

# 中国保健酒市场营销现状深度分析与未来发展趋势预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国保健酒市场营销现状深度分析与未来发展趋势预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/225957225957.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

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。

2006年，中国保健品出口达到了6340万美元，同比增长35.52%，主要用于保健用途的人参、冬虫夏草和鹿茸出口额达到6759万美元，同比增长36.77%，均呈高速增长的态势。2007年，中国保健品进出口额1.47亿美元（2006年同期进出口额1.35亿美元），同比上升8.96%，其中出口额6977万美元（2006年同期出口额6939万美元），同比增长0.53%，保健品出口从6月份起同比一直处于下降趋势，在2007年最后一个月，同比金额终于呈现增势，虽然增幅比例不足1%，但保健品出口毕竟呈现转机。

一个行业成熟与否的标志有很多，而品牌集中度可谓最为关键。一个成熟行业或产业，主流的品牌一般不会超过10个。家电如此，PC、方便面、乳业等行业也如此。而种种迹象显示，在经过了多年的发展、校正和升级之后，2007年，中国保健酒品牌集中度也日益彰显，中国的保健酒行业正在步入一个全新的发展阶段。

礼品装

礼品装

从2000年开始，“保健酒”每年超过30%的增长率超过了白酒的市场增长。2006年总规模突破了50亿元，预计2012年“保健酒”行业的市场规模要超过130亿元，将超越“黄酒”成为中国酒水家族“五虎上将”的第四名。随着社会交往的日益频繁，酒水作为交际的道具作用永远不可替代。而消费者的健康意识的抬头，酒水的低度化、清淡化、健康化日趋明显。从广义上来看，中国高达1500亿的白酒，市场在不断下降。而其销量下降所造成的市场空间很大一部分，主要将会被中高端酒水与快速崛起的“保健酒”所替代。

金融危机之下，粮食、燃料等主要原材料价格不断上涨，使得企业生产和经营成本不断增加；而由于物价上涨、经济不景气，人们消费变得保守。像酒类这种纯消费品，自然被列为限制消费行列。酒行业将面临2003年以来的首次“成本剧增、需求不振”的双重压力。在这种大环境下，那些依靠销量生存、竞争层次较低的企业将很难长期支撑下去。总的来说，这次全球金融危机所带来的全球经济和中国经济的放缓，将加速中国酒行业的调整和洗牌，挑战与机遇并存，淘汰不可阻挡，行业集中度将越来越高。这将使有思想、有责任感、综合实力强的造酒企业有更大的发展空间，酒行业将建立更健康、更有序的新格局，对整个酒市场、对所有的消费者都非常有利。

第一章 保健酒行

第一节 保健酒行业概述

- 一、保健酒的定义
- 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
- 第二节 保健酒行业投资特性
  - 一、市场成长阶段
  - 二、竞争情况分析
  - 三、保健酒的资源、技术及研发能力
  - 四、保健酒投资的技术和资金壁垒
- 第三节 我国酿酒业发展分析
  - 一、酿酒行业发展情况分析
  - 二、酿酒行业的景气度分析
  - 三、酿酒行业产量分析
  - 四、酿酒行业重点地区产业运行情况
  - 五、酿酒行业热点与政策动态
  - 六、“十二五”期间酿酒行业发展趋势分析
- 第二章 2013-2015年中国保健酒市场发展分析
  - 第一节 中国保健酒的现状
    - 一、我国保健酒行业发展态势
    - 二、我国保健酒市场发展概况
    - 三、保健酒主要品牌市场表现
  - 第二节 保健酒行业发展分析
    - 一、保健酒行业分析
    - 二、保健酒市场存在的问题
    - 三、保健酒行业市场价格分析
    - 四、保健酒企业加速圈地扩产
  - 第三节 我国保健酒行业观察
    - 一、行业壮大背景分析
    - 二、从市场成长性分析
    - 三、从营销模式分析
  - 第四节 保健酒消费者分析
    - 一、消费群体划分及消费者认知
    - 二、影响消费者购买的因素分析
    - 三、消费形态及目标消费者分析
    - 四、保健酒需求结构分析

