

2024-2030年中国保健酒行业 前景展望与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国保健酒行业前景展望与行业前景预测报告》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.cction.com/report/202407/463843.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国保健酒行业前景展望与行业前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：保健酒行业综述及数据来源说明

1.1 保健酒行业界定

1.1.1 保健酒的概念&归属

1、保健酒概念界定

2、国家标准中的保健酒（行业定义及归属类别）

1.1.2 保健酒的性质&特征

1.1.3 保健酒VS药酒VS露酒（养生酒）

1.2 保健酒行业分类

1.3 本报告研究范围界定说明

1.4 保健酒行业监管规则 and 标准体系

1.4.1 保健酒行业监管体系及机构职能（主管部门&行业协会&自律组织）

1.4.2 保健酒行业标准体系及建设进程（国家/地方/行业/团体/企业标准）

1.4.3 保健酒行业现行&即将实施标准汇总

1.4.4 保健酒行业重点标准影响解读

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

1.5.1 本报告权威数据来源

1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

第2章：中国保健酒行业发展现状及市场痛点解析

2.1 中国保健酒行业发展历程分析

2.2 中国保健酒行业技术进展研究

2.2.1 保健酒酿酒技术分析

2.2.2 保健酒防伪技术分析

- 2.2.3 保健酒新一代信息技术融合应用
- 2.3 中国保健酒行业对外贸易状况
 - 2.3.1 中国保健酒行业进出口统计说明
 - 2.3.2 中国保健酒行业进出口贸易概况（过去5年数据）
 - 2.3.3 中国保健酒行业进口贸易状况（过去5年数据）
 - 2.3.4 中国保健酒行业出口贸易状况（过去5年数据）
 - 2.3.5 中国保健酒行业进出口贸易影响因素及发展趋势
- 2.4 中国保健酒行业市场主体分析
 - 2.4.1 中国保健酒行业市场主体类型（投资/经营/服务/中介主体）
 - 2.4.2 中国保健酒行业企业入场方式（自建/并购/战略合作等）
 - 2.4.3 中国保健酒行业市场主体数量
 - 2.4.4 中国保健酒注册/在业/存续企业
- 2.5 中国保健酒行业市场供给状况
- 2.6 中国保健酒行业市场需求状况
- 2.7 中国保健酒行业市场规模体量
- 2.8 中国保健酒行业市场发展痛点

第3章：中国保健酒行业市场竞争及投资并购状况

- 3.1 中国保健酒行业市场竞争布局状况
 - 3.1.1 中国保健酒行业竞争者入场进程
 - 3.1.2 中国保健酒行业竞争者省市分布热力图
 - 3.1.3 中国保健酒行业竞争者战略布局状况
- 3.2 中国保健酒行业市场竞争格局分析
 - 3.2.1 中国保健酒行业企业竞争集群分布
 - 3.2.2 中国保健酒行业企业竞争格局分析
 - 3.2.3 中国保健酒行业市场集中度分析
- 3.3 中国保健酒全球市场竞争力&国产化/国际化布局
- 3.4 中国保健酒行业波特五力模型分析
 - 3.3.1 中国保健酒行业供应商的议价能力
 - 3.3.2 中国保健酒行业消费者的议价能力
 - 3.3.3 中国保健酒行业新进入者威胁
 - 3.3.4 中国保健酒行业替代品威胁

- 3.3.5 中国保健酒行业现有企业竞争
- 3.3.6 中国保健酒行业竞争状态总结
- 3.5 中国保健酒行业投融资&并购重组&上市情况
- 3.5.1 中国保健酒行业投融资状况
- 3.5.2 中国保健酒行业兼并与重组
- 3.5.3 中国保健酒行业IPO动态（已上市、申请&被否情况）

第4章：中国保健酒产业链全景及配套产业发展

- 4.1 中国保健酒产业链——产业结构属性分析
- 4.1.1 保健酒产业链（供应链）结构梳理
- 4.1.2 保健酒产业链（供应链）生态图谱
- 4.1.3 保健酒产业链（供应链）区域热力图
- 4.2 中国保健酒价值链——产业价值属性分析
- 4.2.1 保健酒行业成本投入结构
- 4.2.2 保健酒行业价格传导机制
- 4.2.3 保健酒行业价值链分析图
- 4.3 中国保健酒——基酒市场简析
- 4.3.1 保健酒基酒概述
- 4.3.2 白酒市场简析
- 4.3.3 黄酒市场简析
- 4.3.4 清酒市场简析
- 4.3.5 葡萄酒市场简析
- 4.4 中国保健酒——药用资源市场简析
- 4.4.1 保健酒药用资源概述（植物、动物和矿物等）
- 4.4.2 药用自然资源分布
- 4.4.3 药用自然资源市场供给
- 4.4.4 药用自然资源市场行情
- 4.5 中国保健酒生产设备/生产线市场简析
- 4.5.1 保健酒生产设备/生产线概述
- 4.5.2 保健酒生产设备
- 4.5.3 保健酒生产线
- 4.5.4 保健酒生产设备/生产线发展趋势

