

# 2019年中国电子烟行业分析报告- 市场现状与未来商机分析

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国电子烟行业分析报告-市场现状与未来商机分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/410746410746.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 一、2019年中国电子烟行业发展历程回顾

多数文献指出，现在国际市场流行的电子烟在2004年由中国人发明，经过十年的不断发展，电子烟一直在不断更新它的技术，而且更新速度也非常的快，目前所出售的电子烟制品比之前销售的电子烟制品，其技术及性能等都要先进得多。电子烟在欧美市场近年来正在以非常迅猛的速度发展，欧美日益强劲的需求使得电子烟产品呈现制造中心在中国、需求中心在欧美的全球产业链格局。中国电子烟行业发展历程

资料来源：观研天下数据中心整理

### 二、2019年中国电子烟行业发展特点分析

虽然电子烟的行业发展时间不长，但是我国已经成为电子烟生产大国，行业已经形成了一定的特点：

#### 1、出口导向

电子烟虽然是中国人发明，但是国内市场对于电子烟的关注度不高，烟民更喜欢抽香烟，电子烟的市场发展缓慢，营销渠道较窄，只有网络营销和部分柜台销售，甚至部分电子烟在火车上进行销售，据了解，我国90%的电子烟产品均出口国外，因此我国电子烟行业是典型的出口型导向行业。

#### 2018年中国电子烟国内外市场分布

资料来源：观研天下数据中心整理

#### 2、企业规模小，品牌知名度低

我国电子烟行业企业数量众多，但是大部分企业规模较小，行业集中度较低，品牌知名度低导致消费者对于电子烟的信任度不高，这也是我国电子烟市场萎靡的主要原因之一。

#### 3、电子烟销售渠道小

数据显示，我国电子烟销售渠道主要有药店、商场、网络和火车等，其中网络销售和火车销售占比较高。

## 2018年中国电子烟销售渠道分布

资料来源：观研天下数据中心整理

### 三、2019年中国电子烟行业市场规模分析

我国电子烟近年来发展迅速，尤其是国内民众对于吸烟对健康损害的了解逐渐加深，同时我国肺癌发病率和死亡率联系多年排名第一，虽然我国香烟销量还处于增长状态，但新增抽烟人数已经开始下降，年轻一代消费者的吸烟率逐年下降，电子烟的知名度逐渐提升，市场规模开始增长。截止2018年我国电子烟行业市场规模已经超过60亿元。具体如下：

## 2014-2018年中国电子烟行业市场规模

资料来源：观研天下数据中心整理（FSW）

### 四、2019年中国电子烟行业发展环境分析

#### 1、政治环境

电子烟在诞生时，是作为戒烟工具宣传的，但是在产品使用中，发现电子烟并不能百分百让用户戒烟，商家就将电子烟作为普通香烟的替代品进行宣传，消费者也逐渐认同了该产品的属性，大多数的电子烟消费者开始把电子烟当做香烟的替代品进行购买。

由于烟草行业每年给我国财政贡献了巨额的税收，因此我国在电子烟的领域并没有法律属性的明确规定。但是在国家发布的一些文件中，电子烟可以类比为烟草制品，接受相关法律法规的管理。目前来看，国家和地方政府发布的《关于加强烟草专卖市场监管工作的通知》、《国家市场监督管理总局 国家烟草专卖局关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》、《杭州市公共场所控制吸烟条例》、《烟草控制框架公约》等文件，均提到了电子烟的销售和管理。

电子烟在我国虽然没有明确的法律规定，但是在全球其他国家和地区已经开始对电子烟发布了禁售令，其中包括来西亚、泰国、澳大利亚、新西兰、巴西、阿根廷、香港等地。

因此，我国现有的政策环境下，对电子烟的监管还没有明确的属性，但是随着时间巨轮的发展，电子烟的法律地位迟早会被明确，这就成为了电子烟的厂商在未来发展中随时需要关注的一点。

#### 2、经济环境

近年来，我国的经济发展由高速转变为了高质量发展阶段，2018年我国GDP为90.0309万亿元，同比增长了6.6%，城镇居民人均可支配收入达到了39251元，名义增长了7.8%。在我国经济的提升下，近年来，我国烟草行业的收入已经突破了万亿大关，2018年我国烟草行业利税收入为11556亿元，电子烟作为香烟的替代品，替代20%的香烟市场，电子烟行业的收入也能达到2000多亿元。

