

# 2021-2027年中国保健酒市场深度评估与投资前景报告

## 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年中国保健酒市场深度评估与投资前景报告》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/202106/224676.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年中国保健酒市场深度评估与投资前景报告》共十四章。首先介绍了保健酒行业市场发展环境、保健酒整体运行态势等，接着分析了保健酒行业市场运行的现状，然后介绍了保健酒市场竞争格局。随后，报告对保健酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了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。

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 保健酒行业相关基础概述

#### 1.1 保健酒的定义及分类

##### 1.1.1 保健酒的界定

##### 1.1.2 保健酒的种类

##### 1.1.3 保健酒的特性

##### 1、保健价值

##### 2、药用价值

#### 1.2 保健酒行业特点分析

##### 1.2.1 市场特点分析

##### 1.2.2 行业经济特性

##### 1.2.3 行业发展周期分析

##### 1.2.4 行业进入风险

##### 1.2.5 行业成熟度分析

## 第二章 2019年中国保健酒行业市场发展环境分析

### 2.1 中国保健酒行业经济环境分析

#### 2.1.1 中国经济运行情况

- 1、国民经济运行情况GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、恩格尔系数
- 5、酿酒工业发展现状

#### 2.1.2 经济环境对行业的影响分析

### 2.2 中国保健酒行业政策环境分析

#### 2.2.1 行业监管环境

- 1、行业主管部门
- 2、行业监管体制

#### 2.2.2 行业法律法规分析

- 1、《中华人民共和国食品卫生法》
- 2、《保健食品管理办法》

#### 2.2.3 政策环境对行业的影响分析

### 2.3 中国保健酒行业社会环境分析

#### 2.3.1 行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、饮酒文化分析
- 3、消费升级分析
- 4、老龄化趋势分析
- 5、健康消费观念发展

#### 2.3.2 社会环境对行业的影响分析

### 2.4 中国保健酒行业技术环境分析

#### 2.4.1 保健酒技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、中国保健酒行业新技术研究

#### 2.4.2 保健酒技术发展水平

- 1、中国保健酒行业技术水平所处阶段
- 2、与国外保健酒行业的技术差距

#### 2.4.3 行业主要技术发展趋势

#### 2.4.4 技术环境对行业的影响

### 第三章 中国保健酒行业上、下游产业链分析

#### 3.1 保健酒行业产业链概述

##### 3.1.1 产业链定义

##### 3.1.2 保健酒行业产业链

#### 3.2 保健酒行业上游-原材料产业发展分析

##### 3.2.1 原材料产业发展现状

##### 3.2.2 原材料产业供给分析

##### 3.2.3 原材料供给价格分析

##### 3.2.4 原材料供给区域分析

#### 3.3 保健酒行业下游-经销商发展情况分析

##### 3.3.1 经销商发展现状分析

##### 3.3.2 经销商发展规模分析

##### 3.3.3 经销商区域分布情况

##### 3.3.4 经销商发展趋势分析

#### 3.4 保健酒行业消费者消费情况分析

##### 3.4.1 居民人均保健酒消费情况

##### 3.4.2 保健酒消费者地域分布情况

##### 3.4.3 消费升级下的保健酒消费市场

##### 3.4.4 保健酒消费者品牌忠诚度分析

### 第四章 国际保健酒行业市场发展分析

#### 4.1 2019年国际保健酒行业发展现状

##### 4.1.1 国际保健酒行业发展现状

##### 4.1.2 国际保健酒行业发展规模

##### 4.1.3 国际保健酒主要技术水平

#### 4.2 2019年国际保健酒市场需求研究

##### 4.2.1 国际保健酒市场需求特点

##### 4.2.2 国际保健酒市场需求结构

##### 