 2013-2017年中国戒烟产品市场盈利预测分析

## 第十二章 2013-2017年中国戒烟产品投资战略研究

### 第一节 2012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 2013-2017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 2013-2017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 博思数据投资建议

## 图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

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

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1303/P74380GDQT.html>