

# 2011-2015年中国保健酒行业深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2011-2015年中国保健酒行业深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yanjiu1101/A150437DDJ.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-01-12

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国保健酒行业深度调研与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了保健酒行业相关概述、中国保健酒产业运行环境等，接着分析了中国保健酒行业的现状，然后介绍了中国保健酒行业竞争格局。随后，报告对中国保健酒行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国保健酒产业发展前景与投资预测。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。

## 报告目录

### 第一章 保健酒产业相关概述 15

#### 第一节 健品的介绍 15

##### 一、保健品的定义 15

##### 二、保健品的分类 15

##### 三、保健品的特点 15

##### 四、保健品产生的原因 16

##### 五、保健品发展的三个阶段 16

#### 第二节 保健酒的概述 17

##### 一、酒在医疗保健中产生的作用 17

##### 二、保健酒和药酒之间的异同点 18

##### 三、保健酒的保健功能和经济效益 19

##### 四、保健酒酿造的悠久历程 19

### 第二章 2009-2010年中国保健品产业运行形势分析 22

#### 第一节 2009-2010年中国保健品行业发展总体概况 22

##### 一、中国保健品行业的发展历程 22

##### 二、保健品行业的八种赢利模式 24

##### 三、中国保健品行业的发展特点 27

#### 第二节 2009-2010年中国保健品发展与预测分析 29

##### 一、中国保健品市场进入平缓阶段 29

##### 二、中国保健品行业发展现状分析 29

三、中国中成药保健品进出口分析	30
四、中国中药保健品出口结构需调整	34
五、中国医药保健品对外贸易情况分析	36
第三节2009-2010年中国保健品行业发展面临的问题	38
一、保健品行业需加强整顿	38
二、中国保健品行业发展存在的问题	38
三、国内保健品产业发展的困扰	40
四、中国保健品行业品牌经营存在问题	41
五、中国保健品行业发展面临的挑战和机遇	43
六、传统保健品发展面对的挑战	44
第四节2009-2010年中国保健品行业发展对策	47
一、国内保健品行业发展应注重的方面	47
二、中国保健品发展的法律对策	48
三、保健品行业需要创新渠道发展市场	48
四、医药保健品发展的策略	49

### 第三章2009-2010年中国保健酒产业经济与社会环境分析 51

第一节2009-2010年经济发展环境分析	51
第二节2009-2010年中国社会发展环境分析	54
一、2009年全国居民收入情况分析	55
二、2009年全国社会消费品零售总额	56
三、2009年全国百家重点大型零售企业销售情况	56
四、2009年全国居民消费价格分析	57

### 第四章 2009-2010年中国保健酒行业运行形势透析 59

第一节2009-2010年中国保健酒行业的发展概况	59
一、中国保健酒产业的总体综述	59
二、国内保健酒业的发展现况	59
三、中国保健酒行业的发展规律	59
四、保健酒出新招造就行业地位	60
第二节2009-2010年中国保健酒行业发展存在的问题	61
一、中国保健酒行业存在的五大软肋	61

- 二、保健酒行业发展还不成熟 63
- 三、保健酒行业发展面临的挑战 64
- 四、八成保健酒企业面临出局 65
- 五、保健酒行业发展急需整顿 65
- 六、中国保健酒行业发展的误区 67
- 第三节2009-2010年中国保健酒行业的发展对策 68
  - 一、保健酒业健康发展的八大攻略 68
  - 二、保健酒业发展启动多元核心战略 69
  - 三、保健酒走上产业化道路 70
  - 四、专业化和标准化推进保健酒行业的健康发展 70
  - 五、保健酒该不该走大众路线 71
  - 六、保健酒企业的改良策略 71

## 第五章 2009-2010年中国保健酒市场运行动态分析 72

- 第一节2009-2010年中国保健酒市场的发展 72
- 第二节2009-2010年中国区域保健酒市场分析 74
  - 一、广东保健酒市场概况 74
  - 二、东北保健酒竞争实力雄厚 75
  - 三、湖南保健酒市场潜力巨大 76
  - 四、重庆发展保健酒遭遇瓶颈 77
  - 五、深圳保健酒市场现状 77
- 第三节2009-2010年中国保健酒市场面临的问题 78
  - 一、保健酒市场面临的重重隐忧 78
  - 二、保健酒市场存在的四大困境 78
  - 三、保健酒市场发展路难走 81
- 第四节2009-2010年促进保健酒市场发展的对策 82
  - 一、保健酒市场发展急需引导 82
  - 二、保健酒市场需树立行业新规促规范 82
  - 三、迅速提升保健酒市场份额的策略 83
  - 四、保健酒市场发展应以细分突围 83
  - 五、保健酒市场的发展建议 85