#### 2014-2018年我国烟草行业利税收入情况

资料来源：观研天下数据中心整理

### 3、社会环境

从前，吸烟是一种社交行为，随着精神文明建设的开展，以及“吸烟有害健康”的普及，再加上人们对于“二手烟”的厌恶，国内发出了公共场所全面禁烟的通知，同时我国不少吸烟人群还是戒烟。即便如此，我国仍然是世界上吸烟人数最多的国家，根据2015年《中国成为烟草调查报告》，我国15岁及以上成人吸烟人数高达3.15亿。庞大的基础人数，将带动我国电子烟行业的需求。

#### 全球烟民人数分布情况

资料来源：观研天下数据中心整理

### 4、技术环境

电子烟作为烟草类行业中的高科技产品，在一定程度上规避了法律的监管，在早期也让消费者产生了无害的错觉，很多烟草公司把电子烟的研发作为一个突破点，同时积极推广电子烟的消费。经过多年的发展，电子烟中的技术含量越来越高，以其中的芯片为例，可以实现电子烟的功率调节、模式切换、温度控制、电源管理等功能，越来越高端的芯片开始应用在电子烟产品之中。目前，我国在电子烟的监管方面处于空白，如果通过技术的提升，有确凿证明电子烟的低害性，那么将会对烟草行业产生颠覆性的影响。（Ipeng）

## 五、2019年中国电子烟行业消费特点分析

电子烟是一种模仿传统卷烟的产品，它有着与传统卷烟一样的外观、烟雾、味道和感觉，它是通过各种化学手段，将尼古丁等变成蒸汽后，让用户吸食的一种产品。世界卫生组织曾专门对电子烟进行了研究，并得出了明确的技术结论：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，杜绝对青少年和非吸烟者产生危害。

据卫生部统计，我国现有烟民3.5亿，占世界烟民总数的1/3，但我国电子烟消费者约150-200万之间，占吸烟总人口的0.47%-0.63%。考虑到我国庞大的烟民基数以及迅速扩大的

电子烟市场规模，在对比发达国家的电子烟转化率，我国存在着巨大的电子烟市场空间。

各国电子烟消费者占总烟民数的比例

资料来源：互联网公开资料，观研天下数据中心整理

电子烟一般分为雾化式和加热不燃烧式。当前北美地区是第一大雾化式电子烟市场，其中美国雾化式电子烟市场销售比例达到全球的45%，远远领先于其他国家。

各国雾化式电子烟市场份额

资料来源：《世界烟草报告》，观研天下数据中心整理

相对而言，当前加热不燃烧式电子烟的市场则显得比较单一，目前全球90%以上的加热不燃烧式电子烟的销售额都来自于日本。

全球加热不燃烧式市场主要集中在日本

资料来源：《世界烟草报告》，观研天下数据中心整理

## 六、2019年中国电子烟行业市场机会分析

电子烟从发明之初经历过一段缓慢的成长之后，近年来在欧美国家进入了发展的快车道，在过去的几年间，以欧美为主的全球的雾化电子烟市场销售额从2010年的9.6亿美元快速增长到2018年的156亿美元，年均复合增长率达到43%。

2010-2018年全球雾化电子烟行业市场规模

数据来源：观研天下整理

从近年来全球电子烟行业的快速发展来看，电子烟行业进入了一个快速发展的阶段，据世界烟草协会预测，未来几年电子烟年均复合增长率有望达到23%左右，到2025年有望达到650亿美元。

2019-2025年全球电子烟行业市场规模预测

数据来源：观研天下整理

从全球电子烟行业的渗透率来看，目前全球电子烟的渗透率仅为2%，欧美发达国家的渗透率也为5%，而国内的电子烟渗透率仅为0.15%，远不及全球平均水平以及欧美国家水平。

2013-2018年全球以及我国电子烟行业渗透率

数据来源：观研天下整理

从欧美市场发展状况以及国内电子烟发展来看，未来我国的电子烟的市场规模不断扩

大，未来电子烟产业将进入高速成长阶段，按照欧美发达国家发展来看，我国的电子烟市场空间潜力巨大。

再从电子烟转化率来看，美国电子烟消费者数量占吸烟总人口数的比重最高，约为14%，而我国烟民数量达到了3.5亿人，占全球烟民数量的13%，而我国的电子烟消费者数目约120-200万，占吸烟总人口的0.3%-0.63%，考虑到我国庞大的烟民基数，未来我国的电子烟行业市场潜力较大。

