

# 2020年中国电子烟市场前景研究报告- 产业供需现状与发展趋势预测

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《2020年中国电子烟市场前景研究报告-产业供需现状与发展趋势预测》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/504558504558.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

7月13日，国家烟草专卖局召开电子烟市场专项检查行动部署电视电话会议，计划自7月10日开始，对电子烟行业开展为期两个月的专项整治，计划联合同级市场监管部门，力争彻底整治电子烟市场乱象，努力实现电子烟监管预期目标。这是国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局又一次联合推进电子烟监管的重要举措，表明了两部门持续依法打击违法违规制售电子烟行为、保护未成年人权益的态度和决心。

电子烟作为传统烟草制品的补充，同样具有成瘾性和一定有害性。近几年电子烟行业一度成为风口，但其中也存在一些无序发展的情况，走私及非法贩卖电子烟案件频发，对消费者特别是未成年人的身心健康产生极大危害。针对此现象，自2018年起，我国逐步加强对电子烟行业的监管，整治市场乱象。

我国走私及非法贩卖电子烟部分案件

时间

情况

2018年1月(宁波)

宁波公安部门联合市烟草专卖局，破获全国首例特大新型卷烟非法经营案，抓获嫌疑人13名，涉案金额上亿元。

2018年1月(上海)

公安机关从犯罪嫌疑人苟某及其同伙处查获1Q0S卷烟共计2000余条，初步估算价值共计340000余元。

2018年5月(温州)

瓯海警方联合温州市烟草专卖局侦破一起非法经营烟草案件，查获1Q0S卷烟2000多条，涉案价值高达2000万元。

2018年6月(绍兴)

绍兴警方破获一起特大互联网销售加热不燃烧卷烟案件，抓获犯罪嫌疑人19名，涉案金额超过6000万元。

2019年4月(舟山)

公安局对外发布，成功破获3起走私电子烟非法经营案，在佛山、深圳、温州、绍兴等地抓获犯罪嫌疑人16名，共查获3100多条走私电子烟，涉案金额2000多万元。资料来源：公开

资料整理

我国对电子烟市场的监管

时间

部门

名称

相关内容

2018年8月

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》

规定各类市场主体不得向未成年人出售电子烟，建议电商平台对含有“学生”“未成年人”等字样的电子烟产品下架，对相关店铺（销售者）进行扣分或关店处理等。

2019年11月

国家市场监督管理总局、国家烟草专卖局

《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》

要求各类市场主体不得向未成年人销售电子烟；敦促电子烟生产、销售企业或个人及时关闭电子烟互联网销售网站或客户端，电商平台及时关闭电子烟店铺并将电子烟产品及时下架，电子烟生产、销售企业或个人撤回通过互联网发布的电子烟广告。

2020年7月

国家烟草专卖局

电子烟市场专项检查行动部署电视电话会议

本次会议的召开旨在进一步落实《国家烟草专卖局国家市场监督管理总局关于印发电子烟市场专项检查行动方案的通知》内容，要求各级烟草专卖局要积极联合同级市场监管部门，切实加强组织领导、分析研判和统筹协调，力争彻底整治电子烟市场乱象，努力实现电子烟监管预期目标。资料来源：国家烟草局官网

除了国家层面发文禁止向未成年人出售电子烟产品外，地方政府对于电子烟也是多方限制，这都有效规范了我国电子烟行业标准和规范。2020年6月16日，山东省在全省范围内部署开展为期三个月的电子烟市场专项整治行动，依法打击向未成年人销售电子烟、网售电子烟等违法行为，进一步规范电子烟市场秩序。

