

2016-2022年中国保健酒市场运营态势与投资战略 研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国保健酒市场运营态势与投资战略研究报告》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/201606/424735.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

在市场竞争日益激烈的今天，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求！

近年来保健酒行业竞争的不断加剧，大型保健酒企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的保健酒生产企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对产业发展环境和产品购买者的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的保健酒品牌迅速崛起，逐渐成为保健酒行业中的翘楚！

智研咨询发布的《2016-2022年中国保健酒市场运营态势与投资战略研究报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第1章：中国保健酒行业研究背景

1.1 保健品行业定义及分类

1.1.1 保健酒的定义

1.1.2 保健酒的种类

1.1.3 保健酒和药酒异同点分析

1.2 保健酒行业产业链分析

1.2.1 保健酒行业产业链简介

1.2.2 保健酒行业下游流通链解析

1.2.3 保健酒行业上游供应链分析

(1) 保健酒行业原料供应链分析

(2) 保健酒行业辅料供应链分析

1.3 保健酒行业市场环境分析

1.3.1 行业政策环境分析

(1) 国家政策支持保健酒的发展

(2) 新规引起保健酒行业分化

(3) 食品新规整治保健酒行业混乱

(4) 保健酒行业发展规划

1.3.2 行业经济环境分析

- (1) 国家宏观经济情况分析
- (2) 宏观经济发展趋势预测
- (3) 宏观经济环境与保健酒行业关系

1.3.3 行业消费环境分析

- (1) 居民收入情况分析
- (2) 居民消费结构分析
- (3) 居民消费信心分析
- (4) 保健酒消费群体特征分析

第2章：保健酒行业发展状况分析

2.1 中国保健品行业发展状况分析

2.1.1 中国保健品行业产销规模分析

- (1) 生产规模
- (2) 销售规模

2.1.2 中国保健品行业发展特点

2.1.3 保健品行业经营效益分析

2.2 中国保健酒行业发展状况分析

2.2.1 中国保健酒行业发展历程

2.2.2 中国保健酒行业发展特点

2.2.3 中国保健酒行业发展影响因素

- (1) 驱动因素
- (2) 阻碍因碍

2.2.4 保健酒行业市场规模分析

第3章：保健酒行业市场竞争状况分析

3.1 行业国内市场竞争状况分析

3.1.1 国内保健酒行业竞争现状分析

- (1) 行业内现有企业竞争分析
- (2) 行业上游议价能力分析
- (3) 行业下游议价能力分析
- (4) 行业替代品威胁分析
- (5) 行业新进入者威胁分析

3.1.2 国内保健酒行业竞争现状分析

- (1) 竞争格局
- (2) 主要品牌发展状况

3.1.3 国内保健酒行业竞争现状分析

3.2 中国保健酒企业竞争策略

3.2.1 市场研究与产品定位

3.2.2 市场细分与市场定位

(1) 市场细分

(2) 产品定位

3.3 行业投资兼并与重组整合分析

3.3.1 行业投资并购概况

3.3.2 行业投资并购特征

3.3.3 行业投资并购趋势

第4章：保健酒行业细分产品市场分析

4.1 行业主要产品结构特征

4.1.1 行业产品结构特征分析

4.1.2 行业产品市场发展概况

4.2 不同档次定位产品市场分析

4.2.1 低档保健酒市场分析

(1) 低档保健酒品牌竞争状况

(2) 低档保健酒供需分析

(3) 低档保健酒价格走势

(4) 低档保健酒发展趋势

4.2.2 中高档礼品保健酒市场分析

(1) 中高档保健酒品牌竞争状况

(2) 主要中高档保健酒供需分析

(3) 主要中高档保健酒价格走势

(4) 中高档保健酒市场发展趋势

4.3 保健酒新产品发展趋势

4.3.1 产品命名创新

4.3.2 产品包装创新

4.3.3 产品定位创新

4.3.4 产品服务创新

第5章：保健酒行业市场营销分析

5.1 保健酒行业营销STP分析

5.1.1 按购买者特征市场细分

5.1.2 保健酒行业目标市场

5.1.3 保健酒行业市场定位

5.2 保健酒行业市场营销渠道分析

5.2.1 保健酒的销售渠道发展概况

5.2.2 保健酒的销售细分渠道分析

- (1) 商超渠道
- (2) 餐饮渠道
- (3) 药店渠道
- (4) 社区渠道
- (5) 专卖店渠道
- (6) 团购渠道
- (7) 直供渠道
- (8) 封闭渠道
- (9) 夜场渠道

