

# 2013-2017年中国保健酒市 场评估及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2013-2017年中国保健酒市场评估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.cction.com/report/201304/93053.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

国际市场上，保健酒、养生酒、营养酒消费量占酒类消费总量的比例约为12%；而在我国，保健酒市场容量不到白酒市场容量的3%，成长空间巨大。

随着我国经济的发展、人均收入水平的提高以及民众健康意识的增强，近年来保健酒“热度”的不断上涨，众多名酒企业纷纷加入保健酒行业。茅台集团曾在2012年4月召开的品牌营销峰会上宣布，集团旗下保健酒业有限公司在“十二五”期间将实现销售收入15亿元，冲进全国保健酒业前三甲；山西汾酒已启动保健酒园区项目建设，计划将竹叶青打造成中国保健酒第一品牌。传统酒企外，制药企业也纷纷试水保健酒，天士力集团、修正药业、青岛国风药业、广州医药集团旗下白云山和记黄埔都已着手打造品牌保健酒。

中国目前保健酒企业数量约为5000家，每年新增企业约为200家。中国酒业协会发布的数据显示，2011年白酒和啤酒两大酒种占了整个饮料酒市场近90%的份额，包含有保健酒的“其他酒”仅占2.84%。专家称，目前的保健酒行业是“前景乐观路难走”，如何在竞争中长期处于优势地位，原料药材将是关键所在。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国保健酒市场评估及投资前景研究报告》共九章。首先介绍了保健酒行业的概念，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。

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

##### 第一节 保健酒行业概述

###### 一、保健酒的定义

###### 二、保健酒的酒文化

###### 三、传统保健酒与现代保健酒

###### 四、强化传统保健酒的文化内涵

##### 第二节 保健酒行业投资特性

###### 一、市场成长阶段

## 二、竞争情况分析

## 三、保健酒的资源、技术及研发能力

## 四、保健酒投资的技术和资金壁垒

### 第三节 我国酿酒业发展分析

#### 一、2012年酿酒行业发展情况分析

#### 二、2012年酿酒行业的景气度分析

#### 三、2012年酿酒行业产量分析

#### 四、2012年酿酒行业重点地区产业运行情况

#### 五、2012年酿酒行业热点与政策动态

#### 六、“十二五”期间酿酒行业发展趋势分析

## 第二章 2011-2013年中国保健酒市场发展分析

### 第一节 中国保健酒的现状

#### 一、我国保健酒行业发展态势

#### 二、我国保健酒市场发展概况

#### 三、保健酒主要品牌市场表现

### 第二节 2012年保健酒行业发展分析

#### 一、2012年保健酒行业分析

#### 二、2012年保健酒市场存在的问题

#### 三、2012年保健酒行业市场价格分析

#### 四、2012年保健酒企业加速圈地扩产

### 第三节 2012年我国保健酒行业观察

#### 一、行业壮大背景分析

#### 二、从市场成长性分析

#### 三、从营销模式分析

### 第四节 保健酒消费者分析

#### 一、消费群体划分及消费者认知

#### 二、影响消费者购买的因素分析

#### 三、消费形态及目标消费者分析

#### 四、保健酒需求结构分析

#### 五、2012年济南保健酒市场消费者调查

### 第五节 保健酒——酒业市场的第五季

#### 一、健康礼品促使份额提升

二、功能各异导致特色市场

三、生存引领酒业利润蓝海

四、缺少标准乱世更显英雄

### 第三章2011-2013年中国保健酒行业上游原材料市场分析

#### 第一节 药用动物市场分析

一、我国药用自然资源

二、药用资源保护与可持续利用的问题及对策

三、我国对野生动物资源采取的保护措施

四、我国珍稀药用资源应有效保护和合理利用兼顾

#### 第二节 中药材市场分析

一、2012年全国中药材市场行情回顾

二、2012年部分中药材行情

三、2012年中药材市场走势及其前景

四、我国中药材品种资源保护亟待重视

#### 第三节 原酒市场分析

一、2012年四川原酒产业发展分析

二、2012年我国发酵酒精产量分析

#### 第四节 粮食市场分析

一、2012年我国粮食的产量情况分析

二、2012年粮食价格波动的因素

三、2012年我国谷物进出口情况分析

四、2012年粮食市场的价格走势分析

### 第四章2011-2013年中国保健酒竞争产品分析

#### 第一节 白酒发展分析

一、2012年我国白酒市场运行情况分析

二、2012年我国啤酒产量情况分析

三、2012年我国白酒市场发展分析

四、2013年我国白酒行业发展展望

#### 第二节 啤酒发展分析

一、2012年中国啤酒行业发展现状

二、2012年我国啤酒产量情况分析

三、2013年我国啤酒行业发展趋势

### 第三节 葡萄酒发展分析

- 一、2012年葡萄酒行业发展情况分析
- 二、2012年我国葡萄酒产量情况分析
- 三、2012年我国葡萄酒进出口分析
- 四、2012年我国葡萄酒市场增长空间
- 五、2013年以后我国葡萄酒发展趋势

