

# 2014-2018年中国保健酒市 场现状分析及投资前景研究报告

## 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

《2014-2018年中国保健酒市场现状分析及投资前景研究报告》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/yanjiu1401/M46510XJM7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-01-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国保健酒市场现状分析及投资前景研究报告》共十章。首先介绍了保健酒相关概述、中国保健酒市场运行环境等，接着分析了中国保健酒市场发展的现状，然后介绍了中国保健酒重点区域市场运行形势。随后，报告对中国保健酒重点企业经营状况分析，最后分析了中国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。

随着中国经济发展，国民健康意识不断加强，保健酒成为一种新的消费潮流，存在着巨大市场需求。急剧增长的市场需求，催生了产业的快速扩容。

保健酒先已成为继白酒、啤酒、红酒之后的第四大酒类，市场份额不断攀升，蓬勃发展的良好态势，也让众多企业都看到了保健酒可观的前景，纷纷投入其中，进一步搅热市场的同时，也加剧了竞争的激烈。现阶段的保健酒产业来说，既是机遇，又是挑战。虽然相较于传统酒类，保健酒仍可算是小酒种，但处于发展期的保健酒，今后还有很长的一段路要走。

## 第一章 保健酒的相关概述

### 1.1 保健品的介绍

#### 1.1.1 保健品的定义

#### 1.1.2 保健品的分类

#### 1.1.3 保健品的特点

#### 1.1.4 保健品产生的原因

#### 1.1.5 保健品发展的三个阶段

### 1.2 保健酒的概述

#### 1.2.1 酒在医疗保健中产生的作用

#### 1.2.2 保健酒和药酒之间的异同点

#### 1.2.3 保健酒的保健功能和经济效益

#### 1.2.4 保健酒酿造的悠久历史

## 第二章 2013年保健品行业分析

### 2.1 2013年中国保健品行业发展综述

#### 2.1.1 中国保健品行业发展周期及特征

#### 2.1.2 浅谈中国保健品行业发展原因

#### 2.1.3 我国保健品市场现状总析

- 2.1.4 中国保健品行业发展势头迅猛
- 2.1.5 中国保健品行业备受投资者青睐
- 2.1.6 “十二五”我国营养与保健食品制造业发展规划
- 2.2 2011-2013年中国保健品行业的发展
- 2.3 中国保健品进出口情况
- 2.4 中国保健品行业的问题及对策

### 第三章 2013年保健酒行业的发展

- 3.1 保健酒行业的发展概况
  - 3.1.1 我国保健酒市场迅猛发展
  - 3.1.2 中国保健酒行业的发展规律
  - 3.1.3 保健酒品行业的特性及趋向分析
  - 3.1.4 我国保健酒业成功迈进品牌化时代
- 3.2 2011-2013年保健酒行业的发展
- 3.3 先进技术在保健酒行业中的应用分析
  - 3.3.1 提取分离中药成分的应用
  - 3.3.2 新型包装生产技术的应用
  - 3.3.3 自动控制技术的应用
  - 3.3.4 先进检验检测技术的应用
- 3.4 保健酒行业发展存在的问题及对策分析

### 第四章 2013年保健酒市场分析

- 4.1 2013年保健酒市场发展概况
  - 4.1.1 保健酒在全球市场广受追捧
  - 4.1.2 中国保健酒市场的总体综述
  - 4.1.3 中国保健酒企业深掘高端市场
- 4.2 2013年保健酒市场新品种的开发状况
  - 4.2.1 膳食纤维保健酒
  - 4.2.2 蔬菜类保健酒
  - 4.2.3 虫草灵芝保健酒
  - 4.2.4 绿蛛保健酒
  - 4.2.5 雄蚕蛾保健酒

- 4.3 2013年保健酒市场消费状况
  - 4.3.1 中国保健酒消费日益普及
  - 4.3.2 中原市场保健酒消费遇冷
  - 4.3.3 节日期间保健酒市场消费需求旺盛
  - 4.3.4 中国保健酒消费的安全考量
- 4.4 保健酒市场消费者行为探讨
  - 4.4.1 消费者购买保健酒的基本方式
  - 4.4.2 保健酒目标消费群的深入研究
  - 4.4.3 从消费行为分析保健酒的发展策略
  - 4.4.4 消费者购买保健酒的主要途径

