

2014-2018年中国保健酒市 场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国保健酒市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yanjiu1401/M46510XJM7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-01-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国保健酒市场现状分析及投资前景研究报告》共十章。首先介绍了保健酒相关概述、中国保健酒市场运行环境等，接着分析了中国保健酒市场发展的现状，然后介绍了中国保健酒重点区域市场运行形势。随后，报告对中国保健酒重点企业经营状况分析，最后分析了中国保健酒行业发展趋势与投资预测。您若想对保健酒产业有个系统的了解或者想投资保健酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

随着中国经济发展，国民健康意识不断加强，保健酒成为一种新的消费潮流，存在着巨大市场需求。急剧增长的市场需求，催生了产业的快速扩容。

保健酒先已成为继白酒、啤酒、红酒之后的第四大酒类，市场份额不断攀升，蓬勃发展的良好态势，也让众多企业都看到了保健酒可观的前景，纷纷投入其中，进一步搅热市场的同时，也加剧了竞争的激烈。现阶段的保健酒产业来说，既是机遇，又是挑战。虽然相较于传统酒类，保健酒仍可算是小酒种，但处于发展期的保健酒，今后还有很长的一段路要走。

第一章 保健酒的相关概述

1.1 保健品的介绍

1.1.1 保健品的定义

1.1.2 保健品的分类

1.1.3 保健品的特点

1.1.4 保健品产生的原因

1.1.5 保健品发展的三个阶段

1.2 保健酒的概述

1.2.1 酒在医疗保健中产生的作用

1.2.2 保健酒和药酒之间的异同点

1.2.3 保健酒的保健功能和经济效益

1.2.4 保健酒酿造的悠久历史

第二章 2013年保健品行业分析

2.1 2013年中国保健品行业发展综述

2.1.1 中国保健品行业发展周期及特征

2.1.2 浅谈中国保健品行业发展原因

2.1.3 我国保健品市场现状总析

- 2.1.4 中国保健品行业发展势头迅猛
- 2.1.5 中国保健品行业备受投资者青睐
- 2.1.6 “十二五”我国营养与保健食品制造业发展规划
- 2.2 2011-2013年中国保健品行业的发展
- 2.3 中国保健品进出口情况
- 2.4 中国保健品行业的问题及对策

第三章 2013年保健酒行业的发展

- 3.1 保健酒行业的发展概况
 - 3.1.1 我国保健酒市场迅猛发展
 - 3.1.2 中国保健酒行业的发展规律
 - 3.1.3 保健酒品行业的特性及趋向分析
 - 3.1.4 我国保健酒业成功迈进品牌化时代
- 3.2 2011-2013年保健酒行业的发展
- 3.3 先进技术在保健酒行业中的应用分析
 - 3.3.1 提取分离中药成分的应用
 - 3.3.2 新型包装生产技术的应用
 - 3.3.3 自动控制技术的应用
 - 3.3.4 先进检验检测技术的应用
- 3.4 保健酒行业发展存在的问题及对策分析

第四章 2013年保健酒市场分析

- 4.1 2013年保健酒市场发展概况
 - 4.1.1 保健酒在全球市场广受追捧
 - 4.1.2 中国保健酒市场的总体综述
 - 4.1.3 中国保健酒企业深掘高端市场
- 4.2 2013年保健酒市场新品种的开发状况
 - 4.2.1 膳食纤维保健酒
 - 4.2.2 蔬菜类保健酒
 - 4.2.3 虫草灵芝保健酒
 - 4.2.4 绿蛛保健酒
 - 4.2.5 雄蚕蛾保健酒

