

2015-2020年中国保健酒市场运行态势及投资策略 报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国保健酒市场运行态势及投资策略报告》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.huaon.com/detail/162126.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

第一章 保健酒行业的概况 11

1.1 蕴藏在保健酒中的酒文化 11

1.1.1 保健酒的定义 11

1.1.2 保健酒与药酒的界定 11

1.1.3 保健酒的文化与发展 12

1.1.4 传统保健酒与现代保健酒 15

1.2 保健酒的投资特性分析 18

1.2.1 2009-2014年市场规模预测 18

1.2.2 市场成长阶段及行业集中度 19

1.2.3 保健酒市场竞争情况分析 20

1.2.4 保健酒生产的资源、技术及研发能力 21

1.2.5 保健酒投资的技术和资金壁垒 25

第二章 保健酒相关产业分析 26

2.1 2014年酒类市场发展分析 26

2.1.1 2014年金融危机下中国酒业发展 26

2.1.2 2014年中国酒业市场规模分析 28

2.1.3 2014年中国酒业市场结构分析 31

2.2 2012-2014年中国保健酒行业运行分析 33

2.2.1 2012-2014年中国保健酒行业发展概况 33

2.2.2 2012-2014年中国保健酒行盈利能力分析 40

2.2.3 2012-2014年中国保健酒行偿债能力分析 43

第三章 2012-2014年中国保健酒市场分析 47

3.1 中国保健酒市场分析 47

3.1.1 2014年中国保健酒市场现状 47

3.1.2 2014年保健酒市场演变特征 49

3.1.2 2014年中国保健酒市场分析 51

3.2 主要区域保健酒市场分析 53

3.2.1 北京保健酒市场现状分析 53

3.2.2 山东烟台保健酒市场分析 55

3.2.3 青岛保健酒市场名牌胜出 57

3.2.4 广东保健酒市场格局分析 57

- 3.2.5 深圳保健酒市场现状分析 60
- 3.3 2014年保健酒市场变化分析 62
 - 3.3.1 保健酒上演发展升级运动 62
 - 3.3.2 酒业巨头纷纷进军保健酒 64
 - 3.3.3 保健酒作为第四势力悄然兴起 65
- 3.4 保健酒品牌的不足 66
 - 3.4.1 劲酒 66
 - 3.4.2 张裕三鞭 67
 - 3.4.3 致中和 68
 - 3.4.4 持酒 68
 - 3.4.5 将就酒 68
 - 3.4.6 盛酒 69
- 3.5 保健酒消费者分析 69
 - 3.5.1 消费者特征及群体划分 69
 - 3.5.2 消费者对保健酒认知分析 71
 - 3.5.3 消费者的购买渠道分析 72
 - 3.5.4 影响消费者购买的因素分析 73
- 3.6 保健酒行业发展存在的问题分析 77
 - 3.6.1 中国保健酒市场存在的主要问题 77
 - 3.6.2 保健酒发展中的问题及SWOT分析 79
 - 3.6.3 保健酒市场良莠不齐亟需标准化 83
 - 3.6.4 中国保健酒市场发展隐忧重重 83
- 3.7 促进保健酒市场发展的对策 85
 - 3.7.1 保健酒市场发展需要引导 85
 - 3.7.2 保健酒应以细分市场突围 87

第四章 保健酒原材料市场 89

- 4.1 药用动物资源市场状况 89
 - 4.1.1 中国药用自然资源濒危 89
 - 4.1.2 药用资源保护与可持续利用的问题及对策 91
 - 4.1.3 中国对野生动物资源采取的保护措施 93
- 4.2 中药材市场状况 94
 - 4.2.1 中国中药材市场状况 94
 - 4.2.2 2014年中国中药材市场分析 97
 - 4.2.3 2014年中国中药材市场预测 100

