

2015-2020年中国保健酒市 场竞争力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

《2015-2020年中国保健酒市场竞争力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/yanjiu1501/Q87504F4SF.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】 2015-01-27

【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《2015-2020年中国保健酒市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国保健酒行业的概念，接着分析了中国保健酒行业发展环境，然后对中国保健酒行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国保健酒行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国保健酒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

近年来，在低碳环保的绿色理念渲染下，人们对健康的需求和关注都越来越高；在高消费水平的支撑下，追求健康的方式也多样化。保健酒作为经过国家认证的具备养生保健功效的日常消费品，也逐步融入人们的生活中。目前，国内保健酒行业也是快速发展，已经成为了继白酒、葡萄酒和啤酒之后国内酒业市场的第四大市场。

在国际市场上，保健酒、养生酒、营养酒的消费量占酒类消费总量的比例约为12%。而在我国，保健酒的100多亿元市场容量仅为白酒市场容量的2%。目前全国市场从事保健酒生产和销售的企业约有100家，分布比较散；拥有国家认定卫食健字批号大约300余个，而真正拥有一定资源优势（主要是技术优势、原材料优势、人才优势）也有约20家左右。从目前市场销售来看，实力较强、市场表现较好的品牌，主要包括中国劲酒、秦钟皇樽酒、椰岛鹿龟、张裕三鞭酒等一线品牌；仲景药馆酒、天行健、佛也醉养生酒、龟龄集等二线品牌，还有国内一些知名的白酒厂家涉足保健酒行业推出的新品牌。相比国内白酒市场坐拥5000亿的市场空间，发展不太成熟的保健酒市场，数得出名号的就有十几个。总的来说，市场还没有形成主流潮流，缺乏市场的广泛影响力。

报告目录：

第一章 保健酒的相关概述

第一节 保健品的介绍

一、保健品的定义

二、保健品的分类

三、保健品的特点

四、保健品与药品的区别

五、保健品发展的三个阶段

第二节 保健酒市场政策环境

一、国家对保健酒实施GMP强制认证

- 二、保健酒具有严格的审评法规
- 三、GMP认证是保健酒企业生存发展的门槛
- 四、标准化治理保健酒行业乱象之利器

第三节 最新动态

- 一、保健酒产业整体增长速度放缓
- 二、保健酒保利润吸引众多厂家参与
- 三、保健酒行业的竞争门槛分析
- 四、保健酒企业主要竞争对手不是同行
- 五、武汉保健酒市场群雄并起

第二章 保健酒行业发展环境

第一节 宏观经济发展环境

- 一、2014年中国GDP增长情况分析
- 二、2014年工业经济发展形势分析
- 三、2014年全社会固定资产投资分析
- 四、2014年社会消费品零售总额分析
- 五、2014年城乡居民收入与消费分析
- 六、2014年对外贸易的发展形势分析

第二节 行业发展相关政策

- 一、《保健食品管理办法》
- 二、《保健食品注册管理办法（试行）》
- 三、《中华人民共和国食品卫生法》
- 四、《中华人民共和国食品安全法》

第三节 行业发展社会环境分析

第三章 保健品行业分析

第一节 中国保健品行业发展概述

- 一、中国保健品行业发展阶段分析
- 二、浅谈中国保健品行业发展原因
- 三、中国保健品行业发展势头迅猛
- 四、中国保健品行业备受投资者青睐

第二节 中国保健品行业的问题

- 一、中国保健品行业存在的主要问题
 - 二、我国保健品行业存在的不规范现象
 - 三、中国保健品产业的发展瓶颈
 - 四、原料标准缺失掣肘保健品行业发展
- 第三节 中国保健品行业的发展对策
- 一、我国保健品行业的发展策略
 - 二、中国保健品企业应返璞归真
 - 三、中国保健品企业的研发策略浅析
 - 四、保健品企业成功开发产品的四大动力

