

2024-2030年中国雾化电子烟行业市场竞争状况及 发展趋向分析报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国雾化电子烟行业市场竞争状况及发展趋向分析报告》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/202110/980626.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解雾化电子烟行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国雾化电子烟行业市场竞争状况及发展趋向分析报告》（以下简称《报告》）。报告对中国雾化电子烟市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保雾化电子烟行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年雾化电子烟行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能雾化电子烟从业者抢跑转型赛道。

电子烟可按照多个角度分类。根据加热物质的不同，电子烟可分为通过加热烟油产生可供吸食烟雾的烟油式电子烟，通过加热烟草产生可供吸食烟雾的加热不燃烧式电子烟。根据动力舱中控制芯片的有无，电子烟可分为不含控制芯片的机械型烟杆电子烟和含有控制芯片的电子型烟杆电子烟。按用户抽吸方式的不同，电子烟可分为嘴吸式电子烟（功率较小）、肺吸式电子烟（功率较大）和口肺双吸式电子烟。

中国是世界上最大的烟草消费国之一，然而，近年来，随着健康意识的提升和烟草管制政策的加强，越来越多的中国吸烟者转向寻找替代品，其中雾化电子烟成为受关注的选择。雾化电子烟是一种电子设备，通过加热尼古丁液体产生雾气，供用户吸入。越来越多的中国吸烟者关注吸烟对健康的危害，他们倾向于转向较少危害的替代品，如雾化电子烟。雾化电子烟在年轻人中的受欢迎程度较高，他们通常更愿意尝试新的吸烟方式。根据数据显示，2022年中国雾化电子烟行业市场规模约为131.75亿元，产值约为915.31亿元。从均价走势来看，我国雾化电子烟市场价格呈现出波动上升态势，主要是由于居民收入的增长，对雾化电子烟产品的价格接受能力持续提升，对外观设计更好看、品牌形象更时尚的中高端产品需求持续增加，推动了行业产品均价的上升，2022年中国雾化电子烟均价约为214元/套。

目前，中国雾化电子烟市场供需关系相对平衡，但市场仍然处于不断变化和发展之中。随着政府监管的加强、消费者意识的提高以及技术创新的不断涌现，产量及需求量逐年上涨，根据数据显示，2022年中国雾化电子烟行业产量约为32579万套，需求量约为2220万套；从区域分布来看，华东地区占比最重，占比为37.56%。

目前我国是全球最大的雾化电子烟生产基地，国内企业多为外向型企业，中国生产和供应全球90%-95%的电子烟产品与配件，拥有完整电子烟供应链和完善的生产设备，现已形成了一批集电子烟研发、生产、销售于一体的电子烟生产企业，行业较为知名的有麦克韦尔、艾

维普思、盈趣科技、卓尔悦、康尔、易佳特等。其中思摩尔占比最重，占比为19.70%。

中国对雾化电子烟的监管将继续加强。政府可能会制定更严格的法规，要求雾化电子烟制造商遵守更严格的生产标准，确保产品安全性。此外，可能会对电子烟的销售渠道和推广活动进行更严格的限制。

随着健康意识的提升，消费者将更关注健康和安全。这可能会导致更多吸烟者尝试转向使用雾化电子烟来减少对传统烟草产品的依赖。雾化电子烟制造商可能会加强健康信息的传播，以吸引更多消费者。

《2024-2030年中国雾化电子烟行业市场竞争状况及发展趋向分析报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是雾化电子烟领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 雾化电子烟行业产品定义及行业概述发展分析

第一节 雾化电子烟行业产品定义

- 一、雾化电子烟行业产品定义及分类
- 二、雾化电子烟行业产品应用范围分析
- 三、雾化电子烟行业发展历程
- 四、雾化电子烟行业发展地位及影响分析

第二节 雾化电子烟行业产业链发展环境简析

- 一、雾化电子烟行业产业链模型理论
- 二、雾化电子烟行业产业链示意图及相关概述

第三节 经济环境

- 一、国民经济运行情况GDP分析
- 二、消费价格指数CPI、PPI分析
 - (1) 各类商品及服务价格同比变动情况
 - (2) 各类商品及服务价格环比变动情况
- 三、全国居民收入情况分析
- 四、恩格尔系数分析
- 五、工业发展形势分析
- 六、固定资产投资情况分析
- 七、2023年我国宏观经济发展预测