4.2.4 中药材检测标准制定的意义 102

第五章 保健酒企业营销策略分析 105

5.1 保健酒营销的概述 105

5.1.1 保健酒营销的误区分析 105

5.1.2 保健酒营销渠道现状 106

5.2 保健酒营销出路 108

5.2.1 差异化 108

5.2.2 市场培育 109

5.2.3 建立标准化质量体系 110

5.3 保健酒上市策略 112

5.3.1 口感关 112

5.3.2 质量关 112

5.3.3 卖点关 113

5.3.4 心态关 113

5.3.5 人才关 113

5.4 保健酒如何突破市场关 114

5.4.1 产品定位 114

5.4.2 差异化营销 117

5.4.3 概念细分到位 119

5.4.4 树立口碑 120

5.4.5 保健酒营销的突破点 120

5.5 中小保健酒企业发展策略 124

5.5.1 品牌命名差异化 124

5.5.2 产品包装外观设计差异化 125

5.5.3 产品定位与卖点差异化 126

5.5.4 保健酒企业的“错位招商” 128

5.5.5 细分产品，终端制胜 130

5.6 从保健酒市场看低端滋补酒餐饮营销 132

5.6.1 品质为先 132

5.6.2 渠道为重 133

5.6.3 营销造势 133

5.6.4 终端服务 134

5.6.5 稳步推进 134

5.7 高端保健酒入市营销策略分析 134

5.7.1 渠道锁定演绎营销 135

5.7.2 创新浇灌品牌常青 136

第六章 保健酒行业竞争分析 137

6.1 保健酒竞争状况分析 137

6.1.1 保健酒业全速进入品牌竞争时代 137

6.1.2 2014年主要品牌的表现及分析 137

6.1.3 2014年主要区域市场竞争分析 141

6.2 2014年保健酒业竞争动态分析 144

6.2.1 劲牌引领保健酒品牌建设 144

6.2.2 五粮液联手巨人进军保健酒市场 149

6.2.3 河南白酒企业进入保健酒领域 150

6.3 保健酒企业竞争策略 151

6.3.1 市场研究与市场定位 151

6.3.2 市场细分与产品定位 152

6.3.3 市场推广策略 153

6.3.4 洞察消费者需求 154

6.4 保健酒的品牌策略及市场推广 155

6.4.1 保健酒的品牌形象与命名策略 155

6.4.2 保健酒品牌市场推广策略分析 159

6.4.3 保健酒的软文广告策略分析 160

6.5 抓住保健酒的变化趋势 161

6.5.1 功能细分 161

6.5.2 口感优化 162

6.5.3 品牌升级 162

6.5.4 监管加强 163

6.5.5 企业集中 163

第七章 2012-2014年保健酒重点企业分析 164

7.1 海南椰岛股份有限公司 164

7.1.1 企业基本情况 164

7.1.2 椰岛鹿龟酒品种类别 165

7.1.3 2014年企业经营情况回顾 166

7.1.4 2014年上半年企业经营分析 168

7.1.5 2003-2014年企业财务状况 170

7.1.6 公司未来发展的展望	172
7.2 劲牌有限公司	175
7.2.1 企业基本情况	175
7.2.2 企业发展历程	177
7.2.3 中国劲酒保健酒品种	179
7.2.4 2014年企业偿债能力	180
7.2.5 2014年企业盈利能力	181
7.2.6 2014年企业成本费用	182
7.3 宁夏红枸杞产业集团	182
7.3.1 宁夏红枸杞产业集团基本情况	182
7.3.2 2014年宁夏红枸杞产业集团有限公司经营分析	184
7.3.3 2014年宁夏红中宁枸杞制品有限公司经营分析	187
7.4 济源市宫殿酒业有限公司	189
7.4.1 企业基本情况	189
7.4.2 企业主要保健酒产品	190
7.4.3 2014年企业偿债能力	190
7.4.4 2014年企业盈利能力	191
7.4.5 2014年企业成本费用	192
7.5 浙江致中和酒业有限责任公司	193
7.5.1 企业基本情况	193
7.5.2 2014年企业偿债能力	194
7.5.3 2014年企业盈利能力	195
7.5.4 2014年企业成本费用	196
7.5.5 2014年企业发展动态	196
7.6 上海冠生园华佗酿酒有限公司	198
7.6.1 企业基本情况	198
7.6.2 华佗十全酒发展历程	199
7.6.3 华佗十全酒产品情况	200
7.6.4 2014年企业偿债能力	201
7.6.5 2014年企业盈利能力	202
7.6.6 2014年企业成本费用	203
7.7 莆田绿森庄园酒业有限公司	203
7.7.1 企业基本情况	203
7.7.2 2014年企业偿债能力	204
7.7.3 2014年企业盈利能力	204

