

# 2021-2027年中国保健酒行业市场运行态势及市场 供需预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国保健酒行业市场运行态势及市场供需预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202009/897945.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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。

智研咨询发布的《2021-2027年中国保健酒行业市场运行态势及市场供需预测报告》共十三章。首先介绍了保健酒行业市场发展环境、保健酒整体运行态势等，接着分析了保健酒行业市场运行的现状，然后介绍了保健酒市场竞争格局。随后，报告对保健酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了保健酒行业发展趋势与投资预测。您若想对保健酒产业有个系统的了解或者想投资保健酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

### 第一章 保健酒行业发展概述

#### 第一节 保健品的介绍

- 一、保健品的特点与分类
- 二、保健品发展的三个阶段
- 三、深度分析保健食品的功能开发
- 四、保健食品与一般食品、药品的区别

#### 第二节 保健酒相关概述

- 一、保健酒的界定
- 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
- 五、酒在医疗保健中产生的作用
- 六、保健酒的保健功能和经济效益

### 第二章 2016-2020年中国保健酒行业运行环境分析

#### 第一节 保健酒的总体政策环境分析

- 一、保健品产业深陷政策的泥潭
- 二、新规引起保健酒企业的强烈反应
- 三、国家政策支持保健酒的发展

#### 四、两道规定整治保健酒行业混乱

##### 第二节 保健酒批准文号的变更

- 一、“药健字”批准文号简介
- 二、“卫食健字”取代“药健字”保健酒业迎来新的机会
- 三、“药健字”取消带来保健酒行业酝酿二次复兴
- 四、“药健字”取消促进保健酒行业规范发展

##### 第三节 GMP认证与保健酒

- 一、保健酒生产已经纳入国家GMP认证
- 二、GMP认证冲破保健酒行业的发展潜规则
- 三、GMP认证是保健酒企业生存发展的门槛
- 四、GMP给保健酒企业的机遇与挑战

##### 第二节 2020年酿酒业行业概述

- 一、2020年酿酒行业发展现状
- 二、2020年中国酿酒行业运行状况
- 三、2020年酿酒行业发展分析
- 四、2021-2027年酿酒企业国际化走向分析

#### 第三章 2016-2020年中国保健酒行业运行状况分析

##### 第一节 2016-2020年中国保健酒行业的发展分析

- 一、中国保健酒行业跨入全新发展阶段
- 二、中国保健酒发展进入快车道
- 三、国内保健酒主要品牌的表现分析

##### 第二节 2016-2020年中国保健酒—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

##### 第三节 2016-2020年中国保健酒行业发展存在的问题

- 一、中国保健酒行业存在的五大软肋
- 二、保健酒行业发展还不成熟
- 三、保健酒行业发展面临的挑战
- 四、八成保健酒企业面临出局
- 五、保健酒行业发展急需整顿
- 六、中国保健酒行业发展的误区

##### 第四节 2016-2020年中国保健酒行业的发展对策

- 一、保健酒行业拓展应注意的六大问题

- 二、保健酒业发展启动多元核心战略
  - 三、保健酒业的生存与发展之路
  - 四、专业化和标准化推进保健酒行业的健康发展
  - 五、保健酒的开发需要高新技术
  - 六、保健酒企业的改良策略
- 第四章 2016-2020年中国保健酒市场运行动态分析
- 第一节 2016-2020年中国保健酒市场的发展分析
- 一、中国保健酒市场的总体综述
  - 二、国内保健酒市场的开发现状
  - 三、简析保健酒的产品开发与市场推广
  - 四、详析保健品市场的生存空间
- 第二节 2016-2020年中国区域保健酒市场分析
- 一、广东保健酒市场概况
  - 二、东北保健酒竞争实力雄厚
  - 三、湖南保健酒市场潜力巨大
  - 四、重庆发展保健酒遭遇瓶颈
  - 五、深圳保健酒市场现状
- 第三节 2016-2020年中国保健酒市场面临的问题
- 一、保健酒市场面临的重重隐忧
  - 二、保健酒市场存在的四大困境
  - 三、保健酒市场发展路难走
- 第四节 2016-2020年中国促进保健酒市场发展的对策
- 一、保健酒市场发展急需引导
  - 二、保健酒市场需树立行业新规促规范
  - 三、迅速提升保健酒市场份额的策略
  - 四、保健酒市场发展应以细分突围
  - 五、保健酒市场的发展建议
- 第五章 2016-2020年中国保健酒市场消费者调查分析
- 第一节 2016-2020年中国消费者的认知分析
- 一、消费者特征及划分
  - 二、消费者的认知分析
  - 三、消费者的购买渠道分析
- 第二节 2016-2020年中国影响消费者的因素
- 一、消费者主要关注的因素分析
  - 二、消费者承受的价位分析

