

中国养生酒行业发展趋势调研与未来前景研究报告（2022-2029年）

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《中国养生酒行业发展趋势调研与未来前景研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202203/583640.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

养生酒是记载在《惠直堂经验方》中的一剂药膳方，其配方或组成应该是普通食品或药食同源的食品，原材料品性必须阴阳平衡，即温、平、中、和，属于食品酒类，天然酿制，且不添加任何化学添加剂。养生酒具有养血益精，养肝明目功效，适用于血虚精亏，面色不华，头晕目眩，视物昏花，睡眠不安，心悸、健忘等人群。与保健酒相比，养生酒注重的是根本的调节，涉及每一个日常细节，是固本培源，因此适用面更广。目前市场上大部分健康养生酒的酿造工艺多选取白酒或黄酒作为酒基，在酿造过程中不添加食品添加剂，多是采用浸提、复蒸等工艺酿造而成的露酒。

养生酒与保健酒比较	指标	养生酒	保健酒	组方	配方或组成应该是普通食品或药食同源的食品，原材料品性必须阴阳平衡，即温、平、中、和，属于食品酒类，天然酿制，且不添加任何化学添加剂	为药及药食同源的原料组方而成，属功能饮料，介于药和食品之间，必须具有一定的调理和治疗人体某部或某项功能缺陷的作用，批准字号为健字号	效果
					具有一定的调节人体生理机能以及扶正机能的养生调理作用		主要用于调节生理机能
					适用人群	固本培源，适用面更广	改善恢复，适合亚健康人群，适用面相对窄一些

资料来源：观研天下整理

近年来随着国人对养生酒的需求也在健康意识觉醒下大幅提高，以及我国迈入老龄化社会催生的“银发经济”，使得我国养生酒市场也迎来新的发展契机，不再局限于传统的竹叶青、人参酒、鹿茸酒，还出现了枸杞酒、桑葚酒等更多种类。尤其是2020年受疫情影响，人们对健康意识的进一步提升，养生酒市场也有望得到较大的提升。

根据中国酿酒工业协会数据显示，2016年我国养生酒市场总额不到280亿元，占酒类市场总额的3%而已。但到了2020年，养生酒市场总额已经突破了430亿，估计在2022年这一规模将突破500亿。

数据来源：中国酿酒工业协会、观研天下整理

目前养生酒市场也成为了一个增长迅猛的酒类板块。根据2020年最新报告显示，目前全国养生酒产量已达到97.68万千升，即便是2020年疫情期间，养生酒品牌也卖了250个亿。

一、发展驱动因素

1、亚健康状态的人群不断增加，带来广阔的潜在需求

近年来随着生活节奏加快和压力的加大，让处于亚健康状态的人群不断增加。据中国保健学会对我国16个百万以上人口城市的居民抽样调查显示，亚健康比例达到70%以上。北京位居首位高达75.30%、上海73.48%、广州73.41%。有专家评估，目前我国处于亚健康状态人口约达7亿人，并呈上升趋势。

2、国人健康意识不断提高，催生养生酒需求

健康问题首当其冲。近年来随着全民保健意识的增强，特别是2020年以来疫情的持续影响

，大健康产业进入“全民需求时代”，到2030年，大健康行业的体量将超过16万亿。从Z世代养生消费调研报告数据显示，约有91.60%的受访者表示最注重身体健康，56.30%的受访者选择了心理健康，足以体现“惜命”的Z世代对追求健康这件事有多上心。

数据来源：融 360 维度，观研天下整理

在国人健康意识不断提高的环境下，健康养生这一赛道也被赋予了巨大的想象空间。根据相关调研显示，有31.61%的受访者表示自己非常注重养生，67.43%的受访者认为自己对养生有一定意识，仅有不足

1%的人表示对养生毫不在意。此外超半数受访者每月在健康养生方面的支出超过 500 元。

由此可见，我国健康养生这一赛道有着万亿蓝海。而作为这一符合健康趋势的养生酒也拥有着一定规模的发展空间。

数据来源：融 360 维度，观研天下整理

3、老龄化催生的“银发经济”带动市场发展

目前养生酒基本还是在中老人消费。而随着我国老龄人口占比逐年升高，面向老龄化社会而产生的专门为老年人消费服务的产业——老年产业又称银发经济，也逐渐形成蓬勃发展之势，这在一定程度上带动养生酒市场发展。而未来低度化、时尚化、利口化和轻功能化的产品发展趋势，将是养生酒从“银发经济”向外突围的重要方式。根据国家统计局公布，2021年末我国人口为14.13亿人，比2020年末增加48万人。其中60岁及以上人口为2.67亿人，占18.9%；65岁及以上人口为2.01亿人，占14.2%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