5.2.3 中国保健酒营销渠道优劣势比较

5.3 中国保健酒行业营销策略分析

5.3.1 中国保健酒营销策略类型

- (1) 概念化营销策略
- (2) 个性化营销策略
- (3) 差异化营销策略
- (4) 品牌营销策略
- (5) 文化营销策略

5.3.2 中国保健酒营销策略问题

5.3.3 中国保健酒营销策略建议

5.4 中国保健酒行业市场营销案例分析

5.4.1 劲牌保健酒市场营销分析

5.4.2 五粮液保健酒市场营销分析

5.4.3 海南椰岛保健酒市场营销分析

5.4.4 汾酒竹叶青市场营销分析

第6章：保健酒行业主要企业生产经营分析

6.1 保健酒企业发展总体状况分析

6.1.1 保健酒行业企业规模

6.1.2 保健酒主要企业工业产值状况

6.1.3 保健酒主要企业销售收入和利润状况

6.2 保健酒行业领先企业个案分析

6.2.1 劲牌有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

6.2.2 海南椰岛（集团）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

6.2.3 广西柳州市古岭酒厂经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

6.2.4 贵州茅台酒厂（集团）保健酒业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业生产经营状况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

6.2.5 浙江致中和实业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营优劣势分析

6.2.6 五粮液集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

6.2.7 山西杏花村汾酒集团有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营优劣势分析
- (11) 企业最新发展动向分析

6.2.8 烟台张裕集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业最新发展动向分析

6.2.9 宁夏红枸杞产业集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.2.10 上海交大昂立股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业最新发展动向分析

6.2.11 广东德庆无比养生酒业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.12 山东颐阳酒业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

6.2.13 山西鹿龟神酒业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

6.2.14 紫光古汉衡阳饮源制药有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营优劣势分析

6.2.15 北京同仁堂股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业产品结构及新产品动向

(9) 企业销售渠道与网络

(10) 企业经营状况优劣势分析

(11) 企业最新发展动向分析

6.2.16 上海雷允上药业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

6.2.17 上海冠生园华佗酿酒有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营优劣势分析

6.2.18 深圳万基药业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

6.2.19 广东大印象(集团)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

6.2.20 恒生食业有限责任公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营优劣势分析

第7章：保健酒行业发展趋势分析与预测

7.1 中国保健酒市场发展趋势

7.1.1 中国保健酒市场发展趋势分析

7.1.2 中国保健酒市场发展前景预测

7.2 保健酒行业投资特性分析

7.2.1 保健酒行业进入壁垒分析

(1) 技术壁垒

(2) 品牌壁垒

- (3) 政策壁垒
- (4) 渠道壁垒
- 7.2.2 保健酒行业盈利模式分析
 - (1) 保健酒行业内竞争获利
 - (2) 从产业链获取利润
 - (3) 从顾客获取利润
 - (4) 扩大市场需求获取利润
 - (5) 合作竞争获取利润
 - (6) 保健酒的盈利模式推荐
- 7.2.3 保健酒行业盈利因素分析
- 7.3 中国保健酒行业投资建议
 - 7.3.1 保健酒行业投资风险分析
 - (1) 原材料价格波动风险
 - (2) 市场风险
 - (3) 行业内部竞争风险
 - (4) 政策风险
 - 7.3.2 保健酒行业投资建议
- 第8章 电商行业发展分析
 - 8.1 电子商务发展分析
 - 8.1.1 电子商务定义及发展模式分析
 - 8.1.2 中国电子商务行业政策现状
 - 8.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状
 - 8.2 “互联网+”的相关概述
 - 8.2.1 “互联网+”的提出
 - 8.2.2 “互联网+”的内涵
 - 8.2.3 “互联网+”的发展
 - 8.2.4 “互联网+”的评价
 - 8.2.5 “互联网+”的趋势
 - 8.3 电商市场现状及建设情况
 - 8.3.1 电商总体开展情况
 - 8.3.2 电商案例分析
 - 8.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）
 - 8.4 电商行业未来前景及趋势预测
 - 8.4.1 电商市场规模预测分析
 - 8.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：保健酒种类及功效

