

2017-2022年中国保健酒行业市场现状分析及发展前景预测报告

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现状分析及发展前景预测报告》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/299674.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

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）

2001-2014年我国保健酒行业市场规模

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 2009-2016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 2016年酒类市场发展分析 26

2.1.1 2016年金融危机下中国酒业发展 26

2.1.2 2016年中国酒业市场规模分析 28

2014年，我国规模以上酒类企业销售规模接近8800亿元，同比增长5.8%，在2002年之后首次进入个位数时代，15年1-10月销售额7429亿元，同比增长6.54%，增速有所回升。其中白酒是我国第一大酒种，2014年销售额超过5260亿，占比60%；啤酒位列第二，1880亿，占比20%；葡萄酒570亿（含国产420亿元，进口约150亿），占比6.5%；黄酒160亿，占比2%；其余大约占比为10%，主要为保健酒、果酒以及新型的低度酒精饮料。

2000-2015年我国规模以上酒类生产企业主营业务收入及同比增速

2.1.3 2016年中国酒业市场结构分析 31

2.2 2012-2016年中国保健酒行业运行分析 33

2.2.1 2012-2016年中国保健酒行业发展概况 33

2.2.2 2012-2016年中国保健酒行盈利能力分析 40

2.2.3 2012-2016年中国保健酒行偿债能力分析 43

第三章 2012-2016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 2016年中国保健酒市场现状 47

3.1.2 2016年保健酒市场演变特征 49

3.1.2 2016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 2016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 2016年中国中药材市场分析 97

4.2.3 2016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 2016年主要品牌的表现及分析 137
 - 6.1.3 2016年主要区域市场竞争分析 141
- 6.2 2016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 2012-2016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 2016年企业经营情况回顾 166

7.1.4 2016年上半年企业经营分析 168

7.1.5 2009-2016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 2016年企业偿债能力 180

7.2.5 2016年企业盈利能力 181

7.2.6 2016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 2016年宁夏红枸杞产业集团有限公司经营分析 184

7.3.3 2016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 2016年企业偿债能力 190

7.4.4 2016年企业盈利能力 191

7.4.5 2016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 2016年企业偿债能力 194

7.5.3 2016年企业盈利能力 195

7.5.4 2016年企业成本费用 196

7.5.5 2016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 2016年企业偿债能力 201

7.6.5 2016年企业盈利能力 202

7.6.6 2016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 2016年企业偿债能力 204

7.7.3 2016年企业盈利能力 204

7.7.4 2016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 2016年企业偿债能力 207

7.8.3 2016年企业盈利能力 208

7.8.4 2016年企业成本费用 208

7.8.5 2016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 2016年企业偿债能力 211

7.9.4 2016年企业盈利能力	212
7.9.5 2016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 2016年企业偿债能力	214
7.10.3 2016年企业盈利能力	215
7.10.4 2016年企业成本费用	216
7.10.5 2016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 2012-2016年企业经营状况	221
7.11.4 2016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 2012-2016年企业经营状况	225
7.12.4 2016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 2016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 2012-2016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 2017-2022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 保健酒相关政策法规 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

部分图表目录：

- 图表 1 2009-2016年中国保健酒市场销售额及预测 19
- 图表 2 2009-2016年中国保健酒市场规模趋势预测 19
- 图表 3 2016年中国酒行业经济指标统计 28
- 图表 4 2016年中国酒行业前5省区企业数量排名 29
- 图表 5 2016年中国酒行业前5省区工业总产值排名 30
- 图表 6 2016年中国酒行业前5省区总资产排名 30
- 图表 7 2016年中国酒行业前5省区销售规模排名 30
- 图表 8 2016年中国酒行业前5省区利润排名 31
- 图表 9 2016年Q4酒行业各子行业主要经济指标情况 32
- 图表 10 2016年Q4酒行业各子行业企业数量分布 32
- 图表 11 2016年Q4酒行业各子行业产值所占份额 32
- 图表 12 2016年Q4酒行业各子行业资产所占份额 33
- 图表 13 2016年Q4酒行业各子行业收入所占份额 33
- 图表 14 2016年Q4酒行业各子行业利润所占份额 33
- 图表 15 2016年中国保健酒行业经济指标统计 34
- 图表 16 2016年中国保健酒行业前5省区企业数量排名 35
- 图表 17 2016年中国保健酒行业前5省区工业总产值排名 35
- 图表 18 2016年中国保健酒行业前5省区总资产排名 35
- 图表 19 2016年中国保健酒行业前5省区销售规模排名 36
- 图表 20 2016年中国保健酒行业前5省区利润排名 36
- 图表 21 2016年中国保健酒行业经济指标统计 37
- 图表 22 2016年中国保健酒行业前5省区企业数量排名 38
- 图表 23 2016年中国保健酒行业前5省区工业总产值排名 39
- 图表 24 2016年中国保健酒行业前5省区总资产排名 39

图表 25 2016年中国保健酒行业前5省区销售规模排名 39
图表 26 2016年中国保健酒行业前5省区利润排名 40
图表 27 2012-2016年中国保健酒行业成本费用利润率 41
图表 28 2012-2016年中国保健酒行业毛利率 41
图表 29 2012-2016年中国保健酒行业销售利润率 41
图表 30 2012-2016年中国保健酒行业资产利润率 41
图表 31 2012-2016年中国不同规模的保健酒企业盈利能力比较 41
图表 32 2012-2016年中国不同性质的保健酒企业盈利能力比较 41
图表 33 2016年中国各省区的保健酒企业盈利能力比较 42
图表 34 2016年中国各省区的保健酒企业盈利能力比较 42
图表 35 2012-2016年中国保健酒行业资产负债率 44
图表 36 2012-2016年中国不同规模的保健酒企业偿债能力比较 44
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/299674.html>