### 第四节 黄酒发展分析

- 一、中国黄酒行业市场格局
- 二、2012年中国黄酒的动力与压力
- 三、2012年黄酒、保健酒竞争分析
- 四、2013年黄酒面临的机遇和挑战

## 第五章 2011-2013年中国保健酒行业竞争分析

### 第一节 2012年保健酒行业竞争分析

- 一、保健酒行业竞争现状分析
- 二、新竞争时代保健酒企业战略释义

### 第二节 2012年保健酒行业竞合分析

- 一、2012年保健酒市场格局分析
- 二、2012年保健酒巨头发展情况

### 第三节 2011-2012年保健酒市场新进情况

- 一、2011年至今“黄金酒”进入市场情况
- 二、2011年至今白酒企业的进入情况
- 三、2012年药企进军保健酒业成风
- 四、2012年汾酒全力打造保健酒竹叶青品牌

### 第四节 保健酒行业品牌发展分析

- 一、保健酒行业首批中国名牌
- 二、保健酒品牌市场表现情况
- 三、成功保健酒品牌营销策略

## 第六章 2011-2013年中国保健酒相关产业分析

### 第一节 保健品政策环境

- 一、2012年我国将从严格审评审批等五方面监管保健食品
- 二、2012年加强监管保健食品行业有望进一步规范
- 三、2012年我国将整顿和规范保健品市场秩序

## 第二节 保健品发展分析

- 一、2012年保健品市场规模分析
- 二、2012年保健品行业存在问题
- 三、2012年医药保健食品市场趋势分析
- 四、2012年中国保健品市场规模

## 第七章2011-2013年中国保健酒重点企业研究

### 第一节 劲牌有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第二节 海南椰岛(集团)股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2012年海南椰岛保健酒一期技改项目投产
- 五、2013-2017年公司发展战略分析

### 第三节 浙江致中和酒业有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第四节 烟台张裕集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第五节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、杏花村“竹叶青”
- 三、2011-2012年财务分析

#### 四、2012年经营状况

#### 第六节 五粮液集团保健酒有限责任公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第七节 贵州茅台酒厂集团保健酒业有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第八节 宁夏香山酒业(集团)有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第九节 上海交大昂立股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

##### 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第八章 2013-2017年保健酒发展策略分析

#### 第一节 保健酒的市场机会与盈利模式

##### 一、保健酒的市场容量

##### 二、保健酒的市场潜力

##### 三、独特的市场机会

##### 四、弱势企业的盈利理由

##### 五、保健酒的盈利模式推荐

#### 第二节 二线保健酒冲出区域市场策略

##### 一、突破的前提

##### 二、突破的策略

#### 第三节 保健酒市场竞争策略分析

- 一、品牌差异化
- 二、产品卖点差异化
- 三、渠道创新
- 四、传播创新
- 五、服务创新
- 六、事件营销

## 第九章 2013-2017年保健酒发展趋势分析

### 第一节 2013-2017年保健酒行业特性及趋向研究

- 一、品类行业特性概述
- 二、保健酒发展趋势

### 第二节 2013-2017年保健酒行业发展预测

- 一、2013-2017年市场规模预测
- 二、2013-2017年细分领域预测

### 第三节 2013-2017年保健酒行业机遇及风险分析

- 一、保健酒行业投资优势
- 二、保健酒行业投资风险

### 第四节 2013-2017年中国保健酒发展趋势

- 一、功能细分趋势分析
- 二、口感优化趋势分析
- 三、品牌升级趋势分析
- 四、监管加强趋势分析
- 五、企业集中趋势分析

## 附录

附录一：《保健食品管理办法》

附录二：《保健食品注册管理办法（试行）》

附录三：《中华人民共和国食品卫生法》

附录四：《药品GMP认证管理办法》

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201304/93053.html>