图表2：保健酒与药酒之间的异同

图表3：保健酒行业产业链图

图表4：2011年以来中药材综合200指数走势图

图表5：主要中药材价格变化

图表6：2011年以来我国粮食产量变化（单位：吨，%）

图表7：粮食消费量、进口量和产量对比图（单位：万吨，%）

图表8：2010年以来合肥国家粮食交易中心价格指数

图表9：2010年以来我国玉米价格走势图（单位：元/千克）

图表10：我国小麦价格走势图（单位：元/吨）

图表11：2011年以来我国稻谷收购价格指数图

图表12：国内外部分添加剂主流使用产品差异

图表13：2011年以来药用蔗糖市场价格指数

图表14：2011年以来药用蔗糖市场供应指数

图表15：支持保健酒行业发展的相关政策措施

图表16：保健酒行业发展规划

图表17：保健酒行业发展任务、方向及标准目标

图表18：2011年以来中国国内生产总值变动情况（单位：亿元，%）

图表19：2011年以来中国农村居民人均纯收入及实际增长速度情况（单位：元，%）

图表20：2011年以来中国城市居民人均可支配收入及实际增长速度情况（单位：元，%）

图表21：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况

图表22：马斯洛需求层次理论图

图表23：2011年以来消费者信心指数走势图

图表24：抽样调查人群年龄段分布图（单位：%）

图表25：抽样调查人群各年龄段饮用保健酒的比率分布图（单位：%）

图表26：消费者对保健酒认知调查（单位：%）

图表27：保健酒购买渠道调查（单位：%）

图表28：保健酒消费的关注因素（单位：%）

图表29：不同年龄段的消费者对保健酒的功效需求（单位：%）

图表30：尝试购买的影响因素（单位：%）

图表31：尝试购买因素影响力指数

图表32：消费者尝试购买的决策流程

图表33：再次购买的影响因素图（单位：%）

图表34：2011年以来我国保健品工业总产值及年增长率图（单位：亿元，%）

图表35：2011年以来我国保健食品销售收入及年增长率图（单位：亿元，%）

图表36：2011年以来全国保健品行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表37：2011年以来保健品行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表38：我国保健品出口国家和地区分布（单位：%）

图表39：我国保健品产业发展所经历的阶段

图表40：2011年以来中国保健酒市场规模及年增长率图（单位：亿元，%）

图表41：保健酒行业五力模型分析

图表42：保健酒行业市场格局

图表43：2011年以来我国保健酒行业兼并重组事件

图表44：我国低档保健酒新增产能分析

图表45：2011年以来低端保健酒价格走势分析

图表46：我国中高档保健酒新增产能分析

图表47：2011年以来我国中高档保健酒价格走势分析

图表48：保健酒销售主要渠道类型及代表性品牌

图表49：保健酒销售渠道结构（单位：%）

图表50：中国保健酒营销渠道优劣势分析

图表51：中国保健酒营销策略优劣势分析

图表52：保健酒消费者品牌购买意识（单位：%）

图表53：中国保健酒行业工业总产值、销售收入和利润前十名企业

图表54：2012年以来保健酒行业工业总产值（现价）前十位企业（单位：万元）

图表55：2012年以来中国保健酒行业企业产品销售收入与利润总额（单位：万元）

图表56：劲牌有限公司的主营业务地区分布

图表57：劲牌有限公司优劣势分析

图表58：2011年以来海南椰岛（集团）股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表59：海南椰岛（集团）股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）