7.7.4 2014年企业成本费用	205
7.8 安徽成果石榴酒酿造有限公司	206
7.8.1 企业基本情况	206
7.8.2 2014年企业偿债能力	207
7.8.3 2014年企业盈利能力	208
7.8.4 2014年企业成本费用	208
7.8.5 2014年企业发展动态	209
7.9 济南若尘鹿业有限公司	210
7.9.1 企业基本情况	210
7.9.2 企业保健酒产品情况	210
7.9.3 2014年企业偿债能力	211
7.9.4 2014年企业盈利能力	212
7.9.5 2014年企业成本费用	212
7.10 湖南补天药业有限公司	213
7.10.1 企业基本情况	213
7.10.2 2014年企业偿债能力	214
7.10.3 2014年企业盈利能力	215
7.10.4 2014年企业成本费用	216
7.10.5 2014年企业营销策略	216
7.10.6 未来企业发展展望	217
7.11 烟台张裕集团	219
7.11.1 企业基本情况	219
7.11.2 张裕保健酒产品情况	220
7.11.3 2012-2014年企业经营状况	221
7.11.4 2014年公司发展最新动态	223
7.12 山西杏花村汾酒厂股份有限公司	223
7.12.1 企业基本情况	223
7.12.2 汾酒力推保健竹叶青酒	224
7.12.3 2012-2014年企业经营状况	225
7.12.4 2014年公司发展最新动态	226
7.13 五粮液集团保健酒有限责任公司	227
7.13.1 企业基本情况	227
7.13.2 企业保健酒产品类别	228
7.13.3 五粮液保健酒业务发展情况	229
7.13.4 2014年公司发展最新动态	230

