

2018年中国保健酒市场分析报告- 行业深度调研与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国保健酒市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/365434365434.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，保健酒行业也得到了快速发展，2016年我国保健酒行业的市场规模达到**亿元，2017年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，保健酒行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持**的增速，达到**亿元。

2012-2017年行业市场规模情况资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从保健酒行业企业区域分布情况来看，保健酒行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2017年我国行业企业区域格局资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2018年中国保健酒市场分析报告-行业深度调研与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发

展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

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 2016-2018年保健品行业分析

第一节 2016-2018年中国保健品行业发展综述

- 一、中国保健品行业发展周期及特征
- 二、浅谈中国保健品行业发展原因
- 三、我国保健品市场现状总析
- 四、中国保健品行业发展势头迅猛
- 五、中国保健品行业备受投资者青睐
- 六、“十三五”我国营养与保健食品制造业发展规划

第二节 中国保健品进出口情况

- 一、中国保健品进出口形势简析
- 二、我国保健品进出口状况分析

第三节 中国保健品行业的问题

- 一、我国保健品行业发展中的隐患分析
- 二、我国保健品行业存在的不规范现象
- 三、中国保健品产业的发展瓶颈
- 四、原料标准缺失掣肘保健品行业发展

第四节 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

第三章 2016-2018年保健酒行业的发展

第一节 保健酒行业的发展概况

- 一、我国保健酒市场迅猛发展
- 二、中国保健酒行业的发展规律
- 三、保健酒品行业的特性及趋向剖析
- 四、我国保健酒业成功迈进品牌化时代

第二节 2016-2018年保健酒行业的发展

- 一、2018年我国保健酒行业发展状况
- 二、2018年我国保健酒行业运行分析
- 三、2018年我国保健酒行业动态分析
- 四、2018年我国保健酒行业发展动态

第三节 先进技术在保健酒行业中的应用分析

- 一、提取分离中药成分的应用
- 二、新型包装生产技术的应用
- 三、自动控制技术的应用
- 四、先进检验检测技术的应用

第四节 保健酒行业发展存在的问题

- 一、我国保健酒行业发展存在短板
- 二、中国保健酒行业难以扩容的原因
- 三、中国保健酒行业存在的五大软肋
- 四、保健酒行业发展还不成熟
- 五、保健酒行业应注意的六大问题

第五节 保健酒行业发展的对策分析

- 一、保健酒业的生存与发展之路
- 二、保健酒的开发需要高新技术
- 三、促进保健酒产业快速发展的建议
- 四、创新成就我国保健酒的未来
- 五、国内保健酒企业的突围战略探究

第四章 2016-2018年保健酒市场分析

第一节 2016-2018年保健酒市场发展概况

一、保健酒在全球市场广受追捧

二、中国保健酒市场的总体综述

三、中国保健酒企业深掘高端市场

第二节 2016-2018年保健酒市场新品种的开发状况

一、膳食纤维保健酒

二、蔬菜类保健酒

三、虫草灵芝保健酒

四、绿蛛保健酒

五、雄蚕蛾保健酒

第三节 2016-2018年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、节日期间保健酒市场消费需求旺盛

四、中国保健酒消费的安全考量

第四节 保健酒市场消费者行为探讨

一、消费者购买保健酒的基本方式

二、保健酒目标消费群的深入研究

三、从消费行为分析保健酒的发展策略

四、消费者购买保健酒的主要途径

第五章 2016-2018年部分地区保健酒市场分析

第一节 广东

一、广东保健酒市场本土品牌缺乏竞争力

二、广东保健酒市场品牌格局分析

三、深圳保健酒市场形成两强争霸局面

四、惠州保健酒市场亟待整顿

五、广东保健酒产业发展格局及展望

第二节 山东

一、山东保健酒市场发展概况

二、济南保健酒市场消费形态剖析

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 江苏

一、江苏保健酒市场竞争激烈

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 浙江

一、杭州保健酒市场遭冷落

二、温州保健酒市场发展态势透析

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

第五节 其他地区

一、北京保健酒市场缺少领军品牌

二、我国首个保健酒研究中心在鄂问世

三、广西本土保健酒产业的生存状态透析

四、成都保健酒市场迅猛升温

五、云南保健酒发展资源优势分析

六、武汉保健酒市场群雄并起

第六章 2016-2018年保健酒市场营销分析

第一节 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、保健酒遭遇安全考验呼唤产业链营销

第二节 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

第三节 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、保健酒营销的突出问题

第四节 保健酒营销的对策

一、保健酒营销成功的关键对策

二、保健酒营销的产品开发攻略

三、低端保健酒深度分销提高市场效率

四、保健酒行业强势品牌的营销攻略

五、保健酒的体验营销运作思路剖析

第五节 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

第七章 中国保健酒重点企业分析

第一节 海南椰岛股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 浙江致中和酒业有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 湖北劲牌有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 宁夏红枸杞产业集团公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八章 2016-2018年保健酒主要替代品分析

第一节 白酒

一、2018年中国白酒行业运行概况

二、2018年中国白酒业发展分析

三、2018年中国白酒业运行现状

四、白酒行业的总体发展趋势分析

第二节 啤酒

一、中国啤酒品牌市场探究

二、2018年中国啤酒行业发展分析

四、2018年中国啤酒行业发展状况

五、2018年我国啤酒行业运行现状

六、“十三五”我国啤酒行业发展展望

第三节 葡萄酒

一、全国及主要省份葡萄酒产量回顾

二、2018年中国葡萄酒行业发展概述

三、2018年中国葡萄酒行业发展状况

四、2018年中国葡萄酒行业发展现状

五、“十三五”我国葡萄酒行业发展规划

第四节 黄酒

一、中国黄酒行业发展综述

二、我国黄酒业科技实力增强

三、黄酒业复兴“文化牌”很重要

四、“十三五”我国黄酒行业发展规划

第九章 2016-2018年保健酒竞争格局分析

第一节 2016-2018年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、保健酒行业竞争现状分析
- 四、我国保健酒市场竞争激烈
- 五、新竞争时代保健酒企业战略释义

第二节 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 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 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 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

第十章 保健酒行业的发展前景及趋势预测

第一节 保健酒行业的发展前景展望

- 一、未来中国保健酒行业发展形势预测
- 二、中国保健酒市场潜力巨大

- 三、我国保健酒高端市场前景看好
- 四、小瓶保健酒未来发展前景可期
- 五、2018-2024年中国保健酒行业发展预测分析

第二节 保健酒行业的发展趋势

- 一、我国保健酒行业未来发展走向
- 二、中国保健酒行业发展趋势分析
- 三、保健酒将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

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）》

附录四：《中华人民共和国食品安全法》

部分图表目录：

- 图表：购买保健酒时最重要的因素
- 图表：消费者一次购买保健酒的数量
- 图表：消费者购买保健酒的途径
- 图表：济南市保健酒市场消费者年龄结构
- 图表：济南市保健酒市场消费者看重的功效

图表详见正文（GYZQPT）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/365434365434.html>