## 2018年全球以及我国电子烟行业转化率

数据来源：观研天下整理

### 七、2019年中国电子烟行业发展趋势预测

电子烟目前主要分为两种：第一种是加热液体产生供吸食者吸气的气溶胶，这类电子烟被称为雾化电子烟；第二种是采用加热烟草的形式产生可供吸食的烟雾而达到不燃烧的状态，被称为加热不燃烧式电子烟。

过去几年两种产品发展来看，雾化式电子烟在新型烟草制品中占绝对优势，从增量上来看，自2015年加热不燃烧式电子烟进入市场起，雾化式电子烟市场空间增速有所放缓，而加热不燃烧式电子烟增长迅猛。

## 2013-2018年全球电子烟行业细分产品市场规模

数据来源：观研天下整理

从近年来市场发展来看，由于加热不燃式的电子烟口感还原度很高，和真烟的击喉感基本没有区别，无需频繁的充电，以及目前是最便携的小型电子烟，因此加热不燃式的电子烟备受消费者青睐，未来我国的加热不燃式电子烟行业市场潜力巨大。（ZPP）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国电子烟行业分析报告-市场现状与未来商机分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局

，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。【报告大纲】

## 第一章 2016-2018年中国电子烟行业发展概述

### 第一节 电子烟行业发展情况概述

#### 一、电子烟行业相关定义

#### 二、电子烟行业基本情况介绍

#### 三、电子烟行业发展特点分析

### 第二节 中国电子烟行业上下游产业链分析

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、电子烟行业产业链条分析

#### 三、中国电子烟行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

### 第三节 中国电子烟行业生命周期分析

#### 一、电子烟行业生命周期理论概述

#### 二、电子烟行业所属的生命周期分析

### 第四节 电子烟行业经济指标分析

#### 一、电子烟行业的赢利性分析

#### 二、电子烟行业的经济周期分析

#### 三、电子烟行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国电子烟行业进入壁垒分析

#### 一、电子烟行业资金壁垒分析

#### 二、电子烟行业技术壁垒分析



- 三、电子烟行业人才壁垒分析
- 四、电子烟行业品牌壁垒分析
- 五、电子烟行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球电子烟行业市场发展现状分析

- 第一节 全球电子烟行业发展历程回顾
- 第二节 全球电子烟行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲电子烟行业地区市场分析
  - 一、亚洲电子烟行业市场现状分析
  - 二、亚洲电子烟行业市场规模与市场需求分析
  - 三、亚洲电子烟行业市场前景分析
- 第四节 北美电子烟行业地区市场分析
  - 一、北美电子烟行业市场现状分析
  - 二、北美电子烟行业市场规模与市场需求分析
  - 三、北美电子烟行业市场前景分析
- 第五节 欧盟电子烟行业地区市场分析
  - 一、欧盟电子烟行业市场现状分析
  - 二、欧盟电子烟行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧盟电子烟行业市场前景分析
- 第六节 2019-2025年世界电子烟行业分布走势预测
- 第七节 2019-2025年全球电子烟行业市场规模预测

## 第三章 中国电子烟产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
  - 一、中国GDP增长情况分析
  - 二、工业经济发展形势分析
  - 三、社会固定资产投资分析
  - 四、全社会消费品电子烟总额
  - 五、城乡居民收入增长分析
  - 六、居民消费价格变化分析
  - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国电子烟行业政策环境分析
  - 一、行业监管体制现状
  - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国电子烟产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