第四章 保健酒行业的发展

第一节 保健酒行业的发展概况

- 一、中国保健酒发展进入快车道
- 二、中国保健酒行业的发展规律
- 三、保健酒品行业市场规模统计
- 四、我国保健酒业成功迈进品牌化时代

第二节 保健酒行业的发展

- 一、中国保健酒行业的发展格局
- 二、中国保健酒行业发展形势透析
- 三、保健酒行业技术创新取得重大突破
- 四、保健酒再添生力军或冲击现有格局

第三节 保健酒行业发展存在的问题

- 一、中国保健酒行业难以扩容的原因
- 二、中国保健酒行业存在的五大软肋
- 三、保健酒行业发展还不成熟
- 四、制约保健酒行业发展的困境

第四节 保健酒行业发展的对策分析

- 一、探寻保健酒业生存与发展之路
- 二、保健酒的开发需要高新技术
- 三、促进保健酒产业快速发展的建议
- 四、国内保健酒企业的突围战略探究

第五章 保健酒市场分析

第一节 保健酒市场发展概况

一、保健酒在全球市场广受追捧

二、中国保健酒市场的总体综述

三、中国保健酒企业深掘高端市场

四、中国保健酒行业盈利模式分析

第二节 保健酒市场新品种的开发状况

一、膳食纤维保健酒

二、蔬菜类保健酒

三、虫草灵芝保健酒

四、绿蛛保健酒

五、雄蚕蛾保健酒

第三节 保健酒市场消费者行为探讨

一、消费者购买保健酒的基本方式

二、保健酒目标消费群的深入研究

三、从消费行为分析保健酒发展策略

四、消费者购买保健酒的主要途径

第六章 部分地区保健酒市场分析

第一节 广东

一、广东保健酒行业市场运行环境

（一）人口及经济运行情况

（二）居民收入及消费支出

（三）保健酒产业链发展状况

二、广东保健酒市场竞争格局分析

三、广东保健酒市场品牌格局分析

四、深圳保健酒市场发展分析

第二节 山东

一、山东保健酒行业市场运行环境

（一）人口及经济运行情况

（二）居民收入及消费支出

（三）保健酒产业链发展状况

二、山东保健酒市场发展概况

三、济南保健酒市场消费形态

四、烟台保健酒市场发展分析

五、青岛保健酒品牌竞争分析

第三节 江苏

一、江苏保健酒行业市场运行环境

（一）人口及经济运行情况

（二）居民收入及消费支出

（三）保健酒产业链发展状况

二、江苏保健酒市场竞争分析

三、南京保健酒市场发展概述

四、兴化保健酒市场发展分析

第四节 浙江

一、浙江保健酒行业市场运行环境

（一）人口及经济运行情况

（二）居民收入及消费支出

（三）保健酒产业链发展状况

二、温州保健酒市场发展态势

三、台州保健酒市场发展分析

第五节 其他地区

一、山西保健酒市场发展分析

二、河南保健酒市场发展分析

三、首个保健酒研究中心建立

四、广西保健酒市场发展现状

五、四川保健酒市场竞争现状

第七章 保健酒市场营销分析

第一节 中国保健酒市场营销状况

一、中国保健酒市场的营销模式

二、中国保健酒市场的营销现状

三、保健酒消费者消费行为特征

四、保健酒市场的营销创新分析

第二节 保健酒营销的突破点分析

一、品牌（名）

二、卖点

三、渠道

四、养生学

第三节 保健酒营销存在的问题

一、中国保健酒营销误区分析

二、保健酒营销市场宣传问题

三、中国保健酒销售市场困境

四、中国保健酒企业营销误区

第四节 保健酒营销的对策

一、保健酒市场营销策略

（一）产品策略

（二）价格策略

（三）渠道策略

（四）促销策略

二、保健酒品牌推广策略

三、保健酒产品营销攻略

四、低端保健酒营销策划

五、保健酒体验营销分析

第五节 保健酒营销发展趋势

一、中国保健酒营销模式趋势分析

二、中国保健酒业趋势及营销变革

第八章 保健酒重点企业分析

第一节 企业一

一、公司简介

二、企业营销战略透析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

第二节

一、公司简介 企业二

二、企业产品前景看好

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

第三节 企业三

一、企业基本情况

二、企业业务发展分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业盈利能力分析

六、企业偿债能力分析

七、企业运营能力分析

八、企业成本费用分析

第四节 企业四

一、公司基本情况

二、品牌历程及战略定位

三、企业主要经济指标

四、企业偿债能力分析

五、企业盈利能力分析

六、企业运营能力分析

第五节 企业五

一、公司基本情况

二、企业营销策略分析

三、企业主要经济指标

四、企业偿债能力分析

五、企业盈利能力分析

六、企业运营能力分析

第九章 保健酒主要替代产品分析

第一节 白酒

一、白酒行业发展概述

二、白酒行业市场规模

三、白酒产品生产规模

四、白酒产品消费情况

五、白酒市场零售情况

第二节 啤酒

一、啤酒行业发展概况

二、啤酒生产规模分析

三、啤酒消费情况分析

四、啤酒零售规模分析

第三节 黄酒

一、黄酒行业发展概况

二、黄酒产销规模统计

三、黄酒消费情况分析

第四节 葡萄酒

一、葡萄酒行业概述

二、葡萄酒生产规模

三、葡萄酒零售规模

第十章 中国保健酒竞争格局分析

第一节 新竞争时代下的保健酒行业发展

一、保健酒三大派系解析

二、保健酒行业竞争格局

三、保健酒行业竞争现状

四、保健酒企业面临的形势

五、保健酒企业战略选择

（一）标杆企业战略选择

（二）中小企业突围战略

（三）中小企业业绩浅析

第二节 保健酒主流品牌的竞争

- 一、名牌战略引导保健酒业竞争
- 二、保健酒市场六大品牌的激烈竞争
- 三、保健酒各大品牌的圈地运动
- 四、保健酒市场的竞争出路分析

第三节 黄金酒对中国保健酒行业的影响

- 一、黄金酒独享功能名酒蓝海
- 二、黄金酒将让保健酒市场再提速
- 三、黄金酒对劲酒冲击不大
- 四、黄金酒会冲击椰岛华东市场

第四节 保健酒竞争四大定位

- 一、消费者细分——开拓新品类
- 二、产品细分——发展新市场
- 三、价格细分——抢占新热点
- 四、渠道细分——完胜终端

第五节 保健酒的竞争策略探析

- 一、定位策略
- 二、产品策略
- 三、价格策略
- 四、分销策略
- 五、广告、宣传、促销策略

第十一章 中国保健酒行业的发展前景及趋势

第一节 保健酒行业的发展前景展望

- 一、中国保健酒行业发展前景预测
- 二、中国保健酒市场发展潜力分析