数据来源：国家统计局，观研天下整理

4、收入水平的提高带来消费驱动力

随着我国城镇居民人均可支配收入持续增长,以及对健康的追求，消费行为渐渐从盲目走向理性，消费升级趋势越来越明显，而养生酒健康养生的特性正好迎合了人们对健康升级的需求。根据数据显示，2021年我国居民人均可支配收入35128元，比上年名义增长9.1%；居民人均消费支出24100元，比上年名义增长13.6%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理（WW）

5、养生酒消费税下降为养生酒行业转型升级注入了强劲动力

此外根据“健康中国”的国家战略，养生酒消费税由20%降为10%，这项重要的供给侧改革新政，为养生酒行业转型升级注入了强劲动力。

二、市场竞争：酒企搭车“大健康”，纷纷入局该赛道

酒是人们日常生活中最为常见的饮品之一，是人们用来传递情感的依托。但是，在很多人眼里，酒不是一个好东西，它存在着很多的危害，会影响人们的身体健康，更会摧毁人们的意志。所以“少喝酒、喝好酒”、“喝一点健康酒”成为越来越多消费者的习惯。

与此同时，随着全民保健意识的增强，特别是2020年以来疫情的持续影响，大健康产业进入“全民需求时代”，从行业环境来看，养生酒这一符合健康趋势的产品将成为市场争夺的重地。目前健康养生酒正在成为酒行业一个新的风口。也引起了越来越多白酒品牌的重视和投入。

例如修正酒业近几年来一直在潜心研发产品，并陆续推出“修正粮方”、“修正养和”、“修匠”等多款养生酒品牌。目前已完成了针对不同年龄层次人群需求的养生酒和健康饮品的产品规划，在2022年，将会按下区域市场开拓的“快进键”，计划两年内完成全国市场的大布局。

劲酒在2017年就收购贵州台轩酒厂以及国宝酒厂老厂开启“染酱”之旅，这一年，劲酒营收突破百亿。

泸州老窖从2021年6月3日开始，茗酿萃绿全球限量首发珍藏版便开始接受认购，到7月初近一个月的时间就有二十余个省市近200名意向经销商向泸州老窖养生酒公司表达了合作意愿。此外泸州老窖为了实现技术上的升级，斥资118亿元打造以泸州老窖健康养生酒产业园区为重要组成部分的高科技产业生态园区，以实现酒产业绿色化、智能化革新。

亳州京师华御酒业有限公司推出的烧年树莓酒，分为40.5°和28°两种，属于养生酒目前已经销往上海、广东、合肥、成都、连云港等地，是增速较快的产品之一。除了花果酒，该公司还生产药酒等保健酒产品，打出大健康理念，将白酒与健康紧密结合起来。

除了修正酒业、泸州老窖、亳州京师华御酒业有限公司外，茅台、五粮液、洋河股份、山西汾酒、古井贡酒等企业也在近年陆续推出各自的养生酒产品，均意图抢占健康酒市场。例如五粮液的龙元素养生酒、洋河的微分子酒、汾酒的竹叶青酒等。

目前劲酒以绝对竞争优势称为我国养生酒行业领军品牌，占据行业寡头地位。数据显示，2020年劲酒占到我国养生酒规模以上企业市场规模的88.72%。

整体来看，虽然市场发展向好，但目前酒类创新技术水平发展的不均衡，健康养生酒尚在发育期，主要还是集中在一线名酒酒企。此外市场定位不清、各细分市场门槛较低，并且缺乏行业标准与规范，使得市场鱼龙混杂，缺少资质的杂牌酒、山寨酒、小作坊酒更是成为了行业的毒瘤。有数据显示，数据显示，养生酒行业大大小小的酒企3000多家，在3000多家养生酒企业当中，拿到“蓝帽子”标识的不到20%。

展望未来，预计随着国内市场需求不断上升、市场定位逐渐清晰以及行业标准的逐步完善，我国养生酒行业日后必定将进入规模发展期。同时随着行业竞争不断加剧，以及消费者认知的逐步提高，高端养生酒市场将成为行业主要增长点。而未来的养生酒市场谁将崭露头角，答案仍是四个略显老套的字：产品为王。

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，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。

行业报告是业内企业、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家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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国养生酒行业发展概述

第一节 养生酒行业发展情况概述

一、养生酒行业相关定义

二、养生酒行业基本情况介绍

三、养生酒行业发展特点分析

四、养生酒行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、养生酒行业需求主体分析

第二节 中国养生酒行业生命周期分析

一、养生酒行业生命周期理论概述

二、养生酒行业所属的生命周期分析

第三节养生酒行业经济指标分析

一、养生酒行业的赢利性分析

二、养生酒行业的经济周期分析

三、养生酒行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球养生酒行业市场发展现状分析

第一节全球养生酒行业发展历程回顾

第二节全球养生酒行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲养生酒行业地区市场分析

一、亚洲养生酒行业市场现状分析

二、亚洲养生酒行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲养生酒行业市场前景分析

第四节北美养生酒行业地区市场分析

一、北美养生酒行业市场现状分析

二、北美养生酒行业市场规模与市场需求分析

三、北美养生酒行业市场前景分析

第五节欧洲养生酒行业地区市场分析

一、欧洲养生酒行业市场现状分析

二、欧洲养生酒行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲养生酒行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界养生酒行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球养生酒行业市场规模预测

