

2017-2022年中国电子烟行业市场供需预测及投资 战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国电子烟行业市场供需预测及投资战略研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201702/497449.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

报告目录：

| | |
|-------------------------------|----|
| 第一章 2014-2016年中国电子烟行业发展概述 | 24 |
| 第一节 电子烟行业发展情况 | 24 |
| 一、电子烟定义 | 24 |
| 二、电子烟行业发展历程 | 24 |
| 第二节 电子烟产业链分析 | 25 |
| 一、产业链模型介绍 | 25 |
| 二、电子烟产业链模型分析 | 26 |
| 第三节 中国电子烟行业经济指标分析 | 27 |
| 一、赢利性 | 27 |
| 二、成长速度 | 27 |
| 三、附加值的提升空间 | 27 |
| 四、进入壁垒 退出机制 | 28 |
| 五、风险性 | 28 |
| 六、行业周期 | 28 |
| 七、竞争激烈程度指标 | 29 |
| 八、当前行业发展所属周期阶段的判断 | 29 |
| 第二章 2014-2016年中国电子烟行业市场发展环境分析 | 31 |
| 第一节 中国经济环境分析 | 31 |
| 一、国民经济运行情况GDP | 31 |
| 二、消费价格指数CPI、PPI | 32 |
| 三、全国居民收入情况 | 33 |
| 四、恩格尔系数 | 35 |
| 五、工业发展形势 | 36 |
| 六、固定资产投资情况 | 38 |
| 第二节 中国电子烟行业政策环境分析 | 43 |
| 一、近年来国家以及政府颁布的相关政策法规 | 43 |
| 二、相关政策法规对市场的影响程度 | 43 |
| 三、电子烟市场国家宏观发展规划调控方向 | 44 |
| 第三节 中国电子烟行业社会环境分析 | 44 |
| 一、人口环境分析 | 44 |
| 二、教育环境分析 | 45 |
| 三、文化环境分析 | 46 |

四、生态环境分析 47

五、中国城镇化率 48

六、居民的各种消费观念和习惯 49

第四节 中国电子烟行业技术环境分析 52

第三章 电子烟产品生产工艺及技术趋势研究 54

第一节 质量指标情况 54

第二节 国外主要生产工艺 54

第三节 国内主要生产方法 55

第四节 国内外技术对比分析 56

第五节 国内外最新技术进展及趋势研究 56

第四章 2014-2016年全球电子烟产品市场运行态势分析 57

第一节 全球电子烟产品市场现状分析 57

一、全球电子烟产品市场供需分析 57

二、全球电子烟产品价格走势分析 57

三、全球电子烟产品市场运行特征分析 57

第二节 全球电子烟产品主要国家及地区发展情况分析 59

一、美国 59

二、亚洲 60

三、欧洲 60

第三节 全球电子烟产品外商在华投资动态 61

第五章 2014-2016年国内电子烟产品市场运行结构分析 62

第一节 国内电子烟产品市场规模分析 62

一、总量规模 62

二、增长速度 62

三、市场季节变动分析 63

第二节 国内外电子烟产品市场供给平衡性分析 64

第六章 2014-2016年中国电子烟行业市场现状运营分析 65

第一节 电子烟市场现状分析及预测 65

一、2014-2016年中国电子烟市场规模分析 65

二、2017-2022年中国电子烟市场规模预测 65

第二节 电子烟产品产能分析及预测 66

- 一、2014-2016年中国电子烟产能分析 66
- 二、2017-2022年中国电子烟产能预测 67
- 第三节 电子烟产品产量分析及预测 67
 - 一、2014-2016年中国电子烟产量分析 67
 - 二、2017-2022年中国电子烟产量预测 68
- 第四节 电子烟市场需求分析及预测 68
 - 一、2014-2016年中国电子烟市场需求分析 69
 - 二、2017-2022年中国电子烟市场需求预测 69
- 第五节 电子烟价格趋势分析 70
 - 一、2014-2016年中国电子烟市场价格分析 70
 - 二、2017-2022年中国电子烟市场价格预测 70
- 第六节 电子烟行业生产分析 71
 - 一、产品及原材料进口、自有比例 71
 - 二、国内产品及原材料生产基地分布 71
 - 三、产品及原材料产业集群发展分析 71
- 第七节 2014-2016年电子烟行业市场供给分析 73
 - 一、电子烟生产规模现状 73
 - 二、电子烟产能规模分布 73
 - 三、电子烟市场价格走势 73
 - 四、电子烟重点厂商分布 73
 - 五、电子烟产供状况分析 74