4.6 配套产业布局对保健酒行业的影响总结

第5章：中国保健酒行业细分产品生产领域分析

5.1 中国保健酒行业细分市场发展概况

5.2 保健酒细分市场：不同功能保健酒

5.2.1 不同功能保健酒概述

5.2.2 不同功能保健酒市场简析

1、肾功能保健酒

2、延年益寿酒

3、功能强化酒

4、营养保健酒等

5.2.3 不同功能保健酒发展趋势

5.3 保健酒细分市场：不同档次保健酒

5.3.1 不同档次保健酒概述

5.3.2 不同档次保健酒市场简析

1、低档保健酒

2、中高档礼品保健酒

5.3.3 不同档次保健酒发展趋势

5.4 保健酒产品创新市场概况

5.5 中国保健酒行业细分市场战略地位分析

第6章：中国保健酒行业消费市场发展状况

6.1 中国保健酒行业消费场景及目标市场分析

6.1.1 保健酒市场定位

1、市场定位概念

2、市场定位策略

6.1.2 保健酒消费场景（使用场景&需求场景/消费场景）

6.1.3 保健酒目标市场

1、目标市场的选择

（1）目标市场的概念

（2）选择目标市场程序

（3）目标市场的选定

2、目标市场营销策略

(1) 产品本身

(2) 售后服务

(3) 以消费者为本

6.2 中国保健酒行业消费行为特征总结

6.2.1 消费者年龄特征

6.2.2 消费者性别特征

6.2.3 购买者功能需求

6.3 中国保健酒行业销售渠道发展分析

6.3.1 中国保健酒行业销售渠道分布状况

6.3.2 中国保健酒行业线上电商发展分析

1、线上电商渠道发展概况

2、B2C电商渠道发展现状

3、直播电商渠道发展现状

4、社交电商渠道发展现状

6.3.3 中国保健酒行业线下渠道发展分析

1、线下渠道发展概况

2、商超渠道发展现状

3、餐饮渠道

4、药店渠道

5、社区渠道

6、专卖店渠道

6.4 中国保健酒行业市场营销策略分析

6.4.1 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

6.4.2 中国保健酒营销策略问题

1、定位不明制约行业发展

2、产品特点与对象不明确

6.4.3 中国保健酒营销策略建议

- 1、以口感、品质为先
- 2、满足消费者心理“保健”需求
- 3、调动终端参与推介
- 4、“认知”决定消费
- 5、餐饮街+龙头店的盘中盘模式
- 6、打好节奏牌
- 7、以品牌建设为本

6.5 中国保健酒行业市场营销案例分析

6.5.1 劲牌保健酒市场营销分析

- 1、从竞争战略分析
- 2、从区域布局分析
- 3、价格与产品策略分析
- 4、渠道分析
- 5、品牌传播方面

6.5.2 五粮液保健酒市场营销分析

- 1、产品定位
- 2、市场运作

6.5.3 海南椰岛保健酒市场营销分析

6.5.4 汾酒竹叶青市场营销分析

- 1、产品的创新分析
- 2、市场的规划分析
- 3、资源的聚焦分析
- 4、年轻化营销策略

6.6 中国保健酒行业营销渠道布局

6.7 中国保健酒行业细分消费市场战略地位分析

第7章：中国保健酒企业业务布局案例解析

7.1 中国保健酒主要企业布局梳理

7.2 中国保健酒主要企业布局案例分析（不分先后，可定制）

7.2.1 湖北劲牌保健酒业有限公司

- 1、企业发展历程&基本信息

- 2、企业业务架构&经营情况
- 3、企业保健酒品牌/产品
- 4、企业保健酒营销渠道
- 5、企业保健酒研发创新
- 6、企业保健酒市场竞争力

7.2.2 海南椰岛酒业发展有限公司

- 1、企业发展历程&基本信息
- 2、企业业务架构&经营情况
- 3、企业保健酒品牌/产品
- 4、企业保健酒营销渠道
- 5、企业保健酒研发创新
- 6、企业保健酒市场竞争力

7.2.3 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

- 1、企业发展历程&基本信息
- 2、企业业务架构&经营情况
- 3、企业保健酒品牌/产品
- 4、企业保健酒营销渠道
- 5、企业保健酒研发创新
- 6、企业保健酒市场竞争力

7.2.4 烟台张裕葡萄酿酒公司

- 1、企业发展历程&基本信息
- 2、企业业务架构&经营情况
- 3、企业保健酒品牌/产品
- 4、企业保健酒营销渠道
- 5、企业保健酒研发创新
- 6、企业保健酒市场竞争力

7.2.5 广西柳州市古岭酒厂

- 1、企业发展历程&基本信息
- 2、企业业务架构&经营情况
- 3、企业保健酒品牌/产品
- 4、企业保健酒营销渠道
- 5、企业保健酒研发创新

6、企业保健酒市场竞争力

7.2.6 宁夏红枸杞产业集团有限公司

- 1、企业发展历程&基本信息
- 2、企业业务架构&经营情况
- 3、企业保健酒品牌/产品
- 4、企业保健酒营销渠道
- 5、企业保健酒研发创新
- 6、企业保健酒市场竞争力