#### 第四章 中国电子烟行业运行情况

##### 第一节 中国电子烟行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

##### 第二节 中国电子烟行业市场规模分析

##### 第三节 中国电子烟行业供应情况分析

##### 第四节 中国电子烟行业需求情况分析

##### 第五节 中国电子烟行业供需平衡分析

##### 第六节 中国电子烟行业发展趋势分析

#### 第五章 中国电子烟所属行业运行数据监测

##### 第一节 中国电子烟所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

##### 第二节 中国电子烟所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

##### 第三节 中国电子烟所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

#### 第六章 2016-2018年中国电子烟市场格局分析

##### 第一节 中国电子烟行业竞争现状分析

- 一、中国电子烟行业竞争情况分析
- 二、中国电子烟行业主要品牌分析
- 第二节 中国电子烟行业集中度分析
  - 一、中国电子烟行业市场集中度分析
  - 二、中国电子烟行业企业集中度分析
- 第三节 中国电子烟行业存在的问题
- 第四节 中国电子烟行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国电子烟行业竞争力分析
  - 一、生产要素
  - 二、需求条件
  - 三、支援与相关产业
  - 四、企业战略、结构与竞争状态
  - 五、政府的作用

## 第七章 2016-2018年中国电子烟行业需求特点与动态分析

- 第一节 中国电子烟行业消费市场动态情况
- 第二节 中国电子烟行业消费市场特点分析
  - 一、需求偏好
  - 二、价格偏好
  - 三、品牌偏好
  - 四、其他偏好
- 第三节 电子烟行业成本分析
- 第四节 电子烟行业价格影响因素分析
  - 一、供需因素
  - 二、成本因素
  - 三、渠道因素
  - 四、其他因素
- 第五节 中国电子烟行业价格现状分析
- 第六节 中国电子烟行业平均价格走势预测
  - 一、中国电子烟行业价格影响因素
  - 二、中国电子烟行业平均价格走势预测
  - 三、中国电子烟行业平均价格增速预测

## 第八章 2016-2018年中国电子烟行业区域市场现状分析

- 第一节 中国电子烟行业区域市场规模分布

## 第二节 中国华东地区电子烟市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区电子烟市场规模分析
- 四、华东地区电子烟市场规模预测

## 第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区电子烟市场规模分析
- 四、华中地区电子烟市场规模预测

## 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区电子烟市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国电子烟行业竞争情况

### 第一节 中国电子烟行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

### 第二节 中国电子烟行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

### 第三节 中国电子烟行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第十章 电子烟行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

## 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

## 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第五节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2019-2025年中国电子烟行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国电子烟行业未来发展前景分析

#### 一、电子烟行业国内投资环境分析

#### 二、中国电子烟行业市场机会分析

#### 三、中国电子烟行业投资增速预测

## 第二节 中国电子烟行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国电子烟行业市场发展预测

- 一、中国电子烟行业市场规模预测
- 二、中国电子烟行业市场规模增速预测
- 三、中国电子烟行业产值规模预测
- 四、中国电子烟行业产值增速预测
- 五、中国电子烟行业供需情况预测

### 第四节 中国电子烟行业盈利走势预测

- 一、中国电子烟行业毛利润同比增速预测
- 二、中国电子烟行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2019-2025年中国电子烟行业投资风险与营销分析

### 第一节 电子烟行业投资风险分析

- 一、电子烟行业政策风险分析
- 二、电子烟行业技术风险分析
- 三、电子烟行业竞争风险分析
- 四、电子烟行业其他风险分析

### 第二节 电子烟行业企业经营发展分析及建议

- 一、电子烟行业经营模式
- 二、电子烟行业销售模式
- 三、电子烟行业创新方向

### 第三节 电子烟行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2019-2025年中国电子烟行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国电子烟行业品牌战略分析

- 一、电子烟企业品牌的重要性
- 二、电子烟企业实施品牌战略的意义
- 三、电子烟企业品牌的现状分析
- 四、电子烟企业的品牌战略
- 五、电子烟品牌战略管理的策略

### 第二节 中国电子烟行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性

- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题
- 第三节 中国电子烟行业战略综合规划分析
  - 一、战略综合规划
  - 二、技术开发战略
  - 三、业务组合战略
  - 四、区域战略规划
  - 五、产业战略规划
  - 六、营销品牌战略
  - 七、竞争战略规划

#### 第十四章 2019-2025年中国电子烟行业发展策略及投资建议

##### 第一节 中国电子烟行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

##### 第二节 中国电子烟行业定价策略分析

##### 第三节 中国电子烟行业营销渠道策略

- 一、电子烟行业渠道选择策略
- 二、电子烟行业营销策略

##### 第四节 中国电子烟行业价格策略

##### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电子烟行业重点投资区域分析
- 二、中国电子烟行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/410746410746.html>