- 第七章 2014-2016年电子烟行业采购状况分析 75
 - 第一节 2014-2016年电子烟成本分析 75
 - 一、原材料成本走势分析 75
 - 二、劳动力供需及价格分析 75
 - 三、其他方面成本走势分析 75
 - 第二节 上游原材料价格与供给分析 75
 - 一、主要原材料情况 76
 - 二、主要原材料价格与供给分析 76
 - 三、2017-2022年主要原材料市场变化趋势预测 76
 - 第三节 电子烟产业链的分析 77
 - 一、行业集中度 77
 - 二、主要环节的增值空间 77
 - 三、行业进入壁垒和驱动因素 77

四、上下游行业影响及趋势分析 78

第八章 2014-2016年国内电子烟产品进出口贸易分析 79

第一节 2014-2016年国内电子烟产品进口情况分析 79

第二节 2014-2016年国内电子烟产品出口情况分析 79

第三节 2014-2016年国内进出口相关政策及税率研究 80

第四节 代表性国家和地区进出口市场分析 81

第五节 2017-2022年电子烟产品进出口预测分析 81

第九章 2014-2016年中国电子烟市场竞争格局分析 82

第一节 行业竞争结构分析 82

一、现有企业间竞争 82

二、潜在进入者分析 83

三、替代品威胁分析 84

四、供应商议价能力 85

五、客户议价能力 85

第二节 行业集中度分析 86

一、市场集中度分析 86

二、企业集中度分析 86

三、区域集中度分析 86

第三节 行业国际竞争力比较 86

一、生产要素 87

二、需求条件 87

三、支援与相关产业 87

四、企业战略、结构与竞争状态 88

五、政府的作用 88

第四节 电子烟竞争力优势分析 89

一、整体产品竞争力评价 89

二、产品竞争力评价结果分析 89

三、竞争优势评价及构建建议- 90

第五节 电子烟行业竞争格局分析 94

一、电子烟行业竞争分析 95

二、国内外电子烟竞争分析 95

三、中国电子烟市场竞争分析 95

四、中国电子烟市场集中度分析 95

五、中国电子烟竞争对手市场份额 95

六、中国电子烟主要品牌企业梯队分布 96

第十章 行业盈利能力分析 97

第一节 2014-2016年行业销售毛利率 97

第二节 2014-2016年行业销售利润率 97

第三节 2014-2016年行业总资产利润率 98

第四节 2014-2016年行业净资产利润率 98

第五节 2014-2016年行业产值利税率 99

第六节 2017-2022年行业盈利能力预测 100

第十一章 行业成长性分析 101

第一节 2014-2016年行业销售收入增长分析 101

第二节 2014-2016年行业总资产增长分析 101

第三节 2014-2016年行业固定资产增长分析 102

第四节 2014-2016年行业净资产增长分析 102

第五节 2014-2016年行业利润增长分析 103

第六节 2017-2022年行业增长预测 103

第十二章 中国电子烟产业市场营销策略竞争深度研究 104

第一节 不同规模企业市场营销策略竞争分析 104

一、不同规模企业市场产品策略 104

二、不同规模企业市场渠道策略 104

三、不同规模企业市场价格策略 105

四、不同规模企业广告媒体策略 105

五、不同规模企业客户服务策略 106

第二节 不同所有制企业市场营销策略竞争分析 107

一、不同所有制企业市场产品策略 107

二、不同所有制企业市场渠道策略 108

三、不同所有制企业市场价格策略 110

四、不同所有制企业广告媒体策略 110

五、不同所有制企业客户服务策略 110

第十三章 2014-2016年中国电子烟行业营销策略和销售渠道考察 111

第一节 中国电子烟行业目前主要营销渠道分析 111

第二节 中国电子烟行业重点企业营销策略 111

第三节 中国电子烟行业产品营销策略建议 111

第四节 中国电子烟行业营销渠道变革专家研究 112

一、电子烟行业营销渠道新理念 112

二、电子烟行业渠道管理新发展 113

三、当前中国中小企业的外部营销环境 114

四、中小企业营销渠道存在的问题和不足 116

第五节 中国电子烟行业营销渠道发展趋势点评 117

一、营销渠道结构扁平化 117

二、营销渠道终端个性化 118

三、营销渠道关系互动化 118

四、营销渠道商品多样化 119

第十四章 2014-2016年电子烟国内拟在建项目分析及竞争对手动向 120

第一节 国内主要竞争对手动向 120

第二节 国内拟在建项目分析 120

第十五章 2014-2016年中国电子烟重点企业竞争力分析 122

第一节 深圳市奥海康科技有限公司 122

一、企业概况 122

二、企业财务指标 122

