

# 2021年中国电子烟市场分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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《2021年中国电子烟市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/536381536381.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

电子烟是一种模仿卷烟的电子产品，外观、烟雾、味道和感觉与卷烟较为相似，是一种以可充电锂聚合物电池供电驱动雾化器，透过加热油舱中的烟油，将尼古丁等变成蒸汽后，让用户吸食的产品。

### 1、产业链

电子烟产业链上游主要为电池、雾化器、烟油、包装以及其他配件，行业下游主要用于销售领域，通过经销商或者代理商将电子烟产品输送到零售商，最后到达终端消费者手中。

电子烟产业链

资料来源：公开资料整理

### 2、政策环境

从2017-2021年来的政策规划来看，近年来我国政府对电子烟行业监管趋严，国家烟草专卖局，国家市场监督管理总局等政府相关部门先后提出电子烟市场专项检查行动方案等政策，以规范中国电子烟行业。

2021年3月22日，工信部公开征求对《关于修改〈中华人民共和国烟草专卖法实施条例〉的决定（征求意见稿）》的意见，其中提出电子烟将参照传统卷烟监管，将大幅度提升电子烟监管效能。

在此政策背景下，我国电子烟行业准入门槛将更高，产品质量将有所保障；而推广、售卖及使用场所将会受到严格限制，实行专卖许可。而对于生产、制造商来说，进行转型升级迫在眉睫。

我国电子烟相关政策规划汇总

时间

发布主体

政策规划

要点

2017年

国家烟草专卖局

《关于加强烟草专卖市场监督管理工作的通知》

明确加热不燃烧烟草制品属于烟草制品，应当纳入监管范围，促进电子烟行业规范化发展。

全国各縣市烟草专卖局

《禁止销售进口新型卷烟的告知书》

明确企业不能生产或从境外进口加热不燃烧烟草制品在中国进行销售，确保电子烟行业的严格监管。

国家烟草专卖局

## 《电子烟》

国家烟草专卖局向国家标准化管理委员会提出了《电子烟》强制性国家标准立项申请，推动中国电子烟行业的国标发布，行业标准化发展。

中国电子商会

### 《电子烟雾化类器具产品通用规范》、《电子烟雾化液规范》

规范了电子烟雾化类器具产品及雾化液的通用要求、元件要求、使用说明书、标识、包装、运输、储存、售后服务等要求，行业进入标准化监管，进入门槛提升。

2018年

国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局

### 《关于禁止向未成年人出售电子烟的通告》

提出禁止市场主体不得向未成年人销售电子烟，同时加强对上架电子烟产品名称的审核把关，采取有效措施屏蔽关联关键词，不向未成年人展示电子烟产品，行业监管严格化发展。

国家烟草专卖局

### 《国家烟草专卖局2018年全面深化改革工作要点》

2018年烟草行业全面深化改革工作要点明确将继续深化新型烟草制品创新改革，推进新型烟草制品的监管政策法规产品国际拓展。

国家烟草专卖局

国家强制性标准计划《电子烟》、国家标准计划《电子烟液烟碱、丙二醇和丙三醇的测定气相色谱法》

已进入审查阶段，若审查无异，电子烟和电子烟液国家标准将分别在未来24个月和12个月内由国标委批准通过，有效规范我国电子烟行业标准与发展

2019年

国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局

### 《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》

确定取缔电子烟线上销售渠道，同时要求电子烟生产、销售企业或个人撤回通过互联网发布的电子烟广告，电子烟行业线上渠道监管严格，推动自营店、代理店、体验店等线下渠道多元化发展。

2020年

国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局

### 《电子烟市场专项检查行动方案》

提出实行为期两个月的专项检查行动，着力解决电子烟变相销售、虚假广告、自媒体传播、自动售卖机和实体店年龄核验等突出问题，以全面清理电子烟的违法售卖，规范行业经营行为。

2021年3月

工信部

公开征求对《关于修改 中华人民共和国烟草专卖法实施条例 的决定（征求意见稿）》的意见。

提出电子烟等新型烟草制品参照本条例中关于卷烟的有关规定执行。资料来源：国家烟草专卖局、国家市场监督管理总局等部门

### 3、行业分析

我国烟民比例较高，但烟民暂未形成电子烟消费习惯，近年来电子烟零售额有所上升，但电子烟在烟民中的渗透率仍较低，我国电子烟仍处于初期发展阶段。

在零售额方面，数据显示，2020年我国烟草产品零售额为2543亿美元，其中电子烟零售额仅为25亿美元。

2016-2020年我国烟草产品零售额结构变化（单位：亿元）

数据来源：公开资料整理

细分来看，我国电子烟零售额增长主要源于封闭式电子烟。数据显示，2020年我国封闭式电子烟零售额为21亿美元，开放式电子烟零售额仅为4亿美元。

2016-2020年我国电子烟零售额结构变化（单位：亿元）

数据来源：公开资料整理

在渗透率方面，数据显示，受口感、产品质量无保证等因素制约，截至2019年我国电子烟使用者渗透率仅为1.2%。

2016-2019年我国电子烟使用者渗透率变化

数据来源：公开资料整理

### 4、需求分析

戒烟需求是我国烟民购买电子烟的主要驱动力，其次为环保意识与控制食欲，三大因素占比分别为57.8%、51.7%、30.6%。

2020年我国烟民对电子烟的需求因素分布

数据来源：公开资料整理

从性别年龄上看，在年龄群体方面，26-45岁是我国电子烟主要消费群体，占比高达85%；在性别分布方面，女性为我国电子烟主要消费群体，占比高达73%。

我国电子烟消费群体年龄分布

数据来源：公开资料整理

我国电子烟消费群体性别分布

数据来源：公开资料整理

### 5、前景分析

目前在政策监管下，我国电子烟行业趋于规范化发展，未来随着中国烟民健康意识的提升以及电子烟技术的发展，我国电子烟行业仍较保持稳定增长。数据显示，截至2020年我国电子烟市场规模已达到144.3亿元，预计2025年将突破千亿元。

2016-2025年我国电子烟行业市场规模及预测（按营收统计）数据来源：公开资料整理（sh

z)

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。《2021年中国电子烟市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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 欧洲电子烟行业地区市场分析

#### 一、欧洲电子烟行业市场现状分析

#### 二、欧洲电子烟行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲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

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 我国电子烟行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国电子烟行业供需平衡分析

第七节 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影响因素分析

#### 二、中国电子烟行业市场集中度分析

### 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 中国电子烟行业钻石模型分析

#### 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 电子烟行业成本结构分析

##### 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SCP分析

#### 一、理论介绍

#### 二、SCP范式

#### 三、SCP分析框架

### 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 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

##### 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

第三节 中国电子烟行业价格策略

第四节 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 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yancao/536381536381.html>