## 第六章 2009-2010年中国保健酒市场营销战略分析 87

### 第一节2009-2010年中国保健酒市场营销分析 87

#### 一、由减少酒精饮料危害计划谈保健酒的营销 87

#### 二、用犹太人经商法则分析保健酒市场营销 89

#### 三、保健酒两种销售模式的比较分析 91

#### 四、保健酒市场服务营销概况 93

#### 五、保健酒后非典时期的营销 93

### 第二节2009-2010年中国消费者与保健酒营销分析 96

#### 一、消费者购买保健酒的方式研究 97

#### 二、从消费行为分析保健酒的营销策略 98

#### 三、消费者购买保健酒的途径分析 98

#### 四、保健酒消费信心有待恢复 99

#### 五、保健酒标识缺失使消费者无所适从 100

### 第三节2009-2010年保健酒营销的突破点分析 100

#### 一、品牌（名） 100

#### 二、卖点 101

#### 三、渠道 101

#### 四、养生学 102

### 第四节2009-2010年中国保健酒营销存在的问题 103

#### 一、保健酒营销存在的三大误区 103

#### 二、保健酒营销意识的缺失之处 103

#### 三、保健酒产品命名易陷入的误区 104

#### 四、保健酒品牌营销存在的盲点 105

#### 五、保健酒营销的问题 107

### 第五节2009-2010年中国保健酒营销的对策 109

#### 一、保健酒营销成功的关键对策 109

#### 二、保健酒营销应注意的方面 110

#### 三、保健酒发展要依赖品牌定位营销 110

#### 四、保健酒营销的产品开发攻略 111

#### 五、低端保健酒深度分销提高市场效率 112

### 第六节2010-2015年中国保健酒营销发展趋势 114

#### 一、国内保健酒品牌营销力度将加强 114

## 二、保健酒行业的营销发展新意呈现 116

## 第七章 2009-2010年中国保健酒市场竞争格局分析 118

### 第一节 2009-2010年保健酒市场的竞争分析 118

#### 一、保健酒竞争总体概况 118

#### 二、白酒葡萄酒黄酒保健酒显现竞争激烈现况 119

#### 三、保健酒跻身国内酿酒行业五强 120

### 第二节 2009-2010年中国保健酒主流品牌的竞争分析 120

#### 一、名牌战略引导保健酒业竞争 120

#### 二、保健酒市场六大品牌的激烈竞争 122

#### 三、保健酒各大品牌的圈地运动 122

#### 四、椰岛鹿龟酒与劲酒的竞合发展 124

#### 五、保健酒市场的竞争出路分析 127

### 第三节 2009-2010年中国保健酒的竞争策略探析 127

#### 一、定位策略 128

#### 二、产品策略 129

#### 三、价格策略 129

#### 四、分销策略 130

#### 五、广告、宣传、促销策略 131

## 第八章 2009-2010年中国保健酒主要品牌企业运行态势分析 133

### 第一节 海南椰岛 133

#### 一、浅析椰岛鹿龟酒营销的六大法宝 133

#### 二、椰岛鹿龟酒巨资铸造中国首家保健酒GMP认证 135

#### 三、椰岛鹿龟酒进入酿酒食品行业前十强 135

### 第二节 交大昂立 135

#### 一、交大昂立成为保健食品行业发展的领头羊 135

#### 二、交大昂立新产品的营销策略铸造利润第三极 136

### 第三节 浙江致中和 137

#### 一、致中和构造渠道战略发展联盟 137

#### 二、致中和的发展概况 138

### 第四节 劲牌公司 139

- 一、创新成为劲牌发展的不竭动力 139
- 二、劲牌从量变到质变的发展历程 139
- 三、劲酒企业的成功经验探析 140

## 第九章2009-2010年中国保健酒产业优势企业财务数据分析 141

### 第一节海南椰岛(集团)股份有限公司 141

- 一、公司基本概述 141
- 二、企业主要财务指标 141
- 三、企业成长性指标 141
- 四、企业经营能力指标 142
- 五、企业盈利能力指标 142
- 六、企业偿债能力 143