我国部分地区对电子烟的监管措施

时间

地区

控烟政策及内容

2018年10月

张家口

《张家口市控制吸烟条例(征求意见稿)》，明确将电子烟纳入禁烟监管范围

2019年1月

杭州

《杭州市公共场所控制吸烟条例》，明确将吸食电子烟纳入吸烟行为，禁烟场所禁止使用电子烟

2019年1月

深圳

《深圳经济特区控制吸烟条例(修订征求意见稿)》，将电子烟纳入禁烟范围

2019年2月

香港

香港提交《2019年吸烟(公共卫生)(修订)条例法案》，建议禁止进口、销售、制造、宣传电子烟产品，违者或罚款5万港元及6个月监禁

2019年5月

北京

《北京市轨道交通乘客守则》中，补充了禁止吸电子烟的规定。

2019年5月

成都

成都司法局发布新禁烟令，明确将使用电子烟纳入吸烟行为，公共场所使用电子烟将受到约束

2019年6月

秦皇岛

《秦皇岛市控制吸烟办法》中，明确将使用电子烟纳入吸烟行为，禁止吸烟场所禁止使用电子烟

2019年10月

深圳

新修订的《深圳经济特区控制吸烟条例》开始实施

2019年10月

深圳

开出内地首张电子烟罚单

2019年10月

香港

香港特别行政区行政长官在宣读任内第二份“施政报告”时提到，香港将全面禁止电子烟

2020年6月

山东

《“守护成长”电子烟市场专项整治行动方案》(鲁市监网监字[2020]196号)，在全省范围内部署开展为期三个月的电子烟市场专项整治行动。主要采取线上监测和线下执法相结合、宣传引导和行政管理相结合等方式，强化各类电子烟经营者主体责任意识，依法打击向未成年人销售电子烟、网售电子烟等违法行为，进一步规范电子烟市场秩序。资料来源：公开资料整理

电子烟自问世以来，行业保持快速发展，市场规模不断扩大。数据显示，2019年中国电子烟市场规模将近80亿元，国内电子烟市场前景广阔，但同时监管力度的加强，其市场增速将有所放缓，预计2020年中国电子烟市场规模将小幅增长至81亿元左右。国家先后三次

对电子烟市场加强监管力度，表明了保护未成年人的态度持续鲜明，手段措施不断细化。监管收紧或令市场增速短期承压，但规范化有利于行业高质量和长期发展。

## 2017-2022年中国电子烟行业市场规模及预测

数据来源：公开资料整理（CT）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2020年中国电子烟市场前景研究报告-产业供需现状与发展趋势预测》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 2017-2020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

###### 四、电子烟行业经营模式

###### 1、生产模式

###### 2、采购模式

###### 3、销售模式

###### 五、电子烟行业需求主体分析

## 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、产业链运行机制

#### 1、沟通协调机制

#### 2、风险分配机制

#### 3、竞争协调机制

### 四、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 2017-2020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 2021-2026年世界电子烟行业分布走势预测

## 第七节 2021-2026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
  - 1、行业技术发展现状
  - 2、行业技术专利情况
  - 3、技术发展趋势分析
- 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 我国电子烟行业进出口形势分析

#### 一、进口形势分析

#### 二、出口形势分析

#### 三、进出口价格对比分析

### 第六节 我国电子烟行业细分市场分析（2015-2019年）

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

#### 三、其它细分市场

### 第七节 中国电子烟行业供需平衡分析

### 第八节 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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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

###### 四、华南地区电子烟市场规模预测

#### 第九章 2017-2020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SCP分析

###### 一、理论介绍

###### 二、SCP范式

###### 三、SCP分析框架

##### 第四节 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1

###### 一、企业概况

## 二、主营业务

## 三、运营情况分析

## 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业2

#### 一、企业概况

#### 二、主营业务

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业3

#### 一、企业概况

#### 二、主营业务

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第四节 企业4

#### 一、企业概况

#### 二、主营业务

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第五节 企业5

#### 一、企业概况

#### 二、主营业务

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年中国电子烟行业发展战略及规划建议

#### 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

### 第四节 电子烟行业竞争力提升策略

- 一、电子烟行业产品差异性策略
- 二、电子烟行业个性化服务策略
- 三、电子烟行业的促销宣传策略
- 四、电子烟行业信息智能化策略
- 五、电子烟行业品牌化建设策略
- 六、电子烟行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026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

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/504558504558.html>