4.2.3 国际保健酒市场需求规模

## 4.3 2019年国际区域保健酒行业研究

### 4.3.1 欧洲市场分析

### 4.3.2 美国市场分析

### 4.3.3 日韩市场分析

## 4.4 2021-2027年国际保健酒行业发展展望

### 4.4.1 国际保健酒行业发展趋势

### 4.4.2 国际保健酒行业规模预测

### 4.4.3 国际保健酒行业发展机会

## 第五章 2019年中国保健酒行业发展概述

### 5.1 中国保健酒行业发展状况分析

#### 5.1.1 中国保健酒行业发展阶段

#### 5.1.2 中国保健酒行业发展总体概况

#### 5.1.3 中国保健酒行业发展特点分析

### 5.2 2015-2019年保健酒行业发展现状

#### 5.2.1 2015-2019年中国保健酒行业发展热点

#### 5.2.2 2015-2019年中国保健酒行业发展现状

#### 5.2.3 2015-2019年中国保健酒企业发展分析

### 5.3 重点保健酒企业市场份额分析

### 5.4 保健酒行业市场集中度分析

### 5.5 中国保健酒行业细分市场分析

### 5.6 中国保健酒终端市场运作分析

#### 5.6.1 产品选择和客户管理

#### 5.6.2 公关和培训

#### 5.6.3 促销和客户服务

#### 5.6.4 激励政策

#### 5.6.5 物流管控

#### 5.6.6 理货管理和回款管理

### 5.7 中国保健酒市场发展问题分析

#### 5.7.1 品牌体系混乱弱化品牌形象

#### 5.7.2 价格体系混乱导致终端价格竞争激烈

#### 5.7.3 包装雷同及包装浮夸

5.7.4 产品以次充好

5.7.5 过度宣传产品功效，名不副实

5.8 中国保健酒行业发展问题及对策建议

5.8.1 中国保健酒行业发展制约因素

5.8.2 中国保健酒行业存在问题分析

5.8.3 中国保健酒行业发展对策建议

第六章 中国保健酒所属行业运行指标分析及预测

6.1 中国保健酒所属行业企业数量分析

6.1.1 2015-2019年中国保健酒所属行业企业数量情况

6.1.2 2015-2019年中国保健酒所属行业企业竞争结构

6.2 2015-2019年中国保健酒所属行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国保健酒所属行业市场规模分析及预测

6.3.1 2015-2019年中国保健酒所属行业市场规模分析

6.3.2 2021-2027年中国保健酒所属行业市场规模预测

6.4 中国保健酒所属行业市场供需分析及预测

6.4.1 中国保健酒所属行业市场供给分析

1、2015-2019年中国保健酒所属行业供给规模分析

2、2021-2027年中国保健酒所属行业供给规模预测

6.4.2 中国保健酒所属行业市场需求分析

1、2015-2019年中国保健酒所属行业需求规模分析

2、2021-2027年中国保健酒所属行业需求规模预测

第七章 中国互联网+保健酒行业发展现状及前景

7.1 互联网给保健酒行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代保健酒行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给保健酒行业带来挑战及机遇分析

7.1.3 互联网时代保健酒营销模式变革分析

- 7.1.4 互联网时代保健酒销售渠道变革分析
- 7.1.5 互联网时代保健酒行业商业模式变革分析
- 7.2 中国互联网+保健酒行业市场发展现状分析
  - 7.2.1 中国互联网+保健酒行业投资布局分析
    - 1、 中国互联网+保健酒行业投资切入方式
    - 2、 中国互联网+保健酒行业投资规模分析
    - 3、 中国互联网+保健酒行业投资业务布局
  - 7.2.2 保健酒行业目标客户互联网渗透率分析
  - 7.2.3 中国互联网+保健酒行业市场规模分析
  - 7.2.4 中国互联网+保健酒行业竞争格局分析
    - 1、 中国互联网+保健酒行业参与者结构
    - 2、 中国互联网+保健酒行业竞争者类型
    - 3、 中国互联网+保健酒行业市场占有率
  - 7.2.5 中国保健酒垂直电商平台分析
    - 1、 酒仙网
    - 2、 酒美网
    - 3、 网酒网
    - 4、 酒库网
    - 5、 1919
  - 7.2.6 中国保健酒企业互联网战略案例分析
- 7.3 中国互联网+保健酒行业市场发展前景分析
  - 7.3.1 中国互联网+保健酒行业市场增长动力分析
  - 7.3.2 中国互联网+保健酒行业市场发展瓶颈剖析
  - 7.3.3 中国互联网+保健酒行业市场发展趋势分析

