

2016-2022年中国保健酒市 场全景调查与前景趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国保健酒市场全景调查与前景趋势报告》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.abaogao.com/b/baijiu/006189Y88Y.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

目前，保健酒企业规模小、行业缺少统一的技术标准，且生产工艺差异较大。不少企业还在采取传统的浸泡工艺，容易导致产品存在安全和功能隐患，不利于消费者的健康，而且产品同质化现象很严重。综合来看，当下行业企业缺乏自律以及各类乱象造成了保健酒市场处于无序竞争状态。

相比于白酒、啤酒、葡萄酒领域行业企业之间的规模差距，保健酒行业企业之间不可谓不大。在保健酒领域，虽然也有竹叶青、泸州老窖养生酒业、茅台保健酒等名优品牌，但是没有一个能与劲酒抗衡。

数据显示：截至2016年5月25日（下同），我国共批准了559个保健酒，其中国产保健酒为558个，进口保健酒为1个。

2016年5月中国获得批文的保健酒数量资料来源：公开资料整理

作为一个成长型的行业，中国的保健酒市场竞争还处于初期阶段，跑马圈地的运动不免造成产品的极大浪费，众多中小企业陷入了同质化竞争的怪圈。对此，专家分析，保健酒企业要通过产品创新、技术创新和服务创新来争取市场份额。

所谓产品创新，是指在保健酒的口感、色泽、包装、促销等方式上大胆突破、准确定位、形成差异化，以区隔同类对手。众所周知，产品的口味是打开市场不可忽视的因素之一。保健酒就是“保健+酒”的组合，“酒”仅仅是保健的载体，“保健”才是消费者最关注的，因此，保健酒的消费场所应该以家庭消费为主导。而目前市场上已有的保健酒品牌的口味都不太适合家庭聚饮，从而阻碍了保健酒的市场推广。因此，酒体本身要适应市场需求，在配方、酒基、提取、勾兑、稳定性等各方面突出产品的独到之处，凭借优良的产品质量树立可信赖的品牌形象。

在包装方面，保健酒包装一定要精美。专家称，精美不是奢华，而是要从瓶型、标签、外盒上迎合消费者感官愉悦的需求。据一位纸盒包装生产企业的老总介绍，保健酒的包装跟白酒、红酒的包装有着鲜明的特征区别，保健酒包装会采用一些中药材的图形，而且色彩搭配上讲究以暖色系为主等，进行这样的设计也是为了紧扣保健酒“营养保健、滋补养生”的诉求。

所谓技术创新，就是突破过去陈旧的思维模式，借助现代科学技术，刷新行业竞争的游戏规则。目前，市场上大部分保健酒都是依据中医流传下来的模糊的“药酒秘方”制成，而日新月异的生物技术，为研究优质的保健酒提供了无限可能。借助现代科学技术，不但有利于保健酒企业提高产品品质，还能设置产品的跟进门槛。

同时，在众多的同质化产品中，服务是推广的最大卖点，也是核心竞争优势，因此保健酒企业要跟踪顾客的需求变化，通过“专家+专卖+专柜”的方式，强调产品科技领先、品质优越，不断打造品牌兴奋点，这样才能维系顾客。

总之，作为保健酒企业，如何在观念、形态、认知、定位上赋予产品一个全新的诉求，然后再给予消费者正确的引导，是接下来应该努力的方向。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国保健酒市场全景调查与前景趋势报告》共十章。首先介绍了中国保健酒行业市场发展环境、中国保健酒整体运行态势等，接着分析了中国保健酒行业市场运行的现状，然后介绍了中国保健酒市场竞争格局。随后，报告对中国保健酒做了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。

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。

报告目录：

第一章 保健酒行业发展回顾	14
1.1 保健酒行业定义	14
1.2 中国保健酒行业发展回顾	16
1.3 世界保健酒行业发展回顾	18
1.4“互联网+”的相关概述	
1.4.1“互联网+”的提出	
1.4.2 “互联网+”的内涵	
1.4.3 “互联网+”的发展	
1.4.4 “互联网+”的评价	
1.4.5 “互联网+”的趋势	
1.5 电子商务相关概念简述	
1.5.1 电子商务定义及发展模式分析	
1.5.2 中国电子商务行业政策现状	
1.6 中国电子商务行业发展现状	
1.6.1 中国电子商务整体监测数据	
1.6.1.1 2011-2016年中国电子商务交易规模	