### 第二节上海交大昂立股份有限公司 143

- 一、公司基本概述 143
- 二、企业主要财务指标 144
- 三、企业成长性指标 144
- 四、企业经营能力指标 144
- 五、企业盈利能力指标 145
- 六、企业偿债能力 145

### 第三节 烟台张裕葡萄酒股份有限公司 145

- 一、公司基本概述 145
- 二、企业主要财务指标 146
- 三、企业成长性指标 146
- 四、企业经营能力指标 147
- 五、企业盈利能力指标 147
- 六、企业偿债能力 147

### 第四节 浙江致中和酒业有限公司 148

- 一、公司简介 148
- 二、企业主要经济指标分析 148
- 三、企业产值及存货产成品分析 148
- 四、企业主营成本及其它费用分析 149
- 五、企业偿债能力分析 149



六、企业盈利指标分析 149

七、企业经营效益分析 150

#### 第五节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司 150

一、公司简介 150

二、企业主要经济指标分析 150

三、企业产值及存货产成品分析 151

四、企业主营成本及其它费用分析 151

五、企业偿债能力分析 151

六、企业盈利指标分析 152

七、企业经营效益分析 152

#### 第六节 五粮液集团保健酒有限责任公司 152

一、公司简介 152

二、企业主要经济指标分析 152

三、企业产值及存货产成品分析 153

四、企业主营成本及其它费用分析 153

五、企业偿债能力分析 153

六、企业盈利指标分析 154

七、企业经营效益分析 154

#### 第七节 宁夏香山酒业(集团)有限公司 154

一、公司简介 154

二、企业主要经济指标分析 154

三、企业产值及存货产成品分析 155

四、企业主营成本及其它费用分析 155

五、企业偿债能力分析 155

六、企业盈利指标分析 156

七、企业经营效益分析 156

#### 第八节 劲牌有限公司 156

一、公司简介 156

二、企业主要经济指标分析 157

三、企业产值及存货产成品分析 157

四、企业主营成本及其它费用分析 157

五、企业偿债能力分析 158

六、企业盈利指标分析 158

七、企业经营效益分析 158

## 第十章 2009-2010年中国其他酒类产品的发展分析 159

### 第一节 白酒 159

一、白酒市场总体概况 159

二、中国白酒行业发展特点分析 159

三、中国加快白酒行业产业结构调整 160

四、白酒须理性对待其发展 167

五、国内白酒行业循环发展的关键 170

六、全球金融危机下的中国白酒业 171

七、未来国内白酒行业发展形势预测 173

八、未来中国白酒市场价格趋势分析 173

### 第二节 葡萄酒 174

一、宏观经济对中国葡萄酒业的影响研究 174

二、国内葡萄酒行业的发展回顾 176

三、葡萄酒行业的发展热点分析 178

四、葡萄酒业的焦点回顾 180

五、2009年中国执行葡萄酒新国标 181

六、中国葡萄酒产业的发展趋势分析 182

### 第三节 黄酒 183

一、黄酒的概述 183

二、2009年中国黄酒业指数攀升 184

三、消费升级点燃中国黄酒发展引擎 186

四、黄酒行业走出低迷困境的对策 186

五、高档黄酒在政策支持下市场增长空间大 188

### 第四节 啤酒 189

一、中国啤酒产销量连续8年处于世界首位 189

二、中国啤酒业发展机遇与挑战分析 190

三、国内啤酒产业面临原材料涨价的压力 191

四、未来中国啤酒行业发展趋势预测 192

五、中国啤酒业的营销模式以及发展前景 194

## 第十一章 2010-2015年中国保健酒的发展前景预测分析 196

### 第一节 2010-2015年中国保健酒行业的发展趋势 196

- 一、中国保健酒的未来发展趋势分析 196
- 二、未来五年保健酒业发展走向 196
- 三、保健酒将发展成为传统酒业里的朝阳产业 198
- 四、环保成保健酒行业未来投资新亮点 199

### 第二节 2010-2015年中国保健酒市场的发展前景分析 200

- 一、国内保健酒市场潜力大 200
- 二、国内保健酒市场的发展将进入战国时代 201
- 三、青年将成为保健酒市场主要消费者 202
- 四、2010年中国保健酒市场容量预测 203