- 三、保健酒独特的市场机会分析

第二节 保健酒行业的发展趋势

- 一、中国保健酒行业发展趋势分析
- （一）功能进一步细分

- (二) 口感进一步优化
- (三) 品牌进一步升级
- (四) 监管进一步加强
- (五) 企业进一步集中

二、保健酒将成为传统酒业里的朝阳产业

三、环保成保健酒行业未来投资新亮点

四、保健酒行业未来发展之路

第十二章 中国保健酒的政策环境

第一节 保健酒的总体政策环境分析

- 一、中国保健品市场监管强度逐渐加大
- 二、中国保健酒有着严格的审评法规
- 三、中国保健酒监管中存在的主要问题

第二节 保健酒批准文号的变更

- 一、“药健字”批准文号简介
- 二、“卫食健字”获批保健酒业迎来新机会
- 三、“药健字”取消带来保健酒行业二次复兴

第三节 保健酒行业发展政策瓶颈

第十三章 博思数据关于中国保健酒行业发展预测及风险分析

第一节 2015-2020年中国保健酒行业发展预测

- 一、市场规模预测
- 二、市场竞争预测
- 三、需求前景预测

第二节 2015-2020年中国保健酒行业投资特性分析

第三节 2015-2020年中国保健酒行业进入壁垒分析

第四节 2015-2020年中国保健酒行业投资风险分析

- 一、国家政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、产品定位风险
- 四、产品替代风险
- 五、其它风险

第五节 2015-2020年中国保健酒行业投资建议分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：2009-2014年国内生产总值

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：2010-2014年居民消费价格涨跌幅度

图表：2013年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

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：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：2013-2014年中国保健酒行业企业数量增长趋势图

图表：2013-2014年中国保健酒行业亏损企业数量趋势图

图表：2013-2014年中国保健酒行业销售规模增长分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业利润规模增长分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业出口交货值分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业出口交货值占工业总产值的比重分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业成本费用结构变动趋势

图表：2013-2014年中国保健酒行业销售成本分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业销售费用分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业管理费用分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业财务费用分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业资产收益率分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业销售利润率分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业总资产周转率分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业流动资产周转率分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业销售增长率分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业利润增长率分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业资产负债率分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业流动比率分析

图表：2013-2014年中国总体区域分布统计

图表：2013-2014年中国华东地区需求市场概况

图表：2013-2014年中国华中地区需求市场概况

图表：2013-2014年中国华南地区需求市场概况

图表：2013-2014年中国西北地区需求市场概况

图表：2013-2014年中国西南地区需求市场概况

图表：企业一主要经济指标走势

图表：企业一经营收入走势

图表：企业一盈利指标走势

图表：企业一负债情况

图表：企业一负债指标走势

图表：企业一运营能力指标走势

图表：企业一成长能力指标走势

图表：企业二主要经济指标走势

图表：企业二经营收入走势

图表：企业二盈利指标走势

图表：企业二负债情况

图表：企业二负债指标走势

图表：企业二运营能力指标走势

图表：企业二成长能力指标走势

图表：企业三主要经济指标走势

图表：企业三经营收入走势

图表：企业三盈利指标走势

图表：企业三负债情况

图表：企业三负债指标走势

图表：企业三运营能力指标走势

图表：企业三成长能力指标走势

图表：企业四主要经济指标走势

图表：企业四经营收入走势

图表：企业四盈利指标走势

图表：企业四负债情况

图表：企业四负债指标走势

图表：企业四运营能力指标走势

图表：企业四成长能力指标走势

图表：保健酒行业发展方向及投资机会分析

图表：2013-2014年中国保健酒行业市场规模预测

图表：2015-2020年中国保健酒行业市场规模预测

图表：2015-2020年中国保健酒行业供给预测

图表：2015-2020年中国保健酒行业需求预测

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/yanjiu1501/Q87504F4SF.html>