

2013-2018年中国保健酒行业市场分析及投资前景 评估报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2013-2018年中国保健酒行业市场分析及投资前景评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201307/213514.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

2012年4季度，酿酒行业整体依然保持较快发展，不过受国内宏观经济增速放缓和“三公消费”削减及塑化剂事件等影响，行业发展增速有所放缓。从整个市场的运行状况来看，各主要酒类产品产量保持较快增长，行业供给能力进一步增强，但增速明显放缓；产品价格在下滑中趋稳，市场需求与上年同期相比，呈现出“旺季不旺”的态势；进出口增速明显下滑；行业整体盈利能力虽然实现较快增长，但增速较前三季度有所下滑。

保健酒行业占酒类市场份额不足3%，受益政策支持预计保持较快增速。2011年，国内保健酒市场规模刚刚突破150亿元，而整个国内酒类市场，包括白酒、啤酒、葡萄酒等，规模已经超过5000亿元，保健酒在整个酒类市场所占份额不足3%。近三年来，保健酒行业销售收入增速保持在30%左右。与普通白酒所受的限制性政策不同，保健酒行业的发展得到了政府政策支持。在《中国酿酒产业“十二五”（2011-2015年）发展规划》中，保健酒被列为支持发展的子行业。我们预计受益于政策支持，“十二五”期间保健酒行业年均收入增速将不低于30%，产品结构升级将更加显著。

《2013-2018年中国保健酒行业市场分析及投资前景评估报告》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于保健酒产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为保健酒产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析保健酒产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对保健酒产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了保健酒产品的行业概况、市场发展现状及保健酒产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究保健酒市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对保健酒行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对保健酒产品投资的建议。

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究成果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和保健酒的投资提供了决策依据。

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、保健品产生的原因

五、保健品发展的三个阶段

第二节 保健酒的概述

一、酒在医疗保健中产生的作用

二、保健酒和药酒之间的异同点

三、保健酒的保健功能和经济效益

四、保健酒酿造的悠久历史

第二章 2012-2013年中国保健酒产业运行环境分析

第一节 2013年国内宏观经济环境分析（按月度更新）

一、国民经济增长

二、中国居民消费价格指数

三、工业生产运行情况

四、中国房地产业情况

五、中国制造业采购经理指数

第二节 2012-2013年中国保健酒产业政策环境分析

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 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

第四节 2012-2013年中国保健酒产业社会环境分析

第三章 2012-2013年中国保健品的发展

第一节 2012-2013年中国保健品行业发展概述

一、中国保健品行业发展三阶段

二、浅谈中国保健品行业发展原因

三、中国保健品行业环境分析

四、中国保健品行业的特点

五、中国保健品行业备受外资青睐

第二节 2010-2013年中国保健品行业发展状况

一、2012年保健品行业发展分析

二、保健品行业步入“诚信时代”

三、保健品行业新技术不断涌现

第三节 2012-2013年中国保健品行业发展现状

一、保健品市场三大特色品牌浅析

二、我国保健品进出口数据透析

第四节 2012-2013年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、中国保健品行业发展的缺陷
- 三、中国保健品产业的发展瓶颈
- 四、中国保健品行业发展面临的困局

第五节 2012-2013年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、中国保健品企业发展应返璞归真
- 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
- 五、促进保健品市场快速增长的建议

第四章 2012-2013年中国保健酒行业的发展

第一节 2012-2013年中国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、保健酒出新招造就行业地位
- 四、我国保健酒业成功迈进品牌化时代
- 五、中国保健酒行业掀起绿色风潮

第二节 2012-2013年保健酒行业发展现状

- 一、保健酒行业跨入全新时期
- 二、中国保健酒行业良性升级
- 三、2012年中国保健酒行业的发展格局
- 四、2012-2013年中国保健酒行业发展形势透析

第三节 2012-2013年中国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、中国保健酒行业发展的误区

第四节 2012-2013年中国保健酒行业发展的对策分析

- 一、保健酒行业拓展应注意的六大问题
- 二、保健酒业的生存与发展之路
- 三、保健酒的开发需要高新技术
- 四、保健酒企业的改良策略
- 五、促进保健酒产业快速发展的建议

