

2017-2022年中国保健酒行业市场竞争格局及投资 方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国保健酒行业市场竞争格局及投资方向研究报告》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.huaon.com/detail/299205.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

保健酒已有数千年的历史，是中国医药科学的重要组成部分。中国的历代医药著作中几乎无一例外地有药酒治疾健身的记载。今天随着科学技术的进步，从中药浸酒的传统工艺的基础上已发展到利用萃取、浸提和生物工程等现代化手段，提取中药中的有效成份制成高含量的功能药酒。当人们的保健意识日趋增强，一些药物成为食用保健品时，保健酒这一新名词便开始出现。

根据酿酒工业协会的数据显示：2001年我国保健酒市场仅有8亿元销售规模，2005年达到45亿元。2010以来，在整个酒业极度低迷时期，保健酒在居民理性消费和健康意识的增强下，表现得一枝独秀，由2010年的67.5亿元，到2014年的229.9亿元，4年CAGR为35.84%，增长速度非常快。尤其是在2013年以来，整个酒业极度低迷的时期，保健酒市场仍然保持着30%的增长速度。目前，保健酒已超越黄酒成为我国酒类行业第四大酒种，同时作为一股新生势力，支撑酒类行业的更为均衡的发展！

2011-2015年我国规模以上酒类生产企业主要酒类营收（亿元）

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录：

第一章保健酒行业发展概述 20

第一节保健酒行业概述 20

一、保健酒的定义 20

二、保健酒的酒文化 20

三、传统保健酒与现代保健酒 21

四、强化传统保健酒的文化内涵 22

第二节保健酒行业投资特性 22

一、市场成长阶段 22

二、行业竞争门槛分析 23

三、保健酒保利润吸引众多厂家参与 23

四、保健酒投资的技术和资金壁垒 24

第三节我国酿酒业发展分析 25

一、2014-2016年酿酒行业发展情况分析 25

- 二、2016年酿酒行业的景气度分析 27
- 三、2016年酿酒行业产量分析 28
- 四、酿酒行业重点地区产业运行情况 29
- 五、2016年酿酒行业热点与政策动态 30
- 六、“十三五”期间酿酒行业发展趋势分析 35

第二章保健酒市场发展分析 37

第一节中国保健酒的现状 37

- 一、我国保健酒行业发展态势 37
 - 二、我国保健酒市场发展概况 38
 - 三、保健酒业成功迈进品牌化时代 38
- ### 第二节 2016年保健酒行业发展分析 41

一、中国保健酒市场规模分析 41

2001-2014年我国保健酒行业市场规模

- 二、2016年保健酒市场存在的问题 43
- 三、2016年保健酒行业市场价格分析 44
- 四、保健酒企业加速圈地扩产 45

第三节 2016年我国保健酒行业观察 46

- 一、行业壮大背景分析 46
- 二、从市场成长性分析 46
- 三、从营销模式分析 47

第四节保健酒消费者分析 48

- 一、消费群体划分及消费者认知 48
- 二、影响消费者购买的因素分析 48
- 三、消费者保健酒购买基本方式 49
- 四、消费者保健酒需求层次分析 49

第五节 2016年济南保健酒市场消费者调查 50

- 一、保健酒市场调研说明 50
- 二、保健酒消费群体特征 50
- 三、消费者保健酒认知分析 52
- 四、济南保健酒消费的饮用习惯 53
 - (一) 饮用保健酒的动机分析 53
 - (二) 保健酒酒精度数关注度 54
 - (三) 保健酒饮用频次与剂量 54

(四) 保健酒的购买渠道分析	54
五、保健酒消费行为分析	55
(一) 功效最受消费者关注	55
(二) 品牌是主要考虑因素	55
(三) 对自制酒隐患认识低	56
第六节保健酒-酒业市场的第五季	56
一、健康礼品促使份额提升	56
二、功能各异导致特色市场	57
三、生存引领酒业利润蓝海	58
四、缺少标准乱世更显英雄	59
第三章上游原材料市场分析	60
第一节药用动物市场分析	60
一、我国药用自然资源	60
(一) 药用植物种类	60
(二) 药用动物种类	62
(三) 药用矿物种类	63
二、药用资源保护与可持续利用的问题及对策	64
(一) 保护药材资源重要性	64
(二) 药材资源保护途径分析	65
(三) 药材可持续发展主要研究课题	68
(四) 药材开发可持续发展实施战略	70
三、我国对野生动物资源采取的保护措施	71
四、我国珍稀药用资源应有效保护和合理利用兼顾	72
第二节中药材市场分析	72
一、2016年全国中药材市场行情回顾	72
二、2016年部分中药材行情	76
(一) 三七市场价格走势	76
(二) 当归市场价格走势	78
(三) 丹参市场价格走势	82
(四) 党参市场价格走势	83
(五) 黄芪市场价格走势	83
(六) 茯苓市场价格走势	83
(七) 黄芩市场价格走势	83
(八) 冬虫夏草市场价格走势	84