### 第三节 保健酒新品种的开发 203

- 一、银杏保健酒 203
- 二、膳食纤维保健酒 206
- 三、蔬菜类保健酒 210
- 四、虫草灵芝保健酒 211
- 五、绿蛛酒保健酒 213

## 第十二章 2010-2015年中国保健酒产业投资政策环境分析 215

### 第一节 保健酒的总体政策环境分析 215

- 一、保健品产业深陷政策的泥潭 215
- 二、新规引起保健酒企业的强烈反应 215
- 三、国家政策支持保健酒的发展 216
- 四、两道规定整治保健酒行业混乱 217

### 第二节 保健酒批准文号的变更 218

- 一、“药健字”批准文号简介 218
- 二、“卫食健字”取代“药健字”保健酒业迎来新的机会 218
- 三、“药健字”取消带来保健酒行业酝酿二次复兴 219
- 四、“药健字”取消促进保健酒行业规范发展 219

### 第三节 GMP认证与保健酒 220

- 一、保健酒生产已经纳入国家GMP认证 220

- 二、GMP认证冲破保健酒行业的发展潜规则 220
- 三、GMP认证是保健酒企业生存发展的门槛 221
- 四、GMP给保健酒企业的机遇与挑战 221

### 第十三章2010-2015年中国保健酒产业投资机会与风险分析 223

#### 第一节2010-2015年中国保健酒产业投资环境分析 223

##### 一、宏观经济预测分析 223

##### 二、金融危机影响分析 225

#### 第二节2010-2015年中国保健酒产业投资机会分析 226

#### 第三节2010-2015年中国保健酒产业投资风险分析 227

#### 第四节 专家投资建议 230

### 图表目录

#### 图表 1 保健品的分类 14

#### 图表 2 2010-2013年中国保健品市场规模增长趋势图 27

#### 图表 3 2010年第一季度中国主要宏观经济数据增长表 51

#### 图表 4 2000-2010年第一季度中国GDP及其增长率统计表 51

#### 图表 5 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 52

#### 图表 6 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 52

#### 图表 7 2009年主要工业产品产量及其增长速度 53

#### 图表 8 2009-2010年2月全国居民消费价格指数(CPI) 58

#### 图表 9 中国保健酒市场规模变化趋势图 60

#### 图表 10 保健酒企业的市场份额 60

#### 图表 11 中国保健酒优势品牌一览 61

#### 图表 12 中国主要保健酒品牌及其产品定位和规格 62

#### 图表 13 椰岛、劲酒、致中和五加皮在产品、营销和品牌方面的比较研究 64

#### 图表 14 消费者购买保健酒的途径 105

#### 图表 15 2003-2010年上半年海南椰岛股份有限公司主要财务指标表 148

#### 图表 16 2002-2009年海南椰岛股份有限公司成长性指标表 148

#### 图表 17 2002-2009年海南椰岛股份有限公司经营能力指标表 149

#### 图表 18 2002-2009年海南椰岛股份有限公司盈利能力指标表 149

#### 图表 19 2002-2009年海南椰岛股份有限公司偿债能力指标表 150

图表 20 2003-2010年上半年上海交大昂立股份有限公司主要财务指标表 151

图表 21 2002-2009年上海交大昂立股份有限公司成长性指标表 151

图表 22 2002-2009年上海交大昂立股份有限公司经营能力指标表 151

图表 23 2002-2009年上海交大昂立股份有限公司盈利能力指标表 152

图表 24 2002-2009年上海交大昂立股份有限公司偿债能力指标表 152

图表 25 2003-2010年上半年烟台张裕葡萄酒股份有限公司主要财务指标表 153

图表 26 2002-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司成长性指标表 153

图表 27 2002-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司经营能力指标表 154

图表 28 2002-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力指标表 154

图表 29 2002-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司偿债能力指标表 154

图表 30 浙江致中和酒业有限责任公司简介 155

图表 31 2008-2009年浙江致中和酒业有限责任公司主要经济指标 155

图表 32 2008-2009年 浙江致中和酒业有限责任公司工业总产值及存货产成品指标表 155

图表 33 2008-2009年浙江致中和酒业有限责任公司主营收入及各项成本指标表 156

图表 34 2008-2009年浙江致中和酒业有限责任公司偿债能力指标表 156

图表 35 2008-2009年浙江致中和酒业有限责任公司偿债比率指标表 156

图表 36 2008-2009年浙江致中和酒业有限责任公司利润指标表 156

图表 37 2008-2009年浙江致中和酒业有限责任公司盈利比率（能力）指标表 157

图表 38 山西杏花村汾酒集团有限责任公司简介 157

图表 39 2008-2009年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主要经济指标 157

图表 40 2008-2009年 山西杏花村汾酒集团有限责任公司工业总产值及存货产成品指标表 158

图表 41 2008-2009年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营收入及各项成本指标表 158