第五章 2012-2013年中国保健酒制造相关行业数据分析

第一节 2010-2012年中国其他酒制造行业总体数据分析

一、2010年中国其他酒制造行业全部企业数据分析

二、2011年中国其他酒制造行业全部企业数据分析

三、2012年中国其他酒制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国其他酒制造行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国其他酒制造行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国其他酒制造行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国其他酒制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国其他酒制造行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国其他酒制造行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国其他酒制造行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国其他酒制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2012-2013年中国保健酒市场现状分析

第一节 2012-2013年中国保健酒市场整体概况

一、中国保健酒市场的总体综述

二、中国保健酒企业深掘高端市场

三、简析保健酒的产品开发与市场推广

第二节 2012-2013年中国保健酒市场消费状况

一、中国保健酒消费日益普及

二、中原市场保健酒消费遇冷

三、中国保健酒消费的安全考量

四、保健酒亟需扩大市场消费群体

第三节 2012-2013年中国部分地区保健酒市场的发展

一、湖北保健酒市场劲酒一枝独秀

二、广东保健酒市场本土品牌缺乏竞争力

三、北京保健酒市场缺少领军品牌

四、邵阳市保健酒产业现状及突围策略

五、2012-2013年深圳保健酒市场形成两强争霸局面

第四节 2012-2013年中国保健酒市场面临的问题及对策

一、保健酒市场存在的四大困境

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

第七章 2012-2013年华东地区保健酒市场分析

第一节 2012-2013年上海保健酒行业发展现状

- 一、上海保健酒高端市场简况
- 二、上海保健酒市场发展特点分析

第二节 2012-2013年山东保健酒行业发展现状

- 一、山东保健酒市场发展概况
- 二、济南保健酒市场浅析
- 三、烟台保健酒市场综述
- 四、潍坊保健酒市场发展良好
- 五、青岛保健酒市场品牌效应突出

第三节 2012-2013年江苏保健酒行业发展现状

- 一、江苏保健酒市场竞争激励
- 二、南京保健酒市场概述
- 三、兴化保健酒市场发展状况

第四节 2012-2013年浙江保健酒行业发展现状

- 一、杭州保健酒市场遭冷落
- 二、温州保健酒市场发展综述
- 三、台州保健酒市场开发面临的挑战
- 四、宁波保健酒市场需求前景看好

第八章 2012-2013年中国保健酒市场营销分析

第一节 2012-2013年中国保健酒市场营销状况

- 一、中国保健酒市场营销战争升级
- 二、中国保健酒区域市场营销现状分析
- 三、保健酒市场服务营销概况
- 四、由减少酒精饮料危害计划谈保健酒的营销

第二节 2012-2013年中国消费者与保健酒营销分析

- 一、消费者购买保健酒的方式研究
- 二、保健酒目标消费群的需求及特征分析
- 三、从消费行为分析保健酒的营销策略
- 四、消费者购买保健酒的途径分析

第三节 2012-2013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 2012-2013年中国保健酒营销存在的问题

- 一、中国保健酒企业的营销误区
- 二、保健酒营销意识的缺失之处
- 三、保健酒产品命名易陷入的误区
- 四、保健酒品牌营销存在的盲点
- 五、保健酒营销的问题

第五节 2012-2013年中国保健酒营销的对策

- 一、保健酒营销成功的关键对策
- 二、保健酒营销应注意的方面
- 三、保健酒发展要依赖品牌定位营销
- 四、保健酒营销的产品开发攻略
- 五、低端保健酒深度分销提高市场效率

第六节 2012-2013年中国保健酒营销发展趋势

- 一、国内保健酒品牌营销力度将加强
- 二、保健酒行业的营销发展新意呈现

第九章 2012-2013年中国保健酒行业重点企业经营状况

第一节 海南椰岛股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第二节 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、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第三节 浙江致中和酒业公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第四节 湖北劲牌有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第十章 2012-2013年中国其他酒类产品的发展

第一节 2012-2013年中国白酒行业发展现状

一、2010年白酒行业经济运行状况

二、2010年白酒行业热点分析

三、2011年中国白酒行业运行概况

四、2011年消费税大调整引发白酒行业震动

五、2012-2013年全国及主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析

六、中国白酒行业的前景分析

第二节 2012-2013年中国葡萄酒行业发展现状

一、中国葡萄酒行业发展空间巨大

二、2011年中国葡萄酒行业起伏不定

三、2012年中国葡萄酒行业发展综述

四、我国葡萄酒产业链已逐渐成型

五、2013年1-3月全国及主要省份葡萄酒产量分析

六、中国葡萄酒产业的发展趋势分析

第三节 2012-2013年中国黄酒行业发展现状

一、中国黄酒业发展概况

二、2012年中国黄酒产量分析

三、2012年国内黄酒行业大事盘点

四、中国黄酒市场的发展对策分析

第十一章 2012-2013年中国保健酒竞争格局分析

第一节 2012-2013年中国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、保健酒行业格局演变及趋向

