

# 2021-2027年中国保健酒产 业发展现状与发展前景预测报告

## 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

《2021-2027年中国保健酒产业发展现状与发展前景预测报告》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/202102/205679.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

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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国保健酒产业发展现状与发展前景预测报告》共十三章。首先介绍了保健酒相关概念及发展环境，接着分析了中国保健酒规模及消费需求，然后对中国保健酒市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国保健酒面临的机遇及发展前景。您若想对中国保健酒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 保健品的介绍

##### 一、保健品的特点与分类

##### 二、保健品发展的三个阶段

##### 三、深度分析保健食品的功能开发

##### 四、保健食品与一般食品、药品的区别

#### 第二节 保健酒相关概述

##### 一、保健酒的界定

##### 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

##### 五、酒在医疗保健中产生的作用

##### 六、保健酒的保健功能和经济效益

### 第二章 2016-2019年中国保健酒行业运行环境分析

## 第一节 保健酒的总体政策环境分析

- 一、保健品产业深陷政策的泥潭
- 二、新规引起保健酒企业的强烈反应
- 三、国家政策支持保健酒的发展
- 四、两道规定整治保健酒行业混乱

## 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”取代“药健字”保健酒业迎来新的机会
- 三、“药健字”取消带来保健酒行业酝酿二次复兴
- 四、“药健字”取消促进保健酒行业规范发展

## 第三节 GMP认证与保健酒

- 一、保健酒生产已经纳入国家GMP认证
- 二、GMP认证冲破保健酒行业的发展潜规则
- 三、GMP认证是保健酒企业生存发展的门槛
- 四、GMP给保健酒企业的机遇与挑战

## 第二节 2019年酿酒业行业概述

- 一、2019年酿酒行业发展现状
- 二、2019年中国酿酒行业运行状况
- 三、2019年酿酒行业发展分析
- 四、2021-2027年酿酒企业国际化走向分析

## 第三章 2016-2019年中国保健酒行业运行状况分析

### 第一节 2016-2019年中国保健酒行业的发展分析

- 一、中国保健酒行业跨入全新发展阶段
- 二、中国保健酒发展进入快车道
- 三、国内保健酒主要品牌的表现分析

### 第二节 2016-2019年中国保健酒——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

### 第三节 2016-2019年中国保健酒行业发展存在的问题

- 一、中国保健酒行业存在的五大软肋
- 二、保健酒行业发展还不成熟
- 三、保健酒行业发展面临的挑战
- 四、八成保健酒企业面临出局
- 五、保健酒行业发展急需整顿
- 六、中国保健酒行业发展的误区

#### 第四节 2016-2019年中国保健酒行业的发展对策

- 一、保健酒行业拓展应注意的六大问题
- 二、保健酒业发展启动多元核心战略
- 三、保健酒业的生存与发展之路
- 四、专业化和标准化推进保健酒行业的健康发展
- 五、保健酒的开发需要高新技术
- 六、保健酒企业的改良策略

### 第四章 2016-2019年中国保健酒市场运行动态分析

#### 第一节 2016-2019年中国保健酒市场的发展分析

- 一、中国保健酒市场的总体综述
- 二、国内保健酒市场的开发现状
- 三、简析保健酒的产品开发与市场推广
- 四、详析保健品市场的生存空间

#### 第二节 2016-2019年中国区域保健酒市场分析

- 一、广东保健酒市场概况
- 二、东北保健酒竞争实力雄厚
- 三、湖南保健酒市场潜力巨大
- 四、重庆发展保健酒遭遇瓶颈
- 五、深圳保健酒市场现状

#### 第三节 2016-2019年中国保健酒市场面临的问题

- 一、保健酒市场面临的重重隐忧
- 二、保健酒市场存在的四大困境
- 三、保健酒市场发展路难走

#### 第四节 2016-2019年中国促进保健酒市场发展的对策

- 一、保健酒市场发展急需引导

- 二、保健酒市场需树立行业新规促规范
- 三、迅速提升保健酒市场份额的策略
- 四、保健酒市场发展应以细分突围
- 五、保健酒市场的发展建议

## 第五章 2016-2019年中国保健酒市场消费者调查分析

### 第一节 2016-2019年中国消费者的认知分析

- 一、消费者特征及划分
- 二、消费者的认知分析
- 三、消费者的购买渠道分析

### 第二节 2016-2019年中国影响消费者的因素

- 一、消费者主要关注的因素分析
- 二、消费者承受的价位分析
- 三、消费者的喜好因素分析
- 四、消费者需求结构分析

### 第三节 2016-2019年中国年轻消费群体的培养与开发

- 一、潜在的年轻消费群体
- 二、培养年轻消费群体

### 第四节 2016-2019年中国消费者的购买决策与保健酒的卖点

- 一、消费者的购买决策模式
- 二、再次购买

## 第六章 2019年我国保健酒主要替代产品分析

### 第一节 白酒发展分析

- 一、2019年中国白酒行业发展现状
- 二、中档白酒市场规模现状
- 三、高端白酒市场现状及未来前景分析
- 四、2019年我国白酒行业发展形势分析
- 五、2019年中小品牌白酒发展策略分析

