

2020年中国保健酒市场分析报告- 行业竞争格局与未来前景研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国保健酒市场分析报告-行业竞争格局与未来前景研究》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/466397466397.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

【报告大纲】

第一章 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

第二章 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

第三章 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

第四章 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

第五章 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 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

第六章 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

6.2 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) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析

(3) 企业经营状况分析

(4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.2.6 宜宾五粮液股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析

6.2.14 湖南饮源制药有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析

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) 企业产品服务分析
- (3) 企业经营状况分析
- (4) 企业竞争优势分析

第七章 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

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4：2016-2019年中药材综合200指数走势图

图表5：2019年主要中药材价格变化

图表6：2016-2019年我国粮食产量变化（单位：吨，%）

图表7：2019年粮食消费量、进口量和产量对比图（单位：万吨，%）

图表8：2016-2019年合肥国家粮食交易中心价格指数

图表9：2016-2019年我国玉米价格走势图（单位：元/千克）

图表10：2019年我国小麦价格走势图（单位：元/吨）

图表11：2016-2019年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13：2016-2019年药用蔗糖市场价格指数

图表14：2016-2019年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

图表详见报告正文 · · · · · (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国保健酒市场分析报告-行业竞争格局与未来前景研究》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。

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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/466397466397.html>