三、保健酒品类/行业特性及趋向研究

四、保健酒行业竞争现状分析

五、新竞争时代保健酒企业战略释义

第二节 2012-2013年中国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 2012-2013年中国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 2012-2013年中国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 2012-2013年中国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

第十二章 2013-2020年中国保健酒的发展前景预测

第一节 2013-2020年中国保健酒行业的发展趋势

一、中国保健酒行业发展趋势分析

二、保健酒将发展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

第二节 2013-2020年中国保健酒市场的发展前景

一、我国保健酒高端市场前景看好

二、2013-2018年中国保健酒市场容量预测

第三节 2013-2020年中国保健酒新品种的开发

一、膳食纤维保健酒

二、蔬菜类保健酒

三、虫草灵芝保健酒

四、绿蛛酒保健酒

五、雄蚕蛾保健酒

第四节 2013-2020年我国保健酒产业前景预测

图表目录：（部分）

图表：2007-2012年中国保健酒行业市场规模统计：亿元

图表：2007-2012年中国保健酒行业占酿酒行业的比重分析

图表：保健酒(含养生酒)主要品牌市场定位

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2012-2013年4月固定资产投资（不含农户）同比增速

- 图表：2012-2013年4月固定资产投资到位资金同比增速
- 图表：2013年1-4月份固定资产投资（不含农户）主要数据
- 图表：2012年4月-2013年4月全国居民消费价格涨跌幅
- 图表：2012年4月-2013年4月鲜菜与鲜果价格变动情况
- 图表：2013年4月份居民消费价格分类别同比涨跌幅
- 图表：2013年4月份居民消费价格分类别环比涨跌幅
- 图表：2013年4月居民消费价格主要数据
- 图表：2012年4月-2013年4月规模以上工业增加值同比增长速度
- 图表：2013年4月份规模以上工业生产主要数据
- 图表：2012年4月-2013年4月发电量日均产量及同比增速
- 图表：2012年4月-2013年4月钢材日均产量及同比增速
- 图表：2012年4月-2013年4月水泥日均产量及同比增速
- 图表：2012年4月-2013年4月原油加工量日均产量及同比增速
- 图表：2012年4月-2013年4月十种有色金属日均产量及同比增速
- 图表：2012年4月-2013年4月乙烯日均产量及同比增速
- 图表：2012年4月-2013年4月汽车日均产量及同比增速
- 图表：2012年4月-2013年4月轿车日均产量及同比增速
- 图表：2012-2013年4月全国房地产投资开发增速
- 图表：2012-2013年4月全国房地产开发企业土地购置面积增速
- 图表：2012-2013年4月全国商品房销售面积及销售额统计
- 图表：2012-2013年4月全国房地产开发企业本年到位资金增速
- 图表：2013年1-4月份全国房地产开发和销售情况
- 图表：2013年1-4月份东中西部地区房地产开发投资情况
- 图表：2013年1-4月份东中西部地区房地产销售情况
- 图表：中国制造业PMI指数走势图
- 图表：2011-2013年海南椰岛股份有限公司主要经济指标走势
- 图表：2011-2013年海南椰岛股份有限公司经营收入走势
- 图表：2011-2013年海南椰岛股份有限公司盈利指标走势
- 图表：2011-2013年海南椰岛股份有限公司负债情况
- 图表：2011-2013年海南椰岛股份有限公司负债指标走势
- 图表：2011-2013年海南椰岛股份有限公司运营能力指标走势
- 图表：2011-2013年海南椰岛股份有限公司成长能力指标走势
- 图表：2011-2013年上海交大昂立股份有限公司主要经济指标走势
- 图表：2011-2013年上海交大昂立股份有限公司经营收入走势
- 图表：2011-2013年上海交大昂立股份有限公司盈利指标走势

图表：2011-2013年上海交大昂立股份有限公司负债情况

图表：2011-2013年上海交大昂立股份有限公司负债指标走势

图表：2011-2013年上海交大昂立股份有限公司运营能力指标走势

图表：2011-2013年上海交大昂立股份有限公司成长能力指标走势

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201307/213514.html>