三、企业竞争优势分析 125

四、企业主营产品分析 125

五、企业经营情况分析 125

六、企业发展新动态与战略规划分析 125

第二节 北京如烟科技发展有限公司 125

一、企业概况 125

二、企业财务指标 125

三、企业竞争优势分析 128

四、企业主营产品分析 128

五、企业经营情况分析 128

六、企业发展新动态与战略规划分析 129

第三节 深圳市思乐达科技有限公司 129

一、企业概况 129

二、企业财务指标 129

三、企业竞争优势分析 132

四、企业主营产品分析 132

五、企业经营情况分析 132

六、企业发展新动态与战略规划分析 132

第四节 香港依思瑞实业有限公司 132

一、企业概况 133

二、企业财务指标 133

三、企业竞争优势分析 135

四、企业主营产品分析 135

五、企业经营情况分析 136

六、企业发展新动态与战略规划分析 136

第五节 宁波康盛电子科技有限公司 136

一、企业概况 136

二、企业财务指标 136

三、企业竞争优势分析 139

四、企业主营产品分析 139

五、企业经营情况分析 139

六、企业发展新动态与战略规划分析 139

第六节 深圳市凯威电子有限公司 140

一、企业概况 140

二、企业财务指标 140

三、企业竞争优势分析 143

四、企业主营产品分析 143

五、企业经营情况分析 143

六、企业发展新动态与战略规划分析 143

第七节 其他重点优势企业分析 143

第十六章 2014-2016年电子烟地区销售情况及竞争力深度研究 145

第一节 中国电子烟各地区对比销售分析 145

第二节 “东北地区”销售分析 145

一、2014-2016年东北地区销售规模 145

二、东北地区“规格”销售分析 146

三、2014-2016年东北地区“规格”销售规模分析 147

第三节 “华北地区”销售分析 147

一、2014-2016年华北地区销售规模 147

二、华北地区“规格”销售分析 148

三、2014-2016年华北地区“规格”销售规模分析 149

第四节 “华东地区”销售分析 149

一、2014-2016年华东地区销售规模 149

二、华东地区“规格”销售分析 150

三、2014-2016年华东地区“规格”销售规模分析 151

第五节 “华南地区”销售分析 151

一、2014-2016年华南地区销售规模 151

二、华南地区“规格”销售分析 152

三、2014-2016年华南地区“规格”销售规模分析 153

第六节 “西北地区”销售分析 153

一、2014-2016年西北地区销售规模 153

二、西北地区“规格”销售分析 154

第十七章 2014-2016年电子烟下游应用行业发展分析 156

第一节 下游应用行业发展状况 156

第二节 下游应用行业市场集中度 156

第三节 下游应用行业发展趋势 156

第十八章 2017-2022年电子烟行业前景展望 157

第一节 2017-2022年行业供求形势展望 157

一、上游原料供应预测及市场情况 157

二、2017-2022年电子烟下游需求行业发展展望 158

三、2017-2022年电子烟行业产能预测 158

四、进出口形势展望 158

第二节 电子烟市场前景分析 159

一、电子烟市场容量分析 159

二、电子烟行业利好利空政策 159

三、电子烟行业发展前景分析 160

第三节 对电子烟未来发展预测分析 160

一、中国电子烟发展方向分析 160

二、2017-2022年中国电子烟行业发展规模 161

三、2017-2022年中国电子烟行业发展趋势预测 161

第四节 2017-2022年电子烟行业供需预测 162

一、2017-2022年电子烟行业供给预测 162

| | |
|-------------------------------|-----|
| 二、2017-2022年电子烟行业需求预测 | 162 |
| 第五节 影响企业生产与经营的关键趋势 | 163 |
| 一、市场整合成长趋势 | 163 |
| 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 | 163 |
| 三、企业区域市场拓展的趋势 | 163 |
| 四、科研开发趋势及替代技术进展 | 164 |
| 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 | 164 |
| 六、中国电子烟行业SWOT分析 | 164 |
| 第六节 行业市场格局与经济效益展望 | 165 |
| 一、市场格局展望 | 165 |
| 二、经济效益预测 | 166 |