（九）枸杞市场价格走势 86

三、2016年中药材市场走势及其前景 86

四、我国中药材品种资源保护亟待重视 89

第三节原酒市场分析 91

一、2016年四川原酒产业发展分析 91

二、2016年我国发酵酒精产量分析 95

第四节粮食市场分析 97

一、2016年我国粮食的产量情况分析 97

二、2016年粮食价格波动影响因素 98

三、2016年我国谷物进出口情况分析 103

四、2016年粮食市场的价格走势分析 103

第四章保健酒竞争产品分析 106

第一节白酒发展分析 106

一、2014-2016年白酒制造行业发展 106

二、2016年中国白酒市场发展分析 110

（一）白酒行业生产规模 110

（二）白酒行业零售规模 112

（三）白酒行业盈利情况 112

（四）白酒行业价格情况 113

三、白酒行业竞争格局分析 114

四、我国白酒行业发展展望 116

第二节啤酒发展分析 120

一、2014-2016年啤酒制造行业发展 120

二、2016年我国啤酒产量情况分析 122

三、2016年我国啤酒行业发展趋势 126

第三节葡萄酒发展分析 127

一、2016年葡萄酒行业发展情况分析 127

二、2016年我国葡萄酒产量情况分析 130

三、2016年我国葡萄酒进口情况分析 131

四、2016年我国葡萄酒消费情况分析 133

五、2016年以后我国葡萄酒发展趋势 135

第四节黄酒发展分析 139

一、2014-2016年黄酒制造行业发展 139

二、中国黄酒行业市场格局 140

第五章保健酒相关产业分析 145

第一节保健品政策环境 145

一、我国从严格审评审批等五方面监管保健食品 145

二、食药监局将建立保健食品规范长效机制 146

三、食药监局开展打击保健食品四非行动 147

第二节保健品发展分析 147

一、中国保健品市场规模分析 147

二、中国保健品行业存在问题分析 149

三、我国保健食品行业发展趋势分析 149

四、保健品企业研发策略浅析 151

第六章保健酒行业竞争分析 155

第一节 2016年保健酒行业竞争分析 155

一、保健酒行业竞争现状分析 155

二、名牌战略引导保健酒业竞争 156

第二节 2016年保健酒行业竞合分析 158

一、2016年保健酒巨头发展情况 158

二、知名品牌保健酒的竞争策略探析 164

（一）定位策略 164

（二）产品策略 165

（三）价格策略 166

（四）分销策略 166

（五）宣传促销 167

第三节保健酒市场新进情况 168

一、黄金酒独享功能名酒蓝海 168

二、白酒企业进军保健酒 169

三、药企进军保健酒业成风 172

四、汾酒全力打造保健酒竹叶青品牌 174

第四节保健酒行业品牌发展分析 175

一、保健酒行业品牌竞争分析 175

二、保健酒品牌市场表现情况 175

三、成功保健酒品牌推广策略 177

第七章保健酒重点企业分析 179

第一节劲牌有限公司 179

一、企业基本情况介绍 179

二、保健酒产品情况 179

三、企业经营情况分析 180

(一) 企业偿债能力分析 180

(二) 企业运营能力分析 182

(三) 企业盈利能力分析 185

四、企业营销策略分析 186

五、企业发展动态分析 187

第二节海南椰岛(集团)股份有限公司 188

一、企业基本情况介绍 188

二、保健酒产品情况 188

三、企业经营情况分析 189

四、企业营销策略分析 201

五、企业发展动态分析 202

第三节浙江致中和酒业有限公司 202

一、企业基本情况介绍 202

(一) 企业偿债能力分析 202

(二) 企业运营能力分析 204

(三) 企业盈利能力分析 207

二、保健酒产品情况 208

三、企业营销策略分析 209

四、企业发展动态分析 210

第四节烟台张裕集团有限公司 210

一、企业基本情况介绍 210

二、企业销售网络分析 223

三、保健酒产品情况 223

四、企业发展动态分析 224

第五节山西杏花村汾酒厂股份有限公司 224

一、企业基本情况介绍 224

二、保健酒产品情况 225

三、企业经营情况分析 225

四、企业营销网络分析 238

五、企业发展动态分析 238

第六节五粮液集团保健酒有限责任公司 239

一、企业基本情况介绍 239

二、保健酒产品情况 239

三、企业经营情况分析 240

（一）企业偿债能力分析 240

（二）企业运营能力分析 242

（三）企业盈利能力分析 244

四、企业营销策略分析 246

五、企业发展动态分析 247

第七节宁夏红枸杞产业集团公司 247

一、企业基本情况介绍 247

（一）企业偿债能力分析 247