## 第五章 2013年部分地区保健酒市场分析

- 5.1 广东
- 5.2 山东
- 5.3 江苏
- 5.4 浙江

## 第六章 2013年保健酒市场营销分析

- 6.1 中国保健酒市场营销状况
  - 6.1.1 中国保健酒市场营销战争升级
  - 6.1.2 中国保健酒区域市场营销现状分析
  - 6.1.3 保健酒市场服务营销概况
  - 6.1.4 保健酒遭遇安全考验呼唤产业链营销
- 6.2 保健酒营销的突破点分析
  - 6.2.1 品牌（名）
  - 6.2.2 卖点
  - 6.2.3 渠道
  - 6.2.4 养生学
- 6.3 保健酒营销存在的问题
  - 6.3.1 中国保健酒企业的营销误区
  - 6.3.2 保健酒营销意识的缺失之处
  - 6.3.3 保健酒产品命名易陷入的误区

- 6.3.4 保健酒营销的突出问题
- 6.4 保健酒营销的对策
  - 6.4.1 保健酒营销成功的关键对策
  - 6.4.2 保健酒营销的产品开发攻略
  - 6.4.3 低端保健酒深度分销提高市场效率
  - 6.4.4 保健酒行业强势品牌的营销攻略
  - 6.4.5 保健酒的体验营销运作思路分析
- 6.5 保健酒营销发展趋势
  - 6.5.1 国内保健酒品牌营销力度将加强
  - 6.5.2 保健酒行业的营销发展新意呈现

## 第七章 2013年保健酒重点企业分析

- 7.1 海南椰岛股份有限公司
  - 7.1.1 公司简介
  - 7.1.2 经营状况分析
- 7.2 上海交大昂立股份有限公司
  - 7.2.1 公司简介
  - 7.2.2 经营状况分析
- 7.3 浙江致中和酒业有限责任公司
  - 7.3.1 公司简介
  - 7.3.2 经营状况分析
- 7.4 湖北劲牌有限公司
  - 7.4.1 公司简介
  - 7.4.2 经营状况分析
- 7.5 宁夏红枸杞产业集团公司
  - 7.5.1 公司简介
  - 7.5.2 经营状况分析

## 第八章 2013年保健酒主要替代品分析

- 8.1 白酒
- 8.2 啤酒
- 8.3 葡萄酒

## 8.4 黄酒

### 第九章 2013年保健酒竞争格局分析

#### 9.1 2013年新竞争时代下的保健酒行业发展

##### 9.1.1 保健酒三大派系分析

##### 9.1.2 保健酒行业格局演变及趋向

##### 9.1.3 保健酒行业竞争现状分析

##### 9.1.4 我国保健酒市场竞争激烈

##### 9.1.5 新竞争时代保健酒企业战略释义

#### 9.2 保健酒主流品牌的竞争

##### 9.2.1 名牌战略引导保健酒业竞争

##### 9.2.2 保健酒市场六大品牌的激烈竞争

##### 9.2.3 保健酒各大品牌的圈地运动

##### 9.2.4 保健酒市场的竞争出路分析

#### 9.3 黄金酒对中国保健酒行业的影响

##### 9.3.1 黄金酒独享功能名酒蓝海

##### 9.3.2 黄金酒将让保健酒市场再提速

##### 9.3.3 黄金酒对劲酒冲击不大

##### 9.3.4 黄金酒会冲击椰岛华东市场

#### 9.4 保健酒竞争四大定位

##### 9.4.1 消费者细分——开拓新品类

##### 9.4.2 产品细分——发展新市场

##### 9.4.3 价格细分——抢占新热点

##### 9.4.4 渠道细分——完胜终端

#### 9.5 保健酒的竞争策略探析

##### 9.5.1 定位策略

##### 9.5.2 产品策略

##### 9.5.3 价格策略

##### 9.5.4 分销策略

##### 9.5.5 广告、宣传、促销策略

### 第十章 保健酒行业的发展前景及趋势

- 10.1 保健酒行业的发展前景展望
  - 10.1.1 未来中国保健酒行业发展形势预测
  - 10.1.2 中国保健酒市场潜力巨大
  - 10.1.3 我国保健酒高端市场前景看好
  - 10.1.4 小瓶保健酒未来发展前景可期
  - 10.1.5 2014-2018年中国保健酒行业发展预测分析
- 10.2 保健酒行业的发展趋势
  - 10.2.1 我国保健酒行业未来发展走向
  - 10.2.2 中国保健酒行业发展趋势分析
  - 10.2.3 保健酒将成为传统酒业里的朝阳产业
  - 10.2.4 环保成保健酒行业未来投资新亮点

图表目录：

- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）
- 图表：居民消费价格同比上涨情况
- 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
- 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
- 图表：农村居民人均收入实际增长速度
- 图表：人口及其自然增长率变化情况
- 图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
- 图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）
- 图表：2014年中国GDP增长预测
- 图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测
- 图表：略&hellip;&hellip;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1401/M46510XJM7.html>