

2024-2029年中国嚼烟行业市场调查评估与投资发展战略研究报告

报告简介

嚼烟：用于咀嚼的烟。不含烟草的嚼烟是可以咀嚼的烟草替代品，采用胶剂形式制成，通过咀嚼能够令人产生类似香烟的感觉。

不含烟草的嚼烟中的植物替烟素萃取自枸杞、甘草等天然草本精粹，替代尼古丁与大脑神经乙酰胆碱受体结合，具有同烟碱相似的生物活性，令中枢神经系统产生类似吸烟的反应，所以能够轻松替烟，是天然绿色的健康替烟产品。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国嚼烟行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国嚼烟行业发展状况和特点，以及中国嚼烟行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球嚼烟行业发展态势作了详细分析，并对嚼烟行业进行了趋向研判，是嚼烟生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前嚼烟行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 行业环境透视

第一章 嚼烟行业发展概述

第一节 嚼烟行业定义

一、嚼烟定义

二、嚼烟分类

第二节 中国嚼烟市场发展状况

第三节 中国嚼烟发展环境分析

第二章 消费者购买行为调查

第一节 购买行为研究

一、品牌选择

二、型号选择

三、信息渠道选择

四、价格选择

四、购买场所选择

五、购买的关注因素

第二节 品牌调查研究

一、认知度分析

二、美誉度分析

三、特点及优先选择品牌

四、地区影响力和品牌价值表现

第三节 用户价值评估调研

一、价值持续性评估

二、价值收益性评估

三、用户心理价值评估

四、总体用户价值评估

第二部分 行业深度分析

第三章 2019-2023年嚼烟消费者偏好深度调查

第一节 嚼烟产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 嚼烟产品的品牌市场调查

一、消费者对品牌消费意识形态调研

二、消费者对嚼烟产品偏好调查

三、消费者对嚼烟的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、嚼烟忠诚度调查

六、嚼烟市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 消费者使用嚼烟数据调查信息反馈

第一节 消费者使用嚼烟产品基本情况调查

一、消费者使用嚼烟产品的比例分析

二、消费者使用的嚼烟产品的品牌排名分析

三、消费者对其使用的嚼烟产品的满意度分析

四、消费者对其使用的嚼烟产品的不满意的地方分析

第二节 消费者将来准备或者继续使用嚼烟产品的情况分析

一、没有或者曾经使用过嚼烟产品的消费者准备重新使用比例分析

二、现在正在使用的或者准备使用嚼烟产品的消费者继续使用比例分析

三、消费者认为可能成为购买嚼烟产品契机的广告形式分析

四、消费者在购买嚼烟产品时将会做为参考的信息来源分析

五、消费者在购买嚼烟产品时所重视的要素分析

六、消费者想要购买的嚼烟产品的品牌排名分析

七、消费者感兴趣的嚼烟产品品牌排名分析

第三节 嚼烟厂商的品牌推广情况研究

一、消费者眼里各大嚼烟产品厂商的品牌形象情况

二、消费者认为最近强烈关注某嚼烟产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况

第三部分 行业市场调研

第五章 2019-2023年嚼烟产品品牌市场实地调查研究

第一节 2019-2023年嚼烟产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、嚼烟产品品牌平均价格趋势分析

三、2024-2029年嚼烟产品品牌价格走势预测

第二节 影响嚼烟产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对嚼烟产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对嚼烟产品品牌价格的影响