图表 42 2008-2009年山西杏花村汾酒集团有限责任公司偿债能力指标表 158

图表 43 2008-2009年山西杏花村汾酒集团有限责任公司偿债比率指标表 158

图表 44 2008-2009年山西杏花村汾酒集团有限责任公司利润指标表 159

图表 45 2008-2009年山西杏花村汾酒集团有限责任公司盈利比率（能力）指标表 159

图表 46 四川省宜宾五粮液集团有限公司简介 159

图表 47 2008-2009年四川省宜宾五粮液集团有限公司主要经济指标 159

图表 48 2008-2009年 四川省宜宾五粮液集团有限公司工业总产值及存货产成品指标表 160

图表 49 2008-2009年四川省宜宾五粮液集团有限公司主营收入及各项成本指标表 160

图表 50 2008-2009年四川省宜宾五粮液集团有限公司偿债能力指标表 160

图表 51 2008-2009年四川省宜宾五粮液集团有限公司偿债比率指标表 160

图表 52 2008-2009年四川省宜宾五粮液集团有限公司利润指标表 161

图表 53 2008-2009年四川省宜宾五粮液集团有限公司盈利比率（能力）指标表 161

图表 54 宁夏香山酒业集团有限公司简介 161

图表 55 2008-2009年宁夏香山酒业集团有限公司主要经济指标 162

图表 56 2008-2009年 宁夏香山酒业集团有限公司工业总产值及存货产成品指标表 162

图表 57 2008-2009年宁夏香山酒业集团有限公司主营收入及各项成本指标表 162

图表 58 2008-2009年宁夏香山酒业集团有限公司偿债能力指标表 162

图表 59 2008-2009年宁夏香山酒业集团有限公司偿债比率指标表 163

图表 60 2008-2009年宁夏香山酒业集团有限公司利润指标表 163

图表 61 2008-2009年宁夏香山酒业集团有限公司盈利比率（能力）指标表 163

图表 62 劲牌有限公司简介 163

图表 63 2008-2009年劲牌有限公司主要经济指标 164

图表 64 2008-2009年 劲牌有限公司工业总产值及存货产成品指标表 164

图表 65 2008-2009年劲牌有限公司主营收入及各项成本指标表 164

图表 66 2008-2009年劲牌有限公司偿债能力指标表 165

图表 67 2008-2009年劲牌有限公司偿债比率指标表 165

图表 68 2008-2009年劲牌有限公司利润指标表 165

图表 69 2008-2009年劲牌有限公司盈利比率（能力）指标表 165

图表 70 2001-2010年中国白酒产量 166

图表 71 2006-2010年中国白酒制造行业企业数量增长趋势图 168

图表 72 2010年1-5月中国白酒制造行业不同所有制企业销售收入份额图 169

图表 73 2010年1-5月中国白酒制造行业不同类型企业销售收入份额图 170

图表 74 2010年1-5月中国白酒制造行业不同所有制企业数量份额图 171

图表 75 2010年1-5月中国白酒制造行业不同类型企业数量份额图 172

图表 76 2006-2010年中国白酒制造行业主要盈利指标增长趋势图 173

图表 77 2010年中国葡萄酒行业的盈利能力持续回升 183

图表 78 2005-2009年中国葡萄酒产量 183

图表 79 2009年葡萄酒制造行业的核心数据指标 184

图表 80 2010年1-8月中国葡萄酒产量数据统计 184

图表 81 2009年中国葡萄酒制造行业企业排名（Top10） 185

图表 82 2009年我国黄酒产量月度统计表(千升) 191

图表 83 2010年1-5月中国黄酒产量分省市统计表 192

图表 84 2001-2010年中国啤酒产量 196

图表 85 2006-2009年劲酒销售额变化趋势图 208

图表 86 椰岛保健酒的营销网络分布 209

图表 87 椰岛鹿龟酒与椰岛海王酒对比 211

图表 88 实验实际原料配量 222

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国保健酒行业深度调研与投资前景研究报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1101/A150437DDJ.html>