7.14 上海交大昂立股份有限公司 230

7.14.1 企业基本情况 230

7.14.2 交大昂立保健酒产品情况 231

7.14.3 2012-2014年公司经营状况分析 232

7.14.4 交大昂立保健酒受益扩大内需政策 232

第八章 保健酒发展趋势与前景分析 234

8.1 保健酒发展趋势与前景 234

8.1.1 特色竞争占据主导地位细分领域出现巨头 234

8.1.2 2015-2020年保健酒市场竞争趋势分析 234

8.1.3 保健酒行业有望成新利润增长点 235

8.1.4 未来保健酒将步入高速发展时期 236

8.2 保健酒行业投资分析 237

8.2.1 中国保健酒行业投资门槛分析 237

8.2.2 保健酒投资市场机会与盈利模式 238

8.2.3 绿色环保成保健酒行业投资新热点 241

8.3 保健酒相关法律法规 243

8.3.1 “药健字”的取消及其影响 243

8.3.2 《野生动物保护法》及《陆生野生动物保护实施条例》 246

8.3.3 GMP及GAP认证趋势 248

图表目录：

图表：1 2009-2014年中国保健酒市场销售额及预测 19

图表：2 2009-2014年中国保健酒市场规模趋势预测 19

图表：3 2014年中国酒行业经济指标统计 28

图表：4 2014年中国酒行业前5省区企业数量排名 29

图表：5 2014年中国酒行业前5省区工业总产值排名 30

图表：6 2014年中国酒行业前5省区总资产排名 30

图表：7 2014年中国酒行业前5省区销售规模排名 30

图表：8 2014年中国酒行业前5省区利润排名 31

图表：9 2014年Q3酒行业各子行业主要经济指标情况 32

图表：10 2014年Q3酒行业各子行业企业数量分布 32

图表：11 2014年Q3酒行业各子行业产值所占份额 32

图表：12 2014年Q3酒行业各子行业资产所占份额 33

图表：13 2014年Q3酒行业各子行业收入所占份额 33

- 图表：14 2014年Q3酒行业各子行业利润所占份额 33
- 图表：15 2014年中国保健酒行业经济指标统计 34
- 图表：16 2014年中国保健酒行业前5省区企业数量排名 35
- 图表：17 2014年中国保健酒行业前5省区工业总产值排名 35
- 图表：18 2014年中国保健酒行业前5省区总资产排名 35
- 图表：19 2014年中国保健酒行业前5省区销售规模排名 36
- 图表：20 2014年中国保健酒行业前5省区利润排名 36
- 图表：21 2014年中国保健酒行业经济指标统计 37
- 图表：22 2014年中国保健酒行业前5省区企业数量排名 38
- 图表：23 2014年中国保健酒行业前5省区工业总产值排名 39
- 图表：24 2014年中国保健酒行业前5省区总资产排名 39
- 图表：25 2014年中国保健酒行业前5省区销售规模排名 39
- 图表：26 2014年中国保健酒行业前5省区利润排名 40
- 图表：27 2012-2014年中国保健酒行业成本费用利润率 41
- 图表：28 2012-2014年中国保健酒行业毛利率 41
- 图表：29 2012-2014年中国保健酒行业销售利润率 41
- 图表：30 2012-2014年中国保健酒行业资产利润率 41
- 图表：31 2012-2014年中国不同规模的保健酒企业盈利能力比较 41
- 图表：32 2012-2014年中国不同性质的保健酒企业盈利能力比较 41
- 图表：33 2014年中国各省区的保健酒企业盈利能力比较 42
- 图表：34 2014年中国各省区的保健酒企业盈利能力比较 42
- 图表：35 2012-2014年中国保健酒行业资产负债率 44
- 图表：36 2012-2014年中国不同规模的保健酒企业偿债能力比较 44
- 图表：37 2012-2014年中国不同性质的保健酒企业偿债能力比较 44
- 图表：38 2014年中国各省区的保健酒企业偿债能力比较 45
- 图表：39 2014年中国各省区的保健酒企业偿债能力比较 45
- 图表：40 曾经饮用过保健酒的消费者比例统计（按年龄阶段分） 70
- 图表：41 消费者对保健酒的认知 70
- 图表：42 消费者对保健酒的认知渠道 71
- 图表：43 消费者对保健酒的品牌认同 71
- 图表：44 保健酒的消费者购买渠道分析 73
- 图表：45 保健酒消费者关注因素分析 73
- 图表：46 保健酒的消费者信任因素分析 74
- 图表：47 保健酒的消费者口感选择 75
- 图表：48 消费者对保健酒的容量选择 75

- 图表：49 不同年龄段的消费者对保健酒的功效需求 76
- 图表：50 消费者对保健酒的功效需求 76
- 图表：51 保健酒的消费者购买动机分析 76
- 图表：52 2014年1-9月中国部分中药材市场价格情况 97
- 图表：53 2013年年底中国中药材价格下降品种情况 98
- 图表：54 2013年年底中国中药材价格上升品种情况 99
- 图表：55 海南椰岛股份有限公司按专业构成分员工情况 165
- 图表：56 海南椰岛股份有限公司按教育程度分员工情况 165
- 图表：57 2014年海南椰岛主营业务分行业、产品情况表 168
- 图表：58 2014年海南椰岛主营业务分地区情况表 168
- 图表：59 2014年H海南椰岛主营业务分行业、产品情况表 169
- 图表：60 2014年H海南椰岛主营业务分地区情况表 169
- 图表：61 2003-2014年海南椰岛制药资产及负债统计 170
- 图表：62 2003-2014年海南椰岛制药销售及利润统计 170
- 图表：63 2003-2014年海南椰岛制药销售及利润统计 170
- 图表：64 2003-2014年海南椰岛制药偿债能力情况 171
- 图表：65 2003-2014年海南椰岛制药经营效率统计 171
- 图表：66 2003-2014年海南椰岛制药盈利能力情况 171
- 图表：67 2003-2014年天士力制药成长能力统计 172
- 图表：68 2014年劲牌有限公司资产负债统计 180
- 图表：69 2014年劲牌有限公司偿债能力情况 180
- 图表：70 2014年劲牌有限公司销售及利润统计 181
- 图表：71 2014年劲牌有限公司资产负债统计 181
- 图表：72 2014年劲牌有限公司盈利能力情况 181
- 图表：73 2014年劲牌有限公司成本费用结构图 182
- 图表：74 2014年劲牌有限公司成本费用统计 182
- 图表：75 2014年宁夏红枸杞产业集团有限公司资产负债表 184
- 图表：76 2014年宁夏红枸杞产业集团有限公司偿债能力 185
- 图表：77 2014年宁夏红枸杞产业集团有限公司营运能力 185
- 图表：78 2014年宁夏红枸杞产业集团有限公司销售及利润表 185
- 图表：79 2014年宁夏红枸杞产业集团有限公司盈利能力 185
- 图表：80 2014年宁夏红枸杞产业集团有限公司产值表 186
- 图表：81 2014年宁夏红枸杞产业集团有限公司成本费用结构图 186
- 图表：82 2014年宁夏红枸杞产业集团有限公司成本费用统计 186
- 图表：83 2014年宁夏红中宁枸杞制品有限公司资产负债统计 187

