

# 2016-2022年中国保健酒行业运营现状调查及十三五发展机会分析报告

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《2016-2022年中国保健酒行业运营现状调查及十三五发展机会分析报告》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://baogao.chinabaogao.com/jiulei/241530241530.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

《2016-2022年中国保健酒行业运营现状调查及十三五发展机会分析报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 【报告大纲】

#### 第一章 保健酒行业的概况 11

##### 1.1 蕴藏在保健酒中的酒文化 11

###### 1.1.1 保健酒的定义 11

###### 1.1.2 保健酒与药酒的界定 11

###### 1.1.3 保健酒的文化与发展 12

###### 1.1.4 传统保健酒与现代保健酒 15

##### 1.2 保健酒的投资特性分析 18

###### 1.2.1 2009-2016年市场规模预测 18

###### 1.2.2 市场成长阶段及行业集中度 19

###### 1.2.3 保健酒市场竞争情况分析 20

###### 1.2.4 保健酒生产的资源、技术及研发能力 21

###### 1.2.5 保健酒投资的技术和资金壁垒 25

#### 第二章 保健酒相关产业分析 26

##### 2.1 2016年酒类市场发展分析 26

###### 2.1.1 2016年金融危机下中国酒业发展 26

###### 2.1.2 2016年中国酒业市场规模分析 28

###### 2.1.3 2016年中国酒业市场结构分析 31

##### 2.2 2012-2016年中国保健酒行业运行分析 33

###### 2.2.1 2012-2016年中国保健酒行业发展概况 33

###### 2.2.2 2012-2016年中国保健酒行盈利能力分析 40

###### 2.2.3 2012-2016年中国保健酒行偿债能力分析 43

#### 第三章 2012-2016年中国保健酒市场分析 47

##### 3.1 中国保健酒市场分析 47

###### 3.1.1 2016年中国保健酒市场现状 47

3.1.2 2016年保健酒市场演变特征	49
3.1.2 2016年中国保健酒市场分析	51
3.2 主要区域保健酒市场分析	53
3.2.1 北京保健酒市场现状分析	53
3.2.2 山东烟台保健酒市场分析	55
3.2.3 青岛保健酒市场名牌胜出	57
3.2.4 广东保健酒市场格局分析	57
3.2.5 深圳保健酒市场现状分析	60
3.3 2016年保健酒市场变化分析	62
3.3.1 保健酒上演发展升级运动	62
3.3.2 酒业巨头纷纷进军保健酒	64
3.3.3 保健酒作为第四势力悄然兴起	65
3.4 保健酒品牌的不足	66
3.4.1 劲酒	66
3.4.2 张裕三鞭	67
3.4.3 致中和	68
3.4.4 持酒	68
3.4.5 将就酒	68
3.4.6 盛酒	69
3.5 保健酒消费者分析	69
3.5.1 消费者特征及群体划分	69
3.5.2 消费者对保健酒认知分析	71
3.5.3 消费者的购买渠道分析	72
3.5.4 影响消费者购买的因素分析	73
3.6 保健酒行业发展存在的问题分析	77
3.6.1 中国保健酒市场存在的主要问题	77
3.6.2 保健酒发展中的问题及SWOT分析	79
3.6.3 保健酒市场良莠不齐亟需标准化	83
3.6.4 中国保健酒市场发展隐忧重重	83
3.7 促进保健酒市场发展的对策	85
3.7.1 保健酒市场发展需要引导	85
3.7.2 保健酒应以细分市场突围	87
第四章 保健酒原材料市场	89
4.1 药用动物资源市场状况	89
4.1.1 中国药用自然资源濒危	89