## 五、济南保健酒市场消费者调查

### 第五节 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

## 第三章2013-2015年中国保健酒行业上游原材料市场分析

### 第一节 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
- 四、我国珍稀药用资源应有效保护和合理利用兼顾

### 第二节 中药材市场分析

- 一、全国中药材市场行情回顾
- 二、部分中药材行情
- 三、中药材市场走势及其前景
- 四、我国中药材品种资源保护亟待重视

### 第三节 原酒市场分析

- 一、四川原酒产业发展分析
- 二、我国发酵酒精产量分析

### 第四节 粮食市场分析

- 一、我国粮食的产量情况分析
- 二、粮食价格波动的因素
- 三、我国谷物进出口情况分析
- 四、粮食市场的价格走势分析

## 第四章2013-2015年中国保健酒竞争产品分析

### 第一节 白酒发展分析

- 一、我国白酒市场运行情况分析
- 二、我国啤酒产量情况分析
- 三、我国白酒市场发展分析
- 四、我国白酒行业发展展望

### 第二节 啤酒发展分析

- 一、中国啤酒行业发展现状
- 二、我国啤酒产量情况分析
- 三、我国啤酒行业发展趋势

### 第三节 葡萄酒发展分析

- 一、葡萄酒行业发展情况分析
- 二、我国葡萄酒产量情况分析
- 三、我国葡萄酒进出口分析
- 四、我国葡萄酒市场增长空间
- 五、以后我国葡萄酒发展趋势

### 第四节 黄酒发展分析

- 一、中国黄酒行业市场格局
- 二、中国黄酒的动力与压力
- 三、黄酒、保健酒竞争分析
- 四、黄酒面临的机遇和挑战

## 第五章 2013-2015年中国保健酒行业竞争分析

### 第一节 保健酒行业竞争分析

- 一、保健酒行业竞争现状分析
- 二、新竞争时代保健酒企业战略释义

### 第二节 保健酒行业竞合分析

- 一、保健酒市场格局分析
- 二、保健酒巨头发展情况

### 第三节 2013-2015年保健酒市场新进情况

- 一、至今“黄金酒”进入市场情况
- 二、至今白酒企业的进入情况
- 三、药企进军保健酒业成风
- 四、汾酒全力打造保健酒竹叶青品牌

### 第四节 保健酒行业品牌发展分析

- 一、保健酒行业首批中国名牌
- 二、保健酒品牌市场表现情况
- 三、成功保健酒品牌营销策略

## 第六章 2013-2015年中国保健酒相关产业分析

### 第一节 保健品政策环境

- 一、我国将从严格审评审批等五方面监管保健食品
- 二、加强监管保健食品行业有望进一步规范
- 三、我国将整顿和规范保健品市场秩序

### 第二节 保健品发展分析

- 一、保健品市场规模分析
- 二、保健品行业存在问题

### 三、医药保健食品市场趋势分析

### 四、中国保健品市场规模

## 第七章中国保健酒重点企业研究

### 第一节 劲牌有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、经营状况分析

#### 四、公司发展战略分析

### 第二节 海南椰岛(集团)股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、经营状况分析

#### 四、海南椰岛保健酒一期技改项目投产

#### 五、公司发展战略分析

### 第三节 浙江致中和酒业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、经营状况分析

#### 四、公司发展战略分析

## 第八章 2015-2020年保健酒发展策略分析

### 第一节 保健酒的市场机会与盈利模式

#### 一、保健酒的市场容量

#### 二、保健酒的市场潜力

#### 三、独特的市场机会

#### 四、弱势企业的盈利理由

#### 五、保健酒的盈利模式推荐

### 第二节 二线保健酒冲出区域市场策略

#### 一、突破的前提

#### 二、突破的策略

### 第三节 保健酒市场竞争策略分析

#### 一、品牌差异化

#### 二、产品卖点差异化

#### 三、渠道创新

#### 四、传播创新

#### 五、服务创新

## 六、事件营销

### 第九章 2015-2020年保健酒发展趋势分析

#### 第一节 2015-2020年保健酒行业特性及趋向研究

##### 一、品类行业特性概述

##### 二、保健酒发展趋势

#### 第二节 2015-2020年保健酒行业发展预测

##### 一、2015-2020年市场规模预测

##### 二、2015-2020年细分领域预测

#### 第三节 2015-2020年保健酒行业机遇及风险分析

##### 一、保健酒行业投资优势

##### 二、保健酒行业投资风险

#### 第四节 2015-2020年中国保健酒发展趋势

##### 一、功能细分趋势分析

##### 二、口感优化趋势分析

##### 三、品牌升级趋势分析

##### 四、监管加强趋势分析

##### 五、企业集中趋势分析

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/225957225957.html>