### 三、消费者的喜好因素分析

### 四、消费者需求结构分析

#### 第三节 2016-2020年中国年轻消费群体的培养与开发

##### 一、潜在的年轻消费群体

##### 二、培养年轻消费群体

#### 第四节 2016-2020年中国消费者的购买决策与保健酒的卖点

##### 一、消费者的购买决策模式

##### 二、再次购买

### 第六章 2020年我国保健酒主要替代产品分析

#### 第一节 白酒发展分析

##### 一、2020年中国白酒行业发展现状

##### 二、中档白酒市场规模现状

##### 三、高端白酒市场现状及未来前景分析

##### 四、2020年我国白酒行业发展形势分析

##### 五、2020年中小品牌白酒发展策略分析

#### 第二节 啤酒发展分析

##### 一、2020年啤酒行业发展分析

##### 二、2020年啤酒高端市场竞争分析

##### 三、啤酒企业在全国及各地市场份额

##### 四、2020年我国啤酒行业发展分析

##### 五、2020年啤酒行业发展机会分析

#### 第三节 葡萄酒发展分析

##### 一、2020年葡萄酒行业发展现状

##### 二、中国葡萄酒市场发展潜力分析

##### 三、2020年葡萄酒中低端市场竞争分析

##### 四、2020年我国葡萄酒市场增长空间

##### 五、2020年以后我国葡萄酒发展趋势

#### 第四节 黄酒发展分析

##### 一、中国黄酒品牌生存发展情况分析

##### 二、黄酒行业未来发展走势分析

##### 三、2021-2027年黄酒面临的机遇和挑战

##### 四、2021-2027年黄酒业发展趋势分析

### 第七章 2016-2020年中国保健酒上游原材料市场分析

#### 第一节 2016-2020年中国药用动物市场分析

##### 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

第二节 2016-2020年中国中药材市场分析

一、2020年中药材市场发展状况

二、中药材市场商机分析

三、2020年我国中药材市场动向

四、我国中药材品种资源保护亟待重视

第三节 2016-2020年中国原酒市场分析

一、原酒生产对酿酒行业影响分析

二、2020年原酒投资状况分析

三、四川原酒产业发展分析

第四节 2016-2020年中国粮食市场分析

一、2020年我国粮食行业形势分析

二、2021-2027年我国市场粮价走势预测

三、2021-2027年我国粮食产量预测

第八章 2016-2020年我国保健酒行业营销策略分析

第一节 保健酒营销调查分析

一、低档保健酒

二、礼品市场

三、高端保健酒

四、保健酒竞争定位

第二节 2016-2020年中国保健酒市场营销分析

一、由减少酒精饮料危害计划谈保健酒的营销

二、用犹太人经商法则分析保健酒市场营销

三、保健酒两种销售模式的比较分析

四、保健酒市场服务营销概况

五、保健酒后非典时期的营销

第三节 2016-2020年中国保健酒营销的突破点分析

一、品牌

二、卖点

三、渠道

四、养生学

第四节 2016-2020年中国保健酒广告营销分析

一、保健酒广告投入

二、保健酒央视广告投放情况

### 三、保健酒广告营销分析

#### 第九章 2016-2020年中国保健酒行业竞争格局分析

##### 第一节 2016-2020年保健酒企业竞争动态分析

- 一、海南椰岛进入农产品深加工
- 二、劲牌引领保健酒品牌建设
- 三、五粮液史玉柱联手卖酒
- 四、五粮液的“世界名酒”之路
- 五、椰岛控股古鹤松酒业打造健康品牌
- 六、劲牌实施多层次战略发展

##### 第二节 2016-2020年中国保健酒业竞争总况

- 一、白酒葡萄酒黄酒保健酒显现竞争激烈现况
- 二、保健酒跻身国内酿酒行业五强

##### 第三节 2016-2020年中国保健酒主流品牌的竞争分析

- 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、椰岛鹿龟酒与劲酒的竞合发展
- 五、保健酒市场的竞争出路分析

##### 第四节 2016-2020年中国保健酒竞争策略分析

##### 第五节 2021-2027年中国保健酒竞争趋势分析

#### 第十章 中国典型保健酒企业竞争力对比与关键性财务数据分析

##### 第一节 劲牌有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

##### 第二节 海南椰岛股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

##### 第三节 浙江致中和酒业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析



#### 四、企业成本费用情况

##### 第四节 张裕集团

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

##### 第五节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

##### 第六节 五粮液集团保健酒有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

#### 第十一章 2021-2027年中国保健酒的发展前景预测分析

##### 第一节 2021-2027年中国保健酒行业的发展趋势

- 一、中国保健酒的未来发展趋势分析
- 二、2021-2027年保健酒业发展走向
- 三、保健酒将发展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

##### 第二节 2021-2027年中国保健酒市场的发展前景

- 一、国内保健酒市场潜力大
- 二、国内保健酒市场的发展将进入战国时代
- 三、青年将成为保健酒市场主要消费者
- 四、2021-2027年中国保健酒市场容量预测分析

##### 第三节 2021-2027年中国保健酒新品种的开发

- 一、银杏保健酒
- 二、膳食纤维保健酒
- 三、蔬菜类保健酒
- 四、虫草灵芝保健酒
- 五、绿蛛酒保健酒

#### 第十二章 2020年中国保健酒行业投资现状分析

##### 第一节 2016-2020年保健酒行业投资特性

一、保健酒的资源、技术及研发能力

二、保健酒投资的技术和资金壁垒

第二节 2016-2020年保健酒行业投资环境分析

一、宏观经济环境分析

1、中国GDP分析

2、中国汇率调整分析

3、中国CPI指数分析

4、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

二、社会环境分析

1、2020年全国居民收入情况分析

2、2020年全国社会消费品零售总额

3、2020年全国百家重点大型零售企业销售情况

4、2020年全国居民消费价格分析

第十三章 2021-2027年中国保健酒业投资机会与风险预警 (ZY LZQ)

第一节 2021-2027年中国保健酒的市场机会与盈利模式

一、投资“绿色”保健酒成新热点

二、总体经济效益判断

三、与产业政策调整相关的投资机会分析

第二节 2021-2027年中国保健酒行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第三节 2021-2027年中国保健酒业投资战略分析

一、我国保健酒品牌的战略思考

二、二线保健酒冲出区域市场策略

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202009/897945.html>