（二）企业运营能力分析 249

（三）企业盈利能力分析 252

二、保健酒产品情况 254

三、品牌历程及战略定位 254

四、企业发展动态分析 254

第八节上海交大昂立股份有限公司 255

一、企业基本情况介绍 255

二、企业组织架构分析 255

三、保健酒产品情况 256

四、企业经营情况分析 257

第八章2017-2022年保健酒发展趋势分析 270

第一节2017-2022年保健酒行业特性及趋向研究 270

一、品类行业特性概述 270

二、保健酒未来发展之路 271

第二节2017-2022年保健酒行业发展预测 271

一、2017-2022年市场规模预测 271

二、2017-2022年市场竞争预测 274

第三节2017-2022年保健酒行业机遇及风险分析 276

一、保健酒行业投资机会 276

二、保健酒行业投资风险 276

（一）国家政策风险 276

（二）市场竞争风险 277

（三）产品定位风险 277

(四) 产品替代风险 278

(五) 其它风险 278

第四节2017-2022年中国保健酒发展趋势 279

一、功能细分趋势分析 279

二、口感优化趋势分析 279

三、品牌升级趋势分析 280

四、监管加强趋势分析 281

五、企业集中趋势分析 281

第九章2017-2022年保健酒发展策略分析 283(AK WZY)

第一节保健酒的市场机会与盈利模式 283

一、保健酒的市场容量 283

二、保健酒的市场潜力 284

三、弱势企业的盈利理由 284

四、保健酒的盈利模式推荐 285

第二节二线保健酒冲出区域市场策略 286

一、突破的前提 286

二、突破的策略 287

第三节保健酒市场竞争策略分析 288

一、品牌差异化 288

二、卖点差异化 288

三、渠道多元化 289

四、传播养生需求 289

五、服务专业化 289

六、利用事件营销 290

部分图表目录

图表 1 全国白酒产量示意图 29

图表 2 2012-2016年我国保健酒行业销售收入及增长情况 41

图表 3 2012-2016年我国保健酒行业销售收入及增长对比 42

图表 4 济南保健酒消费者年龄特征 51

图表 5 保健酒饮用动机 53

图表 6 2016年1-9月全国发酵酒精(折96度, 商品量)产量分省市统计表 95

图表 7 2016年1-9月全国白酒(折65度, 商品量)产量分省市统计表 110

图表 8 2016年1-9月全国啤酒产量分省市统计表 122

图表 9	2016年1-9月全国葡萄酒产量分省市统计表	130
图表 10	2012-2016年我国保健酒行业工业总产值及增长情况	147
图表 11	2012-2016年我国保健酒行业工业总产值及增长对比	148
图表 12	2012-2016年我国保健酒行业利润总额及增长情况	175
图表 13	2012-2016年我国保健酒行业利润总额及增长对比	175
图表 14	近3年劲牌有限公司资产负债率变化情况	180
图表 15	近3年劲牌有限公司产权比率变化情况	181
图表 16	近3年劲牌有限公司固定资产周转次数情况	182
图表 17	近3年劲牌有限公司流动资产周转次数变化情况	183
图表 18	近3年劲牌有限公司总资产周转次数变化情况	184
图表 19	近3年劲牌有限公司销售毛利率变化情况	185
图表 20	海南椰岛(集团)股份有限公司最新财务指标	189
图表 21	海南椰岛(集团)股份有限公司最新财务比率	190
图表 22	海南椰岛(集团)股份有限公司资产负债	193
图表 23	海南椰岛(集团)股份有限公司利润表	195
图表 24	海南椰岛(集团)股份有限公司现金流量	197
图表 25	海南椰岛(集团)股份有限公司收入分布	200
图表 26	近3年浙江致中和酒业有限公司资产负债率变化情况	203
图表 27	近3年浙江致中和酒业有限公司产权比率变化情况	204
图表 28	近3年浙江致中和酒业有限公司固定资产周转次数情况	205
图表 29	近3年浙江致中和酒业有限公司流动资产周转次数变化情况	206
图表 30	近3年浙江致中和酒业有限公司总资产周转次数变化情况	206
图表 31	近3年浙江致中和酒业有限公司销售毛利率变化情况	207
图表 32	烟台张裕集团有限公司最新财务指标	210
图表 33	烟台张裕集团有限公司最新财务比率	211
图表 34	烟台张裕集团有限公司资产负债	214
图表 35	烟台张裕集团有限公司利润表	217
图表 36	烟台张裕集团有限公司现金流量	218
图表 37	烟台张裕集团有限公司收入分布	221
更多图表见正文.....		

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/299205.html>