4.3 2013年保健酒市场消费状况

4.3.1 中国保健酒消费日益普及

4.3.2 中原市场保健酒消费遇冷

4.3.3 节日期间保健酒市场消费需求旺盛

4.3.4 中国保健酒消费的安全考量

4.4 保健酒市场消费者行为探讨

4.4.1 消费者购买保健酒的基本方式

4.4.2 保健酒目标消费群的深入研究

4.4.3 从消费行为分析保健酒的发展策略

4.4.4 消费者购买保健酒的主要途径

第五章 2013年部分地区保健酒市场分析

5.1 广东

5.2 山东

5.3 江苏

5.4 浙江

第六章 2013年保健酒市场营销分析

6.1 中国保健酒市场营销状况

6.1.1 中国保健酒市场营销战争升级

6.1.2 中国保健酒区域市场营销现状分析

6.1.3 保健酒市场服务营销概况

6.1.4 保健酒遭遇安全考验呼唤产业链营销

6.2 保健酒营销的突破点分析

6.2.1 品牌（名）

6.2.2 卖点

6.2.3 渠道

6.2.4 养生学

6.3 保健酒营销存在的问题

6.3.1 中国保健酒企业的营销误区

6.3.2 保健酒营销意识的缺失之处

6.3.3 保健酒产品命名易陷入的误区

- 6.3.4 保健酒营销的突出问题
- 6.4 保健酒营销的对策
 - 6.4.1 保健酒营销成功的关键对策
 - 6.4.2 保健酒营销的产品开发攻略
 - 6.4.3 低端保健酒深度分销提高市场效率
 - 6.4.4 保健酒行业强势品牌的营销攻略
 - 6.4.5 保健酒的体验营销运作思路分析
- 6.5 保健酒营销发展趋势
 - 6.5.1 国内保健酒品牌营销力度将加强
 - 6.5.2 保健酒行业的营销发展新意呈现

第七章 2013年保健酒重点企业分析

- 7.1 海南椰岛股份有限公司
 - 7.1.1 公司简介
 - 7.1.2 经营状况分析
- 7.2 上海交大昂立股份有限公司
 - 7.2.1 公司简介
 - 7.2.2 经营状况分析
- 7.3 浙江致中和酒业有限责任公司
 - 7.3.1 公司简介
 - 7.3.2 经营状况分析
- 7.4 湖北劲牌有限公司
 - 7.4.1 公司简介
 - 7.4.2 2经营状况分析
- 7.5 宁夏红枸杞产业集团公司
 - 7.5.1 公司简介
 - 7.5.2 经营状况分析

第八章 2013年保健酒主要替代品分析

- 8.1 白酒
- 8.2 啤酒
- 8.3 葡萄酒

8.4 黄酒

第九章 2013年保健酒竞争格局分析

9.1 2013年新竞争时代下的保健酒行业发展

9.1.1 保健酒三大派系分析

9.1.2 保健酒行业格局演变及趋向

9.1.3 保健酒行业竞争现状分析

9.1.4 我国保健酒市场竞争激烈

9.1.5 新竞争时代保健酒企业战略释义

9.2 保健酒主流品牌的竞争

9.2.1 名牌战略引导保健酒业竞争

9.2.2 保健酒市场六大品牌的激烈竞争

9.2.3 保健酒各大品牌的圈地运动

9.2.4 保健酒市场的竞争出路分析

9.3 黄金酒对中国保健酒行业的影响

9.3.1 黄金酒独享功能名酒蓝海

9.3.2 黄金酒将让保健酒市场再提速

9.3.3 黄金酒对劲酒冲击不大

9.3.4 黄金酒会冲击椰岛华东市场

9.4 保健酒竞争四大定位

9.4.1 消费者细分——开拓新品类

9.4.2 产品细分——发展新市场

9.4.3 价格细分——抢占新热点

9.4.4 渠道细分——完胜终端

9.5 保健酒的竞争策略探析

9.5.1 定位策略

9.5.2 产品策略

9.5.3 价格策略

9.5.4 分销策略

9.5.5 广告、宣传、促销策略

第十章 保健酒行业的发展前景及趋势

- 10.1 保健酒行业的发展前景展望
 - 10.1.1 未来中国保健酒行业发展形势预测
 - 10.1.2 中国保健酒市场潜力巨大
 - 10.1.3 我国保健酒高端市场前景看好
 - 10.1.4 小瓶保健酒未来发展前景可期
 - 10.1.5 2014-2018年中国保健酒行业发展预测分析
- 10.2 保健酒行业的发展趋势
 - 10.2.1 我国保健酒行业未来发展走向
 - 10.2.2 中国保健酒行业发展趋势分析
 - 10.2.3 保健酒将成为传统酒业里的朝阳产业
 - 10.2.4 环保成保健酒行业未来投资新亮点

图表目录：

- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）
- 图表：居民消费价格同比上涨情况
- 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
- 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
- 图表：农村居民人均收入实际增长速度
- 图表：人口及其自然增长率变化情况
- 图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
- 图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）
- 图表：2014年中国GDP增长预测
- 图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测
- 图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1401/M46510XJM7.html>