4.1.2 药用资源保护与可持续利用的问题及对策 91

4.1.3 中国对野生动物资源采取的保护措施 93

4.2 中药材市场状况 94

4.2.1 中国中药材市场状况 94

4.2.2 2016年中国中药材市场分析 97

4.2.3 2016年中国中药材市场预测 100

4.2.4 中药材检测标准制定的意义 102

第五章 保健酒企业营销策略分析 105

5.1 保健酒营销的概述 105

5.1.1 保健酒营销的误区分析 105

5.1.2 保健酒营销渠道现状 106

5.2 保健酒营销出路 108

5.2.1 差异化 108

5.2.2 市场培育 109

5.2.3 建立标准化质量体系 110

5.3 保健酒上市策略 112

5.3.1 口感关 112

5.3.2 质量关 112

5.3.3 卖点关 113

5.3.4 心态关 113

5.3.5 人才关 113

5.4 保健酒如何突破市场关 114

5.4.1 产品定位 114

5.4.2 差异化营销 117

5.4.3 概念细分到位 119

5.4.4 树立口碑 120

5.4.5 保健酒营销的突破点 120

5.5 中小保健酒企业发展策略 124

5.5.1 品牌命名差异化 124

5.5.2 产品包装外观设计差异化 125

5.5.3 产品定位与卖点差异化 126

5.5.4 保健酒企业的“错位招商” 128

5.5.5 细分产品，终端制胜 130

5.6 从保健酒市场看低端滋补酒餐饮营销 132

5.6.1 品质为先 132

5.6.2 渠道为重	133
5.6.3 营销造势	133
5.6.4 终端服务	134
5.6.5 稳步推进	134
5.7 高端保健酒入市营销策略分析	134
5.7.1 渠道锁定演绎营销	135
5.7.2 创新浇灌品牌常青	136
第六章 保健酒行业竞争分析	137
6.1 保健酒竞争状况分析	137
6.1.1 保健酒业全速进入品牌竞争时代	137
6.1.2 2016年主要品牌的表现及分析	137
6.1.3 2016年主要区域市场竞争分析	141
6.2 2016年保健酒业竞争动态分析	144
6.2.1 劲牌引领保健酒品牌建设	144
6.2.2 五粮液联手巨人进军保健酒市场	149
6.2.3 河南白酒企业进入保健酒领域	150
6.3 保健酒企业竞争策略	151
6.3.1 市场研究与市场定位	151
6.3.2 市场细分与产品定位	152
6.3.3 市场推广策略	153
6.3.4 洞察消费者需求	154
6.4 保健酒的品牌策略及市场推广	155
6.4.1 保健酒的品牌形象与命名策略	155
6.4.2 保健酒品牌市场推广策略分析	159
6.4.3 保健酒的软文广告策略分析	160
6.5 抓住保健酒的变化趋势	161
6.5.1 功能细分	161
6.5.2 口感优化	162
6.5.3 品牌升级	162
6.5.4 监管加强	163
6.5.5 企业集中	163
第七章 2012-2016年保健酒重点企业分析	164
7.1 海南椰岛股份有限公司	164
7.1.1 企业基本情况	164
7.1.2 椰岛鹿龟酒品种类别	165

- 7.1.3 2016年企业经营情况回顾 166
- 7.1.4 2016年上半年企业经营分析 168
- 7.1.5 2009-2016年企业财务状况 170
- 7.1.6 公司未来发展的展望 172
- 7.2 劲牌有限公司 175
  - 7.2.1 企业基本情况 175
  - 7.2.2 企业发展历程 177
  - 7.2.3 中国劲酒保健酒品种 179
  - 7.2.4 2016年企业偿债能力 180
  - 7.2.5 2016年企业盈利能力 181
  - 7.2.6 2016年企业成本费用 182
- 7.3 宁夏红枸杞产业集团 182
  - 7.3.1 宁夏红枸杞产业集团基本情况 182
  - 7.3.2 2016年宁夏红枸杞产业集团有限公司经营分析 184
  - 7.3.3 2016年宁夏红中宁枸杞制品有限公司经营分析 187
- 7.4 济源市宫殿酒业有限公司 189
  - 7.4.1 企业基本情况 189
  - 7.4.2 企业主要保健酒产品 190
  - 7.4.3 2016年企业偿债能力 190
  - 7.4.4 2016年企业盈利能力 191
  - 7.4.5 2016年企业成本费用 192
- 7.5 浙江致中和酒业有限责任公司 193
  - 7.5.1 企业基本情况 193
  - 7.5.2 2016年企业偿债能力 194
  - 7.5.3 2016年企业盈利能力 195
  - 7.5.4 2016年企业成本费用 196
  - 7.5.5 2016年企业发展动态 196
- 7.6 上海冠生园华佗酿酒有限公司 198
  - 7.6.1 企业基本情况 198
  - 7.6.2 华佗十全酒发展历程 199
  - 7.6.3 华佗十全酒产品情况 200
  - 7.6.4 2016年企业偿债能力 201
  - 7.6.5 2016年企业盈利能力 202
  - 7.6.6 2016年企业成本费用 203
- 7.7 莆田绿森庄园酒业有限公司 203