- 1.6.1.2 2011-2016年中国电子商务从业人数
- 1.6.2 中国B2B 电子商务监测数据
 - 1.6.2.1 2011-2016年中国B2B 电子商务交易规模
 - 1.6.2.2 2011-2016年中国B2B 电子商务服务商市场营收
 - 1.6.2.3 2015年中国B2B 电子商务服务商市场份额
 - 1.6.2.4 2015年中国B2B 电子商务服务商融资规模
 - 1.6.2.5 2016年中国B2B 电子商务市场趋势
- 1.6.3 跨境电商监测数据
 - 1.6.3.1 2011-2016年中国跨境电商交易规模
 - 1.6.3.2 2010-2015年中国跨境电商进出口交易规模比例
 - 1.6.3.3 2010-2015年中国跨境电商交易规模模式结构
 - 1.6.3.4 中国跨境进口电商三个阶段
 - 1.6.3.5 跨境进口电商主要类型对比
 - 1.6.3.6 市场趋势
- 1.6.4 网络零售监测数据
 - 1.6.4.1 2011-2016年中国网络零售交易规模
 - 1.6.4.2 2014-2015年网络零售市场销售额占比
 - 1.6.4.3 2015年中国网络零售市场份额
 - 1.6.4.4 2011-2016年中国网络规模占社会消费品零售总额比例
 - 1.6.4.5 2011-2016年中国网购用户规模
 - 1.6.4.6 2011-2016年中国移动网购交易规模
 - 1.6.4.7 农村网购市场规模
- 1.6.5 保健酒电商市场现状及建设情况
 - 1.6.5.1 保健酒电商总体开展情况
 - 1.6.5.2 保健酒电商案例分析
 - 1.6.5.3 保健酒电商平台分析（自建和第三方网购平台）
- 1.6.6 保健酒电商行业未来前景及趋势预测
 - 1.6.6.1 保健酒电商市场规模预测分析
 - 1.6.6.2 保健酒电商发展前景分析

第二章 中国保健酒行业经济 政策 技术环境分析 22

2.1 中国保健酒行业经济环境分析 22

2.1.1 GDP	22
2.1.2 工业形态	23
2.1.3 固定资产投资增长情况	26
2.1.4 进出口变化情况	30
2.1.5 存贷款利率调整	33
2.2 国家十三五规划解读	35
2.2.1 加快转变经济发展方式，开创科学发展新局面	35
2.2.2 坚持扩大内需战略，保持经济平稳较快发展	40
2.2.3 推进农业现代化，加快社会主义新农村建设	41
2.2.4 发展现代产业体系，提高产业核心竞争力	43
2.2.5 促进区域协调发展，积极稳妥推进城镇化	45
2.3 中国保健酒行业政策环境分析	47
2.3.1 中国保健酒行业相关国家政策分析	47
2.3.2 中国保健酒行业相关国家标准分析	47
2.4 中国保健酒行业技术环境分析	48
2.4.1 国际保健酒行业技术发展分析	48
2.4.2 国内保健酒行业技术现状分析	48
第三章 2016-2022年中国保健酒行业发展状况分析与预测	50
3.1 2015-2016年中国保健酒行业产销情况分析	50
3.1.1 2015-2016年中国保健酒行业生产情况分析	50
3.1.2 2015-2016年中国保健酒行业重点省市生产情况分析	51
3.1.3 2015-2016年中国保健酒行业生产情况集中度分析	51
3.1.4 2015-2016年中国保健酒行业需求情况分析	52
3.2 2016-2022年中国保健酒行业产销情况预测	52
3.2.1 2016-2022年中国保健酒行业生产情况预测	52
3.2.2 2016-2022年中国保健酒行业需求情况预测	53
3.3 2015-2016年中国保健酒行业财务能力分析	54
3.3.1 保健酒行业盈利能力分析	54
3.3.2 保健酒行业偿债能力分析	54
3.3.3 保健酒行业营运能力分析	55
3.3.4 保健酒行业发展能力分析	56