7.2.7 浙江致中和生物工程有限公司

- 1、企业发展历程&基本信息
- 2、企业业务架构&经营情况
- 3、企业保健酒品牌/产品
- 4、企业保健酒营销渠道
- 5、企业保健酒研发创新
- 6、企业保健酒市场竞争力

7.2.8 四川省宜宾五粮液集团保健酒有限责任公司

- 1、企业发展历程&基本信息
- 2、企业业务架构&经营情况
- 3、企业保健酒品牌/产品
- 4、企业保健酒营销渠道
- 5、企业保健酒研发创新
- 6、企业保健酒市场竞争力

7.2.9 贵州茅台酒股份有限公司

- 1、企业发展历程&基本信息
- 2、企业业务架构&经营情况
- 3、企业保健酒品牌/产品
- 4、企业保健酒营销渠道
- 5、企业保健酒研发创新
- 6、企业保健酒市场竞争力

7.2.10 华佗国药（安徽）保健酒业有限公司

- 1、企业发展历程&基本信息
- 2、企业业务架构&经营情况

- 3、企业保健酒品牌/产品
- 4、企业保健酒营销渠道
- 5、企业保健酒研发创新
- 6、企业保健酒市场竞争力

第8章：中国保健酒行业发展环境洞察&SWOT分析

8.1 中国保健酒行业经济（Economy）环境分析

8.1.1 中国宏观经济发展现状

8.1.2 中国宏观经济发展展望

8.1.3 中国保健酒行业发展与宏观经济相关性分析

8.2 中国保健酒行业社会（Society）环境分析

8.2.1 中国保健酒行业社会环境分析

8.2.2 社会环境对保健酒行业发展的影响总结

8.3 中国保健酒行业政策（Policy）环境分析

8.3.1 国家层面保健酒行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）

1、国家层面保健酒行业政策汇总及解读

2、国家层面保健酒行业规划汇总及解读

8.3.2 31省市保健酒行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）

1、31省市保健酒行业政策规划汇总

2、31省市保健酒行业发展目标解读

8.3.3 国家重点规划/政策对保健酒行业发展的影响

1、国家“十四五”规划对保健酒行业发展的影响

2、“碳达峰、碳中和”战略对保健酒行业发展的影响

8.3.4 政策环境对保健酒行业发展的影响总结

8.4 中国保健酒行业SWOT分析（优势/劣势/机会/威胁）

第9章：中国保健酒行业市场前景及发展趋势分析

9.1 中国保健酒行业发展潜力评估

9.2 中国保健酒行业未来关键增长点分析

9.3 中国保健酒行业发展前景预测（未来5年数据预测）

9.4 中国保健酒行业发展趋势预判（疫情影响等）

第10章：中国保健酒行业投资战略规划策略及建议

10.1 中国保健酒行业进入与退出壁垒

10.1.1 保健酒行业进入壁垒分析

10.1.2 保健酒行业退出壁垒分析

10.2 中国保健酒行业投资风险预警

10.3 中国保健酒行业投资机会分析

10.3.1 保健酒产业链薄弱环节投资机会

10.3.2 保健酒行业细分领域投资机会

10.3.3 保健酒行业区域市场投资机会

10.3.4 保健酒产业空白点投资机会

10.4 中国保健酒行业投资价值评估

10.5 中国保健酒行业投资策略与建议

图表目录

图表1：保健酒的概念&定义

图表2：《国民经济行业分类与代码》中本报告研究行业归属

图表3：保健酒的性质&特征

图表4：保健酒VS药酒VS露酒（养生酒）

图表5：保健酒行业分类

图表6：本报告研究范围界定

图表7：中国保健酒行业监管体系结构图

图表8：中国保健酒行业主管部门&行业协会&自律组织机构职能

图表9：保健酒行业标准体系框架&建设进程（国家/地方/行业/团体/企业标准）

图表10：中国保健酒行业现行&即将实施标准汇总

图表11：中国保健酒行业重点标准影响解读

图表12：本报告权威数据资料来源汇总

图表13：本报告的主要研究方法&统计标准说明

图表14：中国保健酒行业发展历程

图表15：保健酒行业科研投入状况（研发力度&强度）

图表16：保健酒行业技术路线&工艺改进

图表17：保健酒行业技术支持&流程优化

图表18：保健酒行业科研力度&科研强度

图表19：保健酒行业科研创新&成果转化

图表20：保健酒行业关键技术&最新进展

图表21：中国保健酒行业市场主体类型（投资/经营/服务/中介主体）

图表22：中国保健酒行业企业入场方式（自建/并购/战略合作等）

图表23：中国保健酒行业市场主体数量

图表24：中国保健酒注册/在业/存续企业

图表25：中国保健酒行业市场供给状况

图表26：中国保健酒行业市场需求状况

图表27：中国保健酒行业市场规模体量分析

图表28：中国保健酒行业市场发展痛点分析

图表29：中国保健酒行业竞争者入场进程

图表30：中国保健酒行业竞争者区域分布热力图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202407/463843.html>