第四节 雾化电子烟行业税收及进出口关税

第五节 社会环境

一、人口数量及老龄化分析

二、网民规模情况

三、90后消费群体特点分析

第六节 雾化电子烟技术发展现状

一、雾化电子烟行业技术发展

二、雾化电子烟生产工艺

三、雾化电子烟技术发展趋势

1、加热非燃烧技术

2、低温陶瓷雾化技术

3、盐碱烟技术

第二章 2019-2023年雾化电子烟行业国内外市场发展概述

第一节 2019-2023年全球雾化电子烟行业发展分析

一、全球雾化电子烟经济发展现状及预测

二、全球雾化电子烟行业技术发展现状

1、陶瓷雾化芯技术

2、金属网格加热技术

3、蒸汽烟技术

三、全球雾化电子烟行业发展概述

第二节 2019-2023年全球雾化电子烟行业供需及规模分析

一、全球雾化电子烟行业市场供需情况

二、全球雾化电子烟行业市场规模及区域分布情况

三、全球雾化电子烟行业重点国家市场分析

四、全球雾化电子烟行业发展热点分析

五、2024-2030年全球雾化电子烟行业市场规模预测

第三节 2019-2023年中国及全球雾化电子烟行业对比分析

一、中国雾化电子烟行业生命周期分析

二、中国雾化电子烟行业市场成熟度情况

三、中国和国外雾化电子烟行业对比SWTO

第四节 2019-2023年全球雾化电子烟行业相关产品进出口情况

第三章 2019-2023年我国雾化电子烟行业发展现状

第一节 中国雾化电子烟行业发展概述

- 一、中国雾化电子烟行业发展现状
- 二、中国雾化电子烟发展面临的问题
- 三、2019-2023年中国雾化电子烟行业市场规模
- 四、中国雾化电子烟行业需求客户结构
- 第二节 我国雾化电子烟行业发展状况
 - 一、2019-2023年中国雾化电子烟行业产值情况
 - 二、2023年我国雾化电子烟产值区域分布分析
- 第三节 2019-2023年中国雾化电子烟行业产量分析
- 第四节 2023年雾化电子烟行业需求分析
 - 一、2019-2023年我国雾化电子烟行业需求分析
 - 二、2019-2023年我国雾化电子烟市场价格走势分析

第四章 雾化电子烟行业竞争态势分析

- 第一节 雾化电子烟行业集中度分析
 - 一、雾化电子烟市场集中度分析
 - 二、雾化电子烟企业分布区域集中度分析
 - 三、雾化电子烟区域消费集中度分析
- 第二节 雾化电子烟行业主要企业竞争力分析
- 第三节 雾化电子烟行业竞争格局分析
 - 一、2023年雾化电子烟行业竞争分析
 - 二、2023年中外雾化电子烟产品竞争分析
 - 三、2023年我国雾化电子烟市场竞争分析
 - 四、近年国内雾化电子烟行业重点企业发展动向
 - 五、2023年电子烟企业产品新动向

第五章 2019-2023年中国雾化电子烟所属行业运行及进出口分析

- 第一节 2019-2023年中国雾化电子烟所属行业总体运行情况
 - 一、雾化电子烟所属行业企业数量及分布
 - 二、雾化电子烟所属行业从业人员统计
- 第二节 2019-2023年中国雾化电子烟所属行业运行数据
 - 一、行业资产情况分析
 - 二、行业销售情况分析
 - 三、行业利润情况分析
- 第三节 2019-2023年中国雾化电子烟所属行业成本费用结构分析
- 第四节 2019-2023年中国雾化电子烟所属行业经营成本情况

第五节 2019-2023年中国雾化电子烟所属行业管理费用情况

第六节 中国雾化电子烟行业或相关行业进出口分析

一、2019-2023年行业进出口数量及金额

二、行业进口分国家

三、行业出口分国家

第六章 2019-2023年中国雾化电子烟行业区域发展分析

第一节 中国雾化电子烟行业区域发展现状分析

第二节 2019-2023年华北地区

一、华北地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 2019-2023年东北地区

一、东北地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 2019-2023年华东地区

一、华东地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 2019-2023年华南地区

一、华南地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 2019-2023年华中地区

一、华中地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 2019-2023年西部地区

一、西部地区经济发展现状分析

- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第七章 雾化电子烟重点企业发展分析

第一节 麦克韦尔

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第二节 合元科技

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第三节 思格雷

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第四节 艾维普思

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第五节 施美乐

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第六节 天长集团

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第八章 2019-2023年中国雾化电子烟行业上下游主要行业发展现状分析