图表：84	2014年宁夏红中宁枸杞制品有限公司偿债能力情况	187
图表：85	2014年宁夏红中宁枸杞制品有限公司销售及利润统计	188
图表：86	2014年宁夏红中宁枸杞制品有限公司资产负债统计	188
图表：87	2014年宁夏红中宁枸杞制品有限公司盈利能力情况	188
图表：88	2014年宁夏红中宁枸杞制品有限公司成本费用结构图	188
图表：89	2014年宁夏红中宁枸杞制品有限公司成本费用统计	189
图表：90	2014年济源市宫殿酒业有限公司资产负债统计	190
图表：91	2014年济源市宫殿酒业有限公司偿债能力情况	191
图表：92	2014年济源市宫殿酒业有限公司销售及利润统计	191
图表：93	2014年济源市宫殿酒业有限公司资产负债统计	191
图表：94	2014年济源市宫殿酒业有限公司盈利能力情况	191
图表：95	2014年济源市宫殿酒业有限公司成本费用结构图	192
图表：96	2014年济源市宫殿酒业有限公司成本费用统计	192
图表：97	致中和公司组织结构图	193
图表：98	2014年浙江致中和酒业有限责任公司资产负债	194
图表：99	2014年浙江致中和酒业有限责任公司偿债能力情况	195
图表：100	2014年浙江致中和酒业有限责任公司销售及利润统计	195
图表：101	2014年浙江致中和酒业有限责任公司资产负债统计	195
图表：102	2014年浙江致中和酒业有限责任公司盈利能力情况	195
图表：103	2014年浙江致中和酒业有限责任公司成本费用结构图	196
图表：104	2014年浙江致中和酒业有限责任公司成本费用统计	196
图表：105	2014年上海冠生园华佗酿酒有限公司资产负债统计	201
图表：106	2014年上海冠生园华佗酿酒有限公司偿债能力情况	201
图表：107	2014年上海冠生园华佗酿酒有限公司销售及利润统计	202
图表：108	2014年上海冠生园华佗酿酒有限公司资产负债统计	202
图表：109	2014年上海冠生园华佗酿酒有限公司盈利能力情况	202
图表：110	2014年上海冠生园华佗酿酒有限公司成本费用结构图	203
图表：111	2014年上海冠生园华佗酿酒有限公司成本费用统计	203
图表：112	2014年莆田绿森庄园酒业有限公司资产负债统计	204
图表：113	2014年莆田绿森庄园酒业有限公司偿债能力情况	204
图表：114	2014年莆田绿森庄园酒业有限公司销售及利润统计	205
图表：115	2014年莆田绿森庄园酒业有限公司资产负债统计	205
图表：116	2014年莆田绿森庄园酒业有限公司盈利能力情况	205
图表：117	2014年莆田绿森庄园酒业有限公司成本费用结构图	205
图表：118	2014年莆田绿森庄园酒业有限公司成本费用统计	206

图表：119 2014年安徽成果石榴酒酿造有限公司资产负债统计	207
图表：120 2014年安徽成果石榴酒酿造有限公司偿债能力情况	207
图表：121 2014年安徽成果石榴酒酿造有限公司销售及利润统计	208
图表：122 2014年安徽成果石榴酒酿造有限公司资产负债统计	208
图表：123 2014年安徽成果石榴酒酿造有限公司盈利能力情况	208
图表：124 2014年安徽成果石榴酒酿造有限公司成本费用结构图	208
图表：125 2014年安徽成果石榴酒酿造有限公司成本费用统计	209
图表：126 2014年济南若尘鹿业有限公司产值表	210
图表：127 2014年济南若尘鹿业有限公司资产负债表	211
图表：128 2014年济南若尘鹿业有限公司偿债能力	211
图表：129 2014年济南若尘鹿业有限公司营运能力	211
图表：130 2014年济南若尘鹿业有限公司销售及利润表	212
图表：131 2014年济南若尘鹿业有限公司盈利能力	212
图表：132 2014年济南若尘鹿业有限公司成本费用结构图	212
图表：133 2014年济南若尘鹿业有限公司成本费用统计	213
图表：134 2014年湖南补天药业有限公司资产负债统计	214
图表：135 2014年湖南补天药业有限公司偿债能力情况	215
图表：136 2014年湖南补天药业有限公司销售及利润统计	215
图表：137 2014年湖南补天药业有限公司资产负债统计	215
图表：138 2014年湖南补天药业有限公司盈利能力情况	215
图表：139 2014年湖南补天药业有限公司成本费用结构图	216
图表：140 2014年湖南补天药业有限公司成本费用统计	216
图表：141 湖南补天药业有限公司机构远景规划设置示意图	218
图表：142 张裕至宝三鞭酒产品图	220
图表：143 2014年烟台张裕主营业务分行业、产品情况表	222
图表：144 2014年烟台张裕主营业务分地区情况表	222
图表：145 2009-2014年烟台张裕保健酒市场规模及增长率	222

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/162126.html>