## 第八章 中国保健酒行业消费市场调查

- 8.1 保健酒市场消费需求分析
  - 8.1.1 保健酒市场的消费需求变化
  - 8.1.2 保健酒行业的需求情况分析
  - 8.1.3 保健酒品牌市场消费需求分析
- 8.2 保健酒消费市场状况分析
  - 8.2.1 保健酒行业消费特点



- 8.2.2 保健酒行业消费结构分析
- 8.2.3 保健酒行业消费的市场变化
- 8.2.4 保健酒市场的消费方向
- 8.3 保健酒行业产品的品牌市场调查
  - 8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查
  - 8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查
  - 8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道
  - 8.3.4 保健酒行业品牌忠诚度调查
  - 8.3.5 消费者的消费理念调研

## 第九章 中国保健酒行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国保健酒行业竞争格局分析
  - 9.1.1 保健酒行业区域分布格局
  - 9.1.2 保健酒行业企业规模格局
  - 9.1.3 保健酒行业企业性质格局
- 9.2 中国保健酒行业竞争五力分析
  - 9.2.1 保健酒行业上游议价能力
  - 9.2.2 保健酒行业下游议价能力
  - 9.2.3 保健酒行业新进入者威胁
  - 9.2.4 保健酒行业替代产品威胁
  - 9.2.5 保健酒行业现有企业竞争
- 9.3 中国保健酒行业竞争SWOT分析
  - 9.3.1 保健酒行业优势分析（S）
  - 9.3.2 保健酒行业劣势分析（W）
  - 9.3.3 保健酒行业机会分析（O）
  - 9.3.4 保健酒行业威胁分析（T）
- 9.4 中国保健酒行业竞争策略建议

## 第十章 中国保健酒行业领先企业竞争力分析

- 10.1 劲牌有限公司
  - 10.1.1 企业发展基本情况
  - 10.1.2 企业经营情况分析

- 10.1.3 企业发展战略分析
- 10.2 海南椰岛（集团）股份有限公司
  - 10.2.1 企业发展基本情况
  - 10.2.2 企业经营情况分析
  - 10.2.3 企业发展战略分析
- 10.3 烟台张裕葡萄酒股份有限公司
  - 10.3.1 企业发展基本情况
  - 10.3.2 企业经营情况分析
  - 10.3.3 企业发展战略分析
- 10.4 山西杏花村汾酒集团有限责任公司
  - 10.4.1 企业发展基本情况
  - 10.4.2 企业经营情况分析
  - 10.4.3 企业发展战略分析
- 10.5 广西古岭龙投资集团有限公司
  - 10.5.1 企业发展基本情况
  - 10.5.2 企业经营情况分析
  - 10.5.3 企业发展战略分析
- 10.6 宁夏红枸杞产业集团有限公司
  - 10.6.1 企业发展基本情况
  - 10.6.2 企业经营情况分析
  - 10.6.3 企业发展战略分析
- 10.7 浙江致中和酒业有限责任公司
  - 10.7.1 企业发展基本情况
  - 10.7.2 企业经营情况分析
  - 10.7.3 企业发展战略分析
- 10.8 广誉远中药股份有限公司
  - 10.8.1 企业发展基本情况
  - 10.8.2 企业经营情况分析
  - 10.8.3 企业发展战略分析
- 10.9 贵州茅台酒厂（集团）白金酒有限责任公司
  - 10.9.1 企业发展基本情况
  - 10.9.2 企业经营情况分析