第三章 中国养生酒行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对养生酒行业的影响分析

第三节中国养生酒行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对养生酒行业的影响分析

第五节中国养生酒行业产业社会环境分析

第四章 中国养生酒行业运行情况

第一节中国养生酒行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国养生酒行业市场规模分析

一、影响中国养生酒行业市场规模的因素

二、中国养生酒行业市场规模

三、中国养生酒行业市场规模解析

第三节中国养生酒行业供应情况分析

一、中国养生酒行业供应规模

二、中国养生酒行业供应特点

第四节中国养生酒行业需求情况分析

一、中国养生酒行业需求规模

二、中国养生酒行业需求特点

第五节中国养生酒行业供需平衡分析

第五章 中国养生酒行业产业链和细分市场分析

第一节中国养生酒行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、养生酒行业产业链图解

第二节中国养生酒行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对养生酒行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对养生酒行业的影响分析

第三节我国养生酒行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国养生酒行业市场竞争分析

第一节中国养生酒行业竞争要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二节中国养生酒行业竞争现状分析

一、中国养生酒行业竞争格局分析

二、中国养生酒行业主要品牌分析

第三节中国养生酒行业集中度分析

一、中国养生酒行业市场集中度影响因素分析

二、中国养生酒行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国养生酒行业模型分析

第一节中国养生酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国养生酒行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国养生酒行业SWOT分析结论

第三节中国养生酒行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国养生酒行业需求特点与动态分析

第一节中国养生酒行业市场动态情况

第二节中国养生酒行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节养生酒行业成本结构分析

第四节养生酒行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国养生酒行业价格现状分析

第六节中国养生酒行业平均价格走势预测

一、中国养生酒行业平均价格趋势分析

二、中国养生酒行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国养生酒行业所属行业运行数据监测

第一节中国养生酒行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国养生酒行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国养生酒行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国养生酒行业区域市场现状分析

第一节中国养生酒行业区域市场规模分析

影响养生酒行业区域市场分布的因素

中国养生酒行业区域市场分布

第二节中国华东地区养生酒行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区养生酒行业市场分析

(1) 华东地区养生酒行业市场规模

(2) 华南地区养生酒行业市场现状

(3) 华东地区养生酒行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区养生酒行业市场分析

(1) 华中地区养生酒行业市场规模

(2) 华中地区养生酒行业市场现状

(3) 华中地区养生酒行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区养生酒行业市场分析

(1) 华南地区养生酒行业市场规模

(2) 华南地区养生酒行业市场现状

(3) 华南地区养生酒行业市场规模预测

第五节华北地区养生酒行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区养生酒行业市场分析

(1) 华北地区养生酒行业市场规模

(2) 华北地区养生酒行业市场现状

(3) 华北地区养生酒行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区养生酒行业市场分析

（1）东北地区养生酒行业市场规模

（2）东北地区养生酒行业市场现状

（3）东北地区养生酒行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区养生酒行业市场分析

（1）西南地区养生酒行业市场规模

（2）西南地区养生酒行业市场现状

（3）西南地区养生酒行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区养生酒行业市场分析

（1）西北地区养生酒行业市场规模

（2）西北地区养生酒行业市场现状

（3）西北地区养生酒行业市场规模预测

第十一章 养生酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国养生酒行业发展前景分析与预测

第一节中国养生酒行业未来发展前景分析

一、养生酒行业国内投资环境分析

二、中国养生酒行业市场机会分析

三、中国养生酒行业投资增速预测

第二节中国养生酒行业未来发展趋势预测

第三节中国养生酒行业规模发展预测

一、中国养生酒行业市场规模预测

二、中国养生酒行业市场规模增速预测

三、中国养生酒行业产值规模预测

四、中国养生酒行业产值增速预测

五、中国养生酒行业供需情况预测

第四节中国养生酒行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国养生酒行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国养生酒行业进入壁垒分析

一、养生酒行业资金壁垒分析

二、养生酒行业技术壁垒分析

三、养生酒行业人才壁垒分析

四、养生酒行业品牌壁垒分析

五、养生酒行业其他壁垒分析

第二节养生酒行业风险分析

一、养生酒行业宏观环境风险

二、养生酒行业技术风险

三、养生酒行业竞争风险

四、养生酒行业其他风险

第三节中国养生酒行业存在的问题

第四节中国养生酒行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国养生酒行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国养生酒行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国养生酒行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节养生酒行业营销策略分析

一、养生酒行业产品营销

二、养生酒行业定价策略

三、养生酒行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/583640.html>