第一节 2019-2023年主要上游产业发展分析

一、锂电池行业发展分析

1、行业市场规模情况

2、产品价格分析

3、产品生产情况

二、电子元器件行业发展分析

1、行业市场规模情况

2、行业价格分析

3、行业生产情况

第二节 2019-2023年主要下游产业发展分析

一、中国烟民人口发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

二、销售服务业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

第九章 2024-2030年中国雾化电子烟行业发展预测分析

第一节 2024-2030年中国雾化电子烟行业产量预测

第二节 2024-2030年中国雾化电子烟行业需求量预测

第三节 2024-2030年中国雾化电子烟行业规模预测

第四节 2024-2030年中国产业的前景及趋势

一、中国雾化电子烟市场发展前景乐观

二、2023年中国雾化电子烟市场消费趋势分析

第五节 2024-2030年中国雾化电子烟行业发展趋势

一、中国雾化电子烟行业的发展前景

二、2024-2030年中国雾化电子烟产业规划分析

三、我国雾化电子烟行业的标准化发展趋势

第六节 2024-2030年中国雾化电子烟行业“走出去”发展分析

第十章 雾化电子烟行业投资前景研究及销售战略分析

第一节 影响雾化电子烟行业发展的主要因素

一、影响雾化电子烟行业运行的有利因素

二、影响雾化电子烟行业运行的稳定因素

三、影响雾化电子烟行业运行的不利因素

四、我国雾化电子烟行业发展面临的挑战

五、我国雾化电子烟行业发展面临的机遇

第二节 行业投资形势分析

一、2019-2023年中国行业投资规模

二、行业投资壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 2024-2030年雾化电子烟行业投资效益分析

第四节 2024-2030年雾化电子烟行业投资前景研究

第五节 雾化电子烟行业投资前景预警

一、2024-2030年雾化电子烟行业市场风险预测

二、2024-2030年雾化电子烟行业政策风险预测

三、2024-2030年雾化电子烟行业经营风险预测

四、2024-2030年雾化电子烟行业技术风险预测

五、2024-2030年雾化电子烟行业竞争风险预测

六、2024-2030年雾化电子烟行业其他风险预测

第六节 市场策略分析

一、雾化电子烟价格策略分析

二、雾化电子烟渠道策略分析

第七节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第八节 提高雾化电子烟企业竞争力的策略

一、提高中国雾化电子烟企业核心竞争力的对策

二、雾化电子烟企业提升竞争力的主要方向

三、影响雾化电子烟企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高雾化电子烟企业竞争力的策略

第九节 对我国雾化电子烟品牌的战略思考

一、雾化电子烟实施品牌战略的意义

二、雾化电子烟企业品牌的现状分析

三、我国雾化电子烟企业的品牌战略

四、雾化电子烟品牌战略管理的策略

第十节 市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、重点客户战略管理
- 四、重点客户管理功能

图表目录：部分

图表1：雾化电子烟行业历程

图表2：雾化电子烟行业生命周期

图表3：雾化电子烟行业产业链分析

图表4：2019-2023年雾化电子烟行业产能分析

图表5：2019-2023年雾化电子烟行业市场规模分析

图表6：2019-2023年雾化电子烟行业产量分析

图表7：2019-2023年雾化电子烟行业需求量分析

图表8：2023年雾化电子烟行业需求领域分布格局

图表9：2024-2030年雾化电子烟行业市场规模预测

图表10：中国雾化电子烟行业盈利能力分析

图表11：中国雾化电子烟行业运营能力分析

图表12：中国雾化电子烟行业偿债能力分析

图表13：中国雾化电子烟行业发展能力分析

图表14：中国雾化电子烟行业经营效益分析

图表15：2024-2030年雾化电子烟行业市场规模预测

图表16：2024-2030年雾化电子烟行业产量预测

图表17：2024-2030年雾化电子烟行业需求量预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/980626.html>