| 第七节 总体行业“十三五”整体规划及预测 | 166 |
| 一、2017-2022年电子烟行业国际展望 | 166 |
| 二、2017-2022年国内电子烟行业发展展望 | 167 |
| | |
| 第十九章 2017-2022年电子烟行业投资机会与风险分析 | 168 |
| 第一节 投资环境的分析与对策 | 168 |
| 第二节 投资机遇分析 | 168 |
| 第三节 投资风险分析 | 168 |
| 一、政策风险 | 168 |
| 二、经营风险 | 169 |
| 三、技术风险 | 169 |
| 四、进入退出风险 | 169 |
| 第四节 投资策略与建议 | 170 |
| 一、企业资本结构选择 | 170 |
| 二、企业战略选择 | 176 |
| 三、投资区域选择 | 177 |
| 四、专家投资建议 | 177 |
| | |
| 第二十章 电子烟企业制定“十三五”发展战略研究分析 | 179 |
| 第一节 电子烟行业“十三五”发展战略规划的技术开发战略规划 | 179 |
| 一、企业技术开发战略综述 | 179 |
| 二、集团企业技术开发战略决策难点 | 179 |
| 三、集团企业技术开发战略决策 | 179 |
| 第二节 电子烟行业“十三五”发展战略规划的产业战略规划 | 180 |

- 第三节 电子烟行业“十三五”发展战略规划的业务组合战略规划 183
 - 第四节 电子烟行业“十三五”发展战略规划的营销战略规划 184
 - 第五节 电子烟行业“十三五”发展战略规划的区域战略规划 186
 - 一、区域战略规划概念 186
 - 二、区域战略规划特点 187
 - 三、区域战略规划分类 187
 - 四、区域战略规划所需资源 188
 - 五、区域战略规划一般程序 191
 - 六、区域战略规划分析工具 192
 - 七、区域战略规划的结果 194
 - 第六节 电子烟行业“十三五”发展战略规划的企业经营管理战略规划 194
 - 一、企业经营策略综述 194
 - 二、企业产品经营战略 196
 - 三、企业渠道经营战略 196
 - 四、企业并购战略分析 197
 - 五、经济危机下企业经营管理战略 199
 - 第七节 电子烟行业“十三五”发展战略规划的企业信息化战略规划 200
-
- 第二十一章 2017-2022年电子烟行业盈利模式与营销战略分析 205
 - 第一节 我国电子烟行业商业模式探讨 205
 - 一、行业国内营销模式分析 205
 - 二、行业主要销售渠道分析 206
 - 三、行业促销方式分析 206
 - 第二节 市场的重点客户战略实施研究 207
 - 第三节 电子烟行业企业品牌营销战略分析 209
 - 一、产品质量保证 209
 - 二、生产技术提升 209
 - 三、产品结构调整 209
 - 四、产品销售网络 210
 - 五、品牌宣传策略 210
 - 六、销售服务策略 211
 - 七、品牌保护策略 212
 - 八、品牌发展战略分析 212
 - 第四节 我国电子烟行业发展与投资注意事项分析 213
 - 一、产品技术应用注意事项 213

二、项目投资注意事项 214

三、产品生产开发注意事项 214

四、产品销售注意事项 215

第五节 最优投资路径设计 216

一、投资对象 216

二、投资模式 217

三、预期财务状况分析 219

四、风险资本退出方式 219

第二十二章 2017-2022年中国电子烟项目融资问题分析 221

第一节 2017-2022年中国电子烟项目的融资演变 221

第二节 2017-2022年中国电子烟项目特点、融资特点及影响因素分析 221

一、电子烟及其项目的主要特点 221

二、电子烟项目的融资特点 222

三、电子烟项目的融资相关影响因素 222

第三节 2017-2022年中国电子烟项目的融资对策 223

一、从产业链的整体考虑项目的融资 223

二、从产业链的三个环节考虑项目的融资 223

三、采用多种形式进行项目融资 224

四、本国筹资的重要性 224

五、有效吸引私人投资 225

六、政府的政策支持 225

第四节 专家建议 225

第二十三章 2017-2022年电子烟行业项目投资建议 228 (ZY ZM)

第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析 228

第二节 外销与内销优势分析 228

第三节 2017-2022年全国投资规模预测 229

第四节 2017-2022年电子烟行业投资收益预测 229

第五节 2017-2022年电子烟项目投资建议 230

第六节 2017-2022年电子烟项目融资建议 231

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201702/497449.html>