### 第二节 啤酒发展分析

- 一、2019年啤酒行业发展分析
- 二、2019年啤酒高端市场竞争分析

三、啤酒企业在全国及各地市场份额

四、2019年我国啤酒行业发展分析

五、2019年啤酒行业发展机会分析

第三节 葡萄酒发展分析

一、2019年葡萄酒行业发展现状

二、中国葡萄酒市场发展潜力分析

三、2019年葡萄酒中低端市场竞争分析

四、2019年我国葡萄酒市场增长空间

五、2019年以后我国葡萄酒发展趋势

第四节 黄酒发展分析

一、中国黄酒品牌生存发展情况分析

二、黄酒行业未来发展走势分析

三、2021-2027年黄酒面临的机遇和挑战

四、2021-2027年黄酒业发展趋势分析

第七章 2016-2019年中国保健酒上游原材料市场分析

第一节 2016-2019年中国药用动物市场分析

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

第二节 2016-2019年中国中药材市场分析

一、2019年中药材市场发展状况

二、中药材市场商机分析

三、2019年我国中药材市场动向

四、我国中药材品种资源保护亟待重视

第三节 2016-2019年中国原酒市场分析

一、原酒生产对酿酒行业影响分析

二、2019年原酒投资状况分析

三、四川原酒产业发展分析

第四节 2016-2019年中国粮食市场分析

一、2019年我国粮食行业形势分析

二、2021-2027年我国市场粮价走势预测

### 三、2021-2027年我国粮食产量预测

## 第八章 2016-2019年我国保健酒行业营销策略分析

### 第一节 保健酒营销调查分析

- 一、低档保健酒
- 二、礼品市场
- 三、高端保健酒
- 四、保健酒竞争定位

### 第二节 2016-2019年中国保健酒市场营销分析

- 一、由减少酒精饮料危害计划谈保健酒的营销
- 二、用犹太人经商法则分析保健酒市场营销
- 三、保健酒两种销售模式的比较分析
- 四、保健酒市场服务营销概况
- 五、保健酒后非典时期的营销

### 第三节 2016-2019年中国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

### 第四节 2016-2019年中国保健酒广告营销分析

- 一、保健酒广告投入
- 二、保健酒央视广告投放情况
- 三、保健酒广告营销分析

## 第九章 2016-2019年中国保健酒行业竞争格局分析

### 第一节 2016-2019年保健酒企业竞争动态分析

- 一、海南椰岛进入农产品深加工
- 二、劲牌引领保健酒品牌建设
- 三、五粮液史玉柱联手卖酒
- 四、五粮液的“世界名酒”之路
- 五、椰岛控股古鹤松酒业打造健康品牌
- 六、劲牌实施多层次战略发展

## 第二节 2016-2019年中国保健酒业竞争总况

### 一、白酒葡萄酒黄酒保健酒显现竞争激烈现况

### 二、保健酒跻身国内酿酒行业五强

## 第三节 2016-2019年中国保健酒主流品牌的竞争分析

### 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、椰岛鹿龟酒与劲酒的竞合发展

### 五、保健酒市场的竞争出路分析

## 第四节 2016-2019年中国保健酒竞争策略分析

## 第五节 2021-2027年中国保健酒竞争趋势分析

## 第十章 2016-2019年中国典型保健酒企业竞争力对比与关键性财务数据分析

### 第一节 劲牌有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业销售收入及盈利水平分析

#### 三、企业资产及负债情况分析

#### 四、企业成本费用情况

### 第二节 海南椰岛股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业销售收入及盈利水平分析

#### 三、企业资产及负债情况分析

#### 四、企业成本费用情况

### 第三节 浙江致中和酒业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业销售收入及盈利水平分析

#### 三、企业资产及负债情况分析

#### 四、企业成本费用情况

### 第四节 张裕集团

#### 一、企业概况

#### 二、企业销售收入及盈利水平分析

#### 三、企业资产及负债情况分析

#### 四、企业成本费用情况

#### 第五节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业销售收入及盈利水平分析

##### 三、企业资产及负债情况分析

##### 四、企业成本费用情况

#### 第六节 五粮液集团保健酒有限责任公司

##### 一、企业概况

##### 二、企业销售收入及盈利水平分析

##### 三、企业资产及负债情况分析

##### 四、企业成本费用情况

### 第十一章 2021-2027年中国保健酒的发展前景预测分析

#### 第一节 2021-2027年中国保健酒行业的发展趋势

##### 一、中国保健酒的未来发展趋势分析

##### 二、未来五年保健酒业发展走向

##### 三、保健酒将发展成为传统酒业里的朝阳产业

##### 四、环保成保健酒行业未来投资新亮点

#### 第二节 2021-2027年中国保健酒市场的发展前景

##### 一、国内保健酒市场潜力大

##### 二、国内保健酒市场的发展将进入战国时代

##### 三、青年将成为保健酒市场主要消费者

##### 四、2021-2027年中国保健酒市场容量预测分析

#### 第三节 2021-2027年中国保健酒新品种的开发

##### 一、银杏保健酒

##### 二、膳食纤维保健酒

##### 三、蔬菜类保健酒

##### 四、虫草灵芝保健酒

##### 五、绿蛛酒保健酒

### 第十二章 2019年中国保健酒行业投资现状分析

#### 第一节 2016-2019年保健酒行业投资特性

一、保健酒的资源、技术及研发能力

二、保健酒投资的技术和资金壁垒

第二节 2016-2019年保健酒行业投资环境分析

一、宏观经济环境分析

1、中国GDP分析

2、中国汇率调整分析

3、中国CPI指数分析

4、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

二、社会环境分析

1、2019年全国居民收入情况分析

2、2019年全国社会消费品零售总额

3、2019年全国百家重点大型零售企业销售情况

4、2019年全国居民消费价格分析

第十三章 2021-2027年中国保健酒业投资机会与风险预警

第一节 2021-2027年中国保健酒的市场机会与盈利模式

一、投资“绿色”保健酒成新热点

二、总体经济效益判断

三、与产业政策调整相关的投资机会分析

第二节 2021-2027年中国保健酒行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第三节 2021-2027年中国保健酒业投资战略分析

一、我国保健酒品牌的战略思考

二、二线保健酒冲出区域市场策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202102/205679.html>