

中国戒烟产品产业盈利模式深度调研与企业投资 战略咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国戒烟产品产业盈利模式深度调研与企业投资战略咨询报告》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/226353226353.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

吸烟可以成瘾，称为烟草依赖。烟草依赖是一种慢性疾病国际疾病分类（ICD-10）编码为F17.2，有其相应的临床诊断标准。烟草中导致烟草依赖的主要物质是尼古丁，其药理学及行为学过程与其他成瘾性物质类似，如海洛因和可卡因等。烟草依赖者一旦停止吸烟，可出现吸烟渴求、焦虑、抑郁、头痛等一系列戒断症状。同时，烟草依赖具有高复发性，其治疗往往需要专业人士及科学方法的辅助。

大量研究证据表明，戒烟可降低或消除吸烟导致的健康危害。任何人在任何年龄戒烟均可获益，且戒烟越早、持续时间越长，健康获益就越大。目前已有能够明显提高长期戒烟率的有效治疗方法，包括戒烟的简短建议、药物治疗、戒烟咨询及戒烟热线。

中国报告网发布的《中国戒烟产品产业盈利模式深度调研与企业投资战略咨询报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

报告大纲：

第一章2013-2015年世界戒烟产品行业整体运营状况分析

第一节2013-2015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2013-2015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2013-2015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

第二章2013-2015年中国戒烟产品行业市场发展环境解析

第一节2013年中国宏观经济环境分析

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2013-2015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2013-2015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2013-2015年中国戒烟产品行业市场运行态势剖析

第一节2013-2015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2013-2015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2013-2015年中国戒烟产品热点问题探讨

第四章2013-2015年中国戒烟产品业内热点产品运营态势分析

第一节2013-2015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2013-2015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2013-2015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2013-2015年中国戒烟产品市场销售透析

第一节2013-2015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2013-2015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2013-2015年中国戒烟产品市场营销策略分析

第六章2013-2015年中国戒烟产品市场消费调查

第一节2013-2015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2013-2015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2013-2015年中国戒烟产品市场竞争格局透析

第一节2013-2015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2013-2015年中国戒烟产品市场集中度分析

第三节2013-2015年中国戒烟产品行业竞争中存的问题

第四节2015-2020年中国戒烟产品行业竞争趋势分析

第八章2013-2015年中国戒烟产业相关行业运行分析—卷烟制造业

第一节2013-2015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2013-2015年中国卷烟产量分析

一、2013-2015年全国卷烟产量分析

二、2013年全国及主要省份卷烟产量分析

三、2013年卷烟产量集中度分析

第三节2013-2015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2015-2020年中国卷烟产业前景分析

第九章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

第十章中国戒烟产品优势生产企业竞争力及关键性数据分析

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2015-2020年中国戒烟产品行业发展趋势与前景展望分析

第一节2015-2020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2015-2020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2015-2020年中国戒烟产品行业市场预测分析

第四节2015-2020年中国戒烟产品市场盈利预测分析

第十二章2015-2020年中国戒烟产品投资战略研究

第一节2013-2015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2015-2020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2015-2020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

第四节专家投资建议

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/226353226353.html>