### 10.9.3 企业发展战略分析

## 10.10 中国北京同仁堂（集团）有限责任公司

### 10.10.1 企业发展基本情况

### 10.10.2 企业经营情况分析

### 10.10.3 企业发展战略分析

## 第十一章 2021-2027年中国保健酒行业发展趋势与投资机会研究

### 11.1 2021-2027年中国保健酒行业市场发展潜力分析

#### 11.1.1 中国保健酒行业市场空间分析

#### 11.1.2 中国保健酒行业竞争格局变化

#### 11.1.3 中国保健酒行业互联网+前景

### 11.2 2021-2027年中国保健酒行业发展趋势分析

#### 11.2.1 中国保健酒行业品牌格局趋势

#### 11.2.2 中国保健酒行业渠道分布趋势

#### 11.2.3 中国保健酒行业市场趋势分析

### 11.3 2021-2027年中国保健酒行业投资机会与建议

#### 11.3.1 中国保健酒行业投资前景展望

#### 11.3.2 中国保健酒行业投资机会分析

#### 11.3.3 中国保健酒行业投资建议分析

## 第十二章 2021-2027年中国保健酒行业投资分析与风险规避

### 12.1 中国保健酒行业关键成功要素分析

### 12.2 中国保健酒行业投资壁垒分析

### 12.3 中国保健酒行业投资风险与规避

#### 12.3.1 宏观经济风险与规避

#### 12.3.2 行业政策风险与规避

#### 12.3.3 上游市场风险与规避

#### 12.3.4 市场竞争风险与规避

#### 12.3.5 技术风险分析与规避

#### 12.3.6 下游需求风险与规避

### 12.4 中国保健酒行业融资渠道与策略

#### 12.4.1 保健酒行业融资渠道分析

## 12.4.2 保健酒行业融资策略分析

# 第十三章 2021-2027年中国保健酒行业盈利模式与投资战略规划分析

## 13.1 国外保健酒行业投资现状及经营模式分析

### 13.1.1 境外保健酒行业成长情况调查

### 13.1.2 经营模式借鉴

### 13.1.3 国外投资新趋势动向

## 13.2 中国保健酒行业商业模式探讨

### 13.2.1 行业主要商业模式分析

### 13.2.2 保健酒行业商业模式创新分析

## 13.3 中国保健酒行业投资发展战略规划

### 13.3.1 战略优势分析

### 13.3.2 战略机遇分析

### 13.3.3 战略规划目标

### 13.3.4 战略措施分析

## 13.4 最优投资路径设计

### 13.4.1 投资对象

### 13.4.2 投资模式

### 13.4.3 预期财务状况分析

### 13.4.4 风险资本退出方式

# 第十四章 研究结论及建议

## 14.1 研究结论

## 14.2 保健酒行业投资可行性分析

## 14.3 建议

### 14.3.1 行业发展策略建议

### 14.3.2 行业投资方向建议

### 14.3.3 行业投资方式建议

## 图表目录：

图表：保健酒行业特点

图表：保健酒行业生命周期

图表：保健酒行业产业链分析  
图表：中国GDP增长情况  
图表：中国CPI增长情况  
图表：中国人口数量及其构成  
图表：中国工业增加值及其增长速度  
图表：中国城镇居民可支配收入情况  
图表：2015-2019年保健酒行业市场规模分析  
图表：2021-2027年保健酒行业市场规模预测  
图表：2015-2019年中国保健酒行业供给规模分析  
图表：2021-2027年中国保健酒行业供给规模预测  
图表：2015-2019年中国保健酒行业需求规模分析  
图表：2021-2027年中国保健酒行业需求规模预测  
图表：2015-2019年中国保健酒行业企业数量情况  
图表：2015-2019年中国保健酒行业企业竞争结构  
图表：中国保健酒所属行业盈利能力分析  
图表：中国保健酒所属行业运营能力分析  
图表：中国保健酒所属行业偿债能力分析  
图表：中国保健酒行业发展能力分析  
图表：中国保健酒行业经营效益分析  
图表：2015-2019年保健酒行业重要数据指标比较  
图表：2015-2019年中国保健酒行业竞争力分析  
图表：2021-2027年中国保健酒行业产能预测  
图表：2021-2027年中国保健酒行业消费量预测  
图表：2021-2027年中国保健酒市场价格走势预测  
图表：2021-2027年中国保健酒行业发展趋势预测  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/224676.html>