图表60：2011年以来海南椰岛（集团）股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表61：海南椰岛（集团）股份有限公司主营业务分行业、产品情况表（单位：万元，%）

图表62：2011年以来海南椰岛（集团）股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表63：海南椰岛（集团）股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表64：海南椰岛（集团）股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表65：海南椰岛（集团）股份有限公司组织架构图

图表66：海南椰岛（集团）股份有限公司的产品结构（单位：%）

图表67：海南椰岛（集团）股份有限公司的主营业务地区分布（单位：%）

图表68：海南椰岛（集团）股份有限公司优劣势分析

图表69：广西柳州市古岭酒厂市场分布

图表70：广西柳州市古岭酒厂优劣势分析

图表71：贵州茅台酒厂（集团）保健酒业有限公司优劣势分析

图表72：浙江致中和实业有限公司优劣势分析

图表73：2011年以来五粮液集团有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表74：2011年以来五粮液集团有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表75：五粮液集团有限公司主营业务分行业、产品情况表（单位：万元）

图表76：2011年以来五粮液集团有限公司运营能力分析（单位：次）

图表77：2011年以来五粮液集团有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表78：2011年以来五粮液集团有限公司发展能力分析（单位：%）

图表79：五粮液集团有限公司组织架构图

图表80：五粮液集团有限公司的产品结构（单位：%）

图表81：五粮液集团有限公司主营业务分地区情况图（单位：%）

图表82：五粮液集团有限公司优劣势分析

图表83：2011年以来山西杏花村汾酒集团有限责任公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表84：山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营业务分地区情况表（单位：%）

图表85：2011年以来山西杏花村汾酒集团有限责任公司盈利能力分析（单位：%）

图表86：山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营业务分行业、产品情况表（单位：万元，%）

图表87：2011年以来山西杏花村汾酒集团有限责任公司运营能力分析（单位：次）

图表88：2011年以来山西杏花村汾酒集团有限责任公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表89：2011年以来山西杏花村汾酒集团有限责任公司发展能力分析（单位：%）

图表90：山西杏花村汾酒集团有限责任公司组织架构图

图表91：山西杏花村汾酒集团有限责任公司的产品结构（单位：%）

图表92：山西杏花村汾酒集团有限责任公司的分地区主营业务分布（单位：%）

图表93：山西杏花村汾酒集团有限责任公司优劣势分析

图表94：2011年以来烟台张裕集团有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表95：2011年以来烟台张裕集团有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表96：烟台张裕集团有限公司主营业务分行业、产品情况表（单位：万元，%）

图表97：2011年以来烟台张裕集团有限公司运营能力分析（单位：次）

图表98：2011年以来烟台张裕集团有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表99：2011年以来烟台张裕集团有限公司发展能力分析（单位：%）

图表100：张裕集团有限责任公司组织架构图

图表101：烟台张裕集团有限责任公司的产品结构（单位：%）

图表102：烟台张裕集团有限公司主营业务分地区情况表（单位：%）

图表103：烟台张裕集团有限公司优劣势分析

图表104：宁夏红枸杞产业集团有限公司发展优劣分析

图表105：2011年以来上海交大昂立股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表106：2011年以来上海交大昂立股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表107：上海交大昂立股份有限公司主营业务产品构成分析图（单位：亿元，%）

图表108：2011年以来上海交大昂立股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表109：2011年以来上海交大昂立股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表110：2011年以来上海交大昂立股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表111：上海交大昂立股份有限公司组织架构图

图表112：上海交大昂立股份有限公司的产品结构（单位：%）

图表113：上海交大昂立股份有限公司主营业务分地区情况图（单位：%）

图表114：上海交大昂立股份有限公司优劣势分析

图表115：广东德庆无比养生酒业有限公司优劣势分析

图表116：山东颐阳酒业有限公司优劣势分析

图表117：山西鹿龟神酒业有限公司优劣势分析

图表118：紫光古汉衡阳饮源制药有限公司优劣势分析

图表119：2011年以来北京同仁堂股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表120：2011年以来北京同仁堂股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

.....略

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201606/424735.html>