第三节 2019-2023年嚼烟产品品牌市场消费状况分析

一、2019-2023年嚼烟产品品牌市场消费结构

二、2019-2023年嚼烟产品品牌市场消费特点

三、2019-2023年影响嚼烟产品品牌市场消费因素

第四节 2019-2023年嚼烟主流品牌厂商

一、主流品牌结构对比

1、整体市场主流品牌对比

2、嚼烟市场主流品牌消费

二、产品品牌结构对比

1、整体市场品牌对比

2、嚼烟市场品牌消费

第六章 嚼烟市场产销数据跟踪监测

第一节 2019-2023年嚼烟产品产销状况监测

- 一、2019-2023年嚼烟产品产量分析
- 二、2019-2023年嚼烟产品产能分析
- 三、2019-2023年嚼烟产品市场需求状况
- 第二节 2019-2023年嚼烟产品历年消费量数据分析
- 第三节 2019-2023年嚼烟产品市场主要供给数据统计
- 第四节 2024-2029年嚼烟产品市场需求预测
- 第七章 2019-2023年嚼烟市场经销模式及营销渠道考察
- 第一节 2019-2023年嚼烟产品主要经销方式深度探讨
- 一、2019-2023年嚼烟产品市场批发分析
- 二、2019-2023年嚼烟产品加盟商(代理)
- 三、2019-2023年嚼烟产品自主经营分析
- 第二节 2019-2023年嚼烟产品销售渠道及盈利模式调研
- 一、2019-2023年嚼烟产品销售渠道特征分析
- 二、嚼烟产品销售渠道管理基本要素分析
- 三、2019-2023年嚼烟产品营销渠道分析
- 第三节 2019-2023年嚼烟产品销售渠道控制五力模型研究
- 第八章 消费者使用行为研究
- 第一节 消费者嚼烟拥有率分析
- 第二节 消费者嚼烟品牌拥有率分析
- 第三节 消费者购买嚼烟的主要用途分析
- 第四节 消费者对嚼烟售后服务中免费质保年限的期望分析
- 第五节 细分消费群体消费研究
- 一、潜在消费群体消费特征研究
- 二、产品态度和利益追求细分消费群体研究
- 第九章 嚼烟销售渠道实地调研

第一节 专卖店实地调查

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第二节 购物中心----专柜

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第三节 连锁超市----专柜

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第四节 网络营销模式—网店

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第五节 专业线渠道

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第十章 嚼烟产品知名品牌竞争对手跟踪监测结果

第一节 真顺嚼烟有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第二节 美国雷诺烟草控股公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第三节 红塔辽宁烟草有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第四节 云南中烟工业有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第五节 深圳市高健实业股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第六节 菲莫国际

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第七节 英美烟草

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第八节 日本烟草

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第九节 帝国烟草

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第十节 大卫杜夫

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第四部分 行业发展趋势

第十章 2024-2029年中国消费市场发展趋势分析

第一节 中国经济发展趋势

一、经济增长阶段分析

二、现阶段消费模式分析

三、经济发展方向分析

第二节 中国消费市场发展趋势

一、国民收入增长趋势分析

二、国民消费水平增长趋势

三、国民消费结构趋势分析

四、未来可能影响消费的经济波动因素

第三节 消费市场对嚼烟行业的影响

一、国民消费观念对行业的影响

二、国民收入水平对行业的影响

三、消费政策对行业的影响

第十一章 对嚼烟行业投资机会与风险分析

第一节 嚼烟行业投资机会分析

一、嚼烟投资项目分析

二、可以投资的嚼烟模式

三、2019-2023年嚼烟投资机会

四、2019-2023年嚼烟投资新方向

五、2024-2029年嚼烟行业投资的建议

第二节 影响嚼烟行业发展的主要因素

一、影响行业运行的有利因素分析

二、影响行业运行的不利因素分析

三、我国行业发展面临的挑战分析

四、我国行业发展面临的机遇分析

第三节 嚼烟行业投资风险及控制策略分析

一、行业市场风险及控制策略

二、行业政策风险及控制策略

三、行业经营风险及控制策略

四、行业技术风险及控制策略

五、同业竞争风险及控制策略

六、行业其他风险及控制策略

第十二章 嚼烟行业发展建议分析

第一节 嚼烟行业研究结论及建议

第二节 嚼烟细分行业研究结论及建议

第三节 嚼烟行业竞争策略总结及建议

图表目录

图表：2019-2023年中国嚼烟行业市场规模及增速

图表：2024-2029年中国嚼烟行业市场规模及增速预测

图表：2019-2023年中国嚼烟行业重点企业市场份额

图表：2019-2023年中国嚼烟行业区域结构

图表：2019-2023年中国嚼烟行业渠道结构

图表：2019-2023年中国嚼烟行业需求总量

图表：2024-2029年中国嚼烟行业需求总量预测

图表：2019-2023年中国嚼烟行业需求集中度

图表：2019-2023年中国嚼烟行业需求增长速度

图表：2019-2023年中国嚼烟行业市场饱和度

图表：2019-2023年中国嚼烟行业供给总量

图表：2019-2023年中国嚼烟行业供给增长速度

图表：2024-2029年中国嚼烟行业供给量预测

图表：2019-2023年中国嚼烟行业供给集中度

图表：2019-2023年中国嚼烟行业销售量

图表：2019-2023年中国嚼烟行业库存量

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170212/37538.shtml>

在线订购：[点击这里](#)