- 7.7.1 企业基本情况 203
- 7.7.2 2016年企业偿债能力 204
- 7.7.3 2016年企业盈利能力 204
- 7.7.4 2016年企业成本费用 205
- 7.8 安徽成果石榴酒酿造有限公司 206
  - 7.8.1 企业基本情况 206
  - 7.8.2 2016年企业偿债能力 207
  - 7.8.3 2016年企业盈利能力 208
  - 7.8.4 2016年企业成本费用 208
  - 7.8.5 2016年企业发展动态 209
- 7.9 济南若尘鹿业有限公司 210
  - 7.9.1 企业基本情况 210
  - 7.9.2 企业保健酒产品情况 210
  - 7.9.3 2016年企业偿债能力 211
  - 7.9.4 2016年企业盈利能力 212
  - 7.9.5 2016年企业成本费用 212
- 7.10 湖南补天药业有限公司 213
  - 7.10.1 企业基本情况 213
  - 7.10.2 2016年企业偿债能力 214
  - 7.10.3 2016年企业盈利能力 215
  - 7.10.4 2016年企业成本费用 216
  - 7.10.5 2016年企业营销策略 216
  - 7.10.6 未来企业发展展望 217
- 7.11 烟台张裕集团 219
  - 7.11.1 企业基本情况 219
  - 7.11.2 张裕保健酒产品情况 220
  - 7.11.3 2012-2016年企业经营状况 221
  - 7.11.4 2016年公司发展最新动态 223
- 7.12 山西杏花村汾酒厂股份有限公司 223
  - 7.12.1 企业基本情况 223
  - 7.12.2 汾酒力推保健竹叶青酒 224
  - 7.12.3 2012-2016年企业经营状况 225
  - 7.12.4 2016年公司发展最新动态 226
- 7.13 五粮液集团保健酒有限责任公司 227
  - 7.13.1 企业基本情况 227



7.13.2 企业保健酒产品类别	228
7.13.3 五粮液保健酒业务发展情况	229
7.13.4 2016年公司发展最新动态	230
7.14 上海交大昂立股份有限公司	230
7.14.1 企业基本情况	230
7.14.2 交大昂立保健酒产品情况	231
7.14.3 2012-2016年公司经营状况分析	232
7.14.4 交大昂立保健酒受益扩大内需政策	232
第八章 保健酒发展趋势与前景分析	234
8.1 保健酒发展趋势与前景	234
8.1.1 特色竞争占据主导地位细分领域出现巨头	234
8.1.2 2016-2022年保健酒市场竞争趋势分析	234
8.1.3 保健酒行业有望成新利润增长点	235
8.1.4 未来保健酒将步入高速发展时期	236
8.2 保健酒行业投资分析	237
8.2.1 中国保健酒行业投资门槛分析	237
8.2.2 保健酒投资市场机会与盈利模式	238
8.2.3 绿色环保成保健酒行业投资新热点	241
8.3 保健酒相关政策法规	243
8.3.1 “药健字”的取消及其影响	243
8.3.2 《野生动物保护法》及《陆生野生动物保护实施条例》	246
8.3.3 GMP及GAP认证趋势	248

## 图表目录

图表 1 2009-2016年中国保健酒市场销售额及预测	19
图表 2 2009-2016年中国保健酒市场规模趋势预测	19
图表 3 2016年中国酒行业经济指标统计	28
图表 4 2016年中国酒行业前5省区企业数量排名	29
图表 5 2016年中国酒行业前5省区工业总产值排名	30
图表 6 2016年中国酒行业前5省区总资产排名	30
图表 7 2016年中国酒行业前5省区销售规模排名	30
图表 8 2016年中国酒行业前5省区利润排名	31
图表 9 2016年Q4酒行业各子行业主要经济指标情况	32
图表 10 2016年Q4酒行业各子行业企业数量分布	32
图表 11 2016年Q4酒行业各子行业产值所占份额	32
图表 12 2016年Q4酒行业各子行业资产所占份额	33

图表 13 2016年Q4酒行业各子行业收入所占份额	33
图表 14 2016年Q4酒行业各子行业利润所占份额	33
图表 15 2016年中国保健酒行业经济指标统计	34
图表 16 2016年中国保健酒行业前5省区企业数量排名	35
图表 17 2016年中国保健酒行业前5省区工业总产值排名	35
图表 18 2016年中国保健酒行业前5省区总资产排名	35
图表 19 2016年中国保健酒行业前5省区销售规模排名	36
图表 20 2016年中国保健酒行业前5省区利润排名	36
图表 21 2016年中国保健酒行业经济指标统计	37
图表 22 2016年中国保健酒行业前5省区企业数量排名	38
图表 23 2016年中国保健酒行业前5省区工业总产值排名	39
图表 24 2016年中国保健酒行业前5省区总资产排名	39
图表 25 2016年中国保健酒行业前5省区销售规模排名	39
图表 26 2016年中国保健酒行业前5省区利润排名	40
图表 27 2012-2016年中国保健酒行业成本费用利润率	41
图表 28 2012-2016年中国保健酒行业毛利率	41
图表 29 2012-2016年中国保健酒行业销售利润率	41
图表 30 2012-2016年中国保健酒行业资产利润率	41
图表 31 2012-2016年中国不同规模的保健酒企业盈利能力比较	41
图表 32 2012-2016年中国不同性质的保健酒企业盈利能力比较	41
图表 33 2016年中国各省区的保健酒企业盈利能力比较	42
图表 34 2016年中国各省区的保健酒企业盈利能力比较	42
图表 35 2012-2016年中国保健酒行业资产负债率	44
图表 36 2012-2016年中国不同规模的保健酒企业偿债能力比较	44
图表 37 2012-2016年中国不同性质的保健酒企业偿债能力比较	44
图表 38 2016年中国各省区的保健酒企业偿债能力比较	45
图表 39 2016年中国各省区的保健酒企业偿债能力比较	45
图表 40 曾经饮用过保健酒的消费者比例统计（按年龄阶段分）	70
图表 41 消费者对保健酒的认知	70
图表 42 消费者对保健酒的认知渠道	71
图表 43 消费者对保健酒的品牌认同	71
图表 44 保健酒的消费者购买渠道分析	73
图表 45 保健酒消费者关注因素分析	73
图表 46 保健酒的消费者信任因素分析	74
图表 47 保健酒的消费者口感选择	75

图表 48 消费者对保健酒的容量选择	75
图表 49 不同年龄段的消费者对保健酒的功效需求	76
图表 50 消费者对保健酒的功效需求	76
图表 51 保健酒的消费者购买动机分析	76
图表 52 2016年1-4月中国部分中药材市场价格情况	97
图表 53 2015年年底中国中药材价格下降品种情况	98
图表 54 2015年年底中国中药材价格上升品种情况	99
图表 55 海南椰岛股份有限公司按专业构成分员工情况	165
图表 56 海南椰岛股份有限公司按教育程度分员工情况	165
图表 57 2016年海南椰岛主营业务分行业、产品情况表	168
图表 58 2016年海南椰岛主营业务分地区情况表	168
图表 59 2016年H海南椰岛主营业务分行业、产品情况表	169
图表 60 2016年H海南椰岛主营业务分地区情况表	169
图表 61 2009-2016年海南椰岛制药资产及负债统计	170
图表 62 2009-2016年海南椰岛制药销售及利润统计	170
图表 63 2009-2016年海南椰岛制药销售及利润统计	170
图表 64 2009-2016年海南椰岛制药偿债能力情况	171
图表 65 2009-2016年海南椰岛制药经营效率统计	171
图表 66 2009-2016年海南椰岛制药盈利能力情况	171
图表 67 2009-2016年天士力制药成长能力统计	172
图表 68 2016年劲牌有限公司资产负债统计	180
图表 69 2016年劲牌有限公司偿债能力情况	180
图表 70 2016年劲牌有限公司销售及利润统计	181
图表 71 2016年劲牌有限公司资产负债统计	181
图表 72 2016年劲牌有限公司盈利能力情况	181
图表 73 2016年劲牌有限公司成本费用结构图	182
图表 74 2016年劲牌有限公司成本费用统计	182
图表 75 2016年宁夏红枸杞产业集团有限公司资产负债表	184
图表 76 2016年宁夏红枸杞产业集团有限公司偿债能力	185
图表 77 2016年宁夏红枸杞产业集团有限公司营运能力	185
图表 78 2016年宁夏红枸杞产业集团有限公司销售及利润表	185
图表 79 2016年宁夏红枸杞产业集团有限公司盈利能力	185
图表 80 2016年宁夏红枸杞产业集团有限公司产值表	186
图表 81 2016年宁夏红枸杞产业集团有限公司成本费用结构图	186
图表 82 2016年宁夏红枸杞产业集团有限公司成本费用统计	186

图表 83 2016年宁夏红中宁枸杞制品有限公司资产负债统计	187
图表 84 2016年宁夏红中宁枸杞制品有限公司偿债能力情况	187
图表 85 2016年宁夏红中宁枸杞制品有限公司销售及利润统计	188
图表 86 2016年宁夏红中宁枸杞制品有限公司资产负债统计	188
图表 87 2016年宁夏红中宁枸杞制品有限公司盈利能力情况	188
图表 88 2016年宁夏红中宁枸杞制品有限公司成本费用结构图	188
图表 89 2016年宁夏红中宁枸杞制品有限公司成本费用统计	189
图表 90 2016年济源市宫殿酒业有限公司资产负债统计	190
图表 91 2016年济源市宫殿酒业有限公司偿债能力情况	191
图表 92 2016年济源市宫殿酒业有限公司销售及利润统计	191
图表 93 2016年济源市宫殿酒业有限公司资产负债统计	191
图表 94 2016年济源市宫殿酒业有限公司盈利能力情况	191
图表 95 2016年济源市宫殿酒业有限公司成本费用结构图	192
图表 96 2016年济源市宫殿酒业有限公司成本费用统计	192
图表 97 致中和公司组织结构图	193
图表 98 2016年浙江致中和酒业有限责任公司资产负债	194
图表 99 2016年浙江致中和酒业有限责任公司偿债能力情况	195
图表 100 2016年浙江致中和酒业有限责任公司销售及利润统计	195
图表 101 2016年浙江致中和酒业有限责任公司资产负债统计	195
图表 102 2016年浙江致中和酒业有限责任公司盈利能力情况	195
图表 103 2016年浙江致中和酒业有限责任公司成本费用结构图	196
图表 104 2016年浙江致中和酒业有限责任公司成本费用统计	196
图表 105 2016年上海冠生园华佗酿酒有限公司资产负债统计	201
图表 106 2016年上海冠生园华佗酿酒有限公司偿债能力情况	201
图表 107 2016年上海冠生园华佗酿酒有限公司销售及利润统计	202
图表 108 2016年上海冠生园华佗酿酒有限公司资产负债统计	202
图表 109 2016年上海冠生园华佗酿酒有限公司盈利能力情况	202
图表 110 2016年上海冠生园华佗酿酒有限公司成本费用结构图	203
图表 111 2016年上海冠生园华佗酿酒有限公司成本费用统计	203
图表 112 2016年莆田绿森庄园酒业有限公司资产负债统计	204
图表 113 2016年莆田绿森庄园酒业有限公司偿债能力情况	204
图表 114 2016年莆田绿森庄园酒业有限公司销售及利润统计	205
图表 115 2016年莆田绿森庄园酒业有限公司资产负债统计	205
图表 116 2016年莆田绿森庄园酒业有限公司盈利能力情况	205
图表 117 2016年莆田绿森庄园酒业有限公司成本费用结构图	205

图表 118 2016年莆田绿森庄园酒业有限公司成本费用统计 206  
图表 119 2016年安徽成果石榴酒酿造有限公司资产负债统计 207  
图表 120 2016年安徽成果石榴酒酿造有限公司偿债能力情况 207  
图表 121 2016年安徽成果石榴酒酿造有限公司销售及利润统计 208  
图表 122 2016年安徽成果石榴酒酿造有限公司资产负债统计 208  
图表 123 2016年安徽成果石榴酒酿造有限公司盈利能力情况 208  
图表 124 2016年安徽成果石榴酒酿造有限公司成本费用结构图 208  
图表 125 2016年安徽成果石榴酒酿造有限公司成本费用统计  
图表详见正文 • • • • • (GY XFT)

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/jiulei/241530241530.html>