第四章 2015-2016年中国保健酒行业区域市场运行状况分析 58

4.1 2015-2016年保健酒行业区域结构分析 58

4.2 2015-2016年华东地区保健酒行业市场运行状况分析 58

4.3 2015-2016年华南地区保健酒行业市场运行状况分析 59

4.4 2015-2016年华北地区保健酒行业市场运行状况分析 59

4.5 2015-2016年华中地区保健酒行业市场运行状况分析 60

4.6 2015-2016年东北地区保健酒行业市场运行状况分析 61

4.7 2015-2016年西南地区保健酒行业市场运行状况分析 61

4.8 2015-2016年西北地区保健酒行业市场运行状况分析 62

第五章 2016-2022年中国保健酒行业进出口现状及预测 63

5.1 2015-2016年中国保健酒行业进出口现状分析 63

5.1.1 2015-2016年中国保健酒行业进口现状分析 63

5.1.2 2015-2016年中国保健酒行业出口现状分析 63

5.2 2016-2022年中国保健酒行业进出口预测 64

5.2.1 2016-2022年中国保健酒行业进口预测 64

5.2.2 2016-2022年中国保健酒行业出口预测 65

5.3 中国保健酒行业进出口风险分析 65

第六章 2015-2016年中国保健酒行业市场价格分析及预料 66

6.1 2015-2016年中国保健酒行业市场价格走势分析 66

6.2 2016-2022年中国保健酒行业市场价格变化趋势预测 66

第七章 2015-2016年中国保健酒相关行业发展现状 67

7.1 中国保健酒相关上游行业发展分析 67

7.2 中国保健酒相关下游行业发展分析 72

第八章 近三年中国保健酒行业重点企业分析 78

8.1 公司一 78

8.1.1 企业简介 78

8.1.2 企业主营业务 78

8.1.3	2015-2016年企业财务及经营状况分析	81
8.1.4	未来发展趋势	86
8.2	公司二	87
8.2.1	企业简介	87
8.2.2	企业主营业务	87
8.2.3	2015-2016年企业财务及经营状况分析	88
8.2.4	未来发展趋势	94
8.3	公司三	94
8.3.1	企业简介	94
8.3.2	企业主营业务	95
8.3.3	2015-2016年企业财务及经营状况分析	95
8.3.4	未来发展趋势	102
8.4	公司四	103
8.4.1	企业简介	103
8.4.2	企业主营业务	103
8.4.3	2015-2016年企业财务及经营状况分析	104
8.4.4	未来发展趋势	111
8.5	公司五	112
8.5.1	企业简介	112
8.5.2	企业主营业务	112
8.5.3	2015-2016年企业财务及经营状况分析	113
8.5.4	未来发展趋势	120
8.6	公司六	121
8.6.1	企业简介	121
8.6.2	企业主营业务	122
8.6.3	2015-2016年企业财务及经营状况分析	122
8.6.4	未来发展趋势	129

第九章 中国保健酒行业营销调查分析 131

9.1 中国保健酒行业营销模式调查 131

9.1.1 直销 131

9.1.2 代理经销 133

9.1.3 国际贸易	135
9.1.4 网络模式	135
9.2 中国保健酒行业销售终端竞争调查	136
9.2.1 广告宣传	136
9.2.2 促销活动	137
9.2.3 价格竞争	137
9.3 中国保健酒行业不同客户购买相关的态度及影响分析	138
9.3.1 价格影响程度分析	138
9.3.2 购买方便影响分析	139
9.3.3 广告影响程度分析	139
9.3.4 包装影响程度分析	140

第十章 2016-2022年中国保健酒行业投资风险及前景预测 141

10.1 2016-2022年中国保健酒行业投资风险分析	141
10.1.1 现有企业间的竞争	141
10.1.2 潜在进入者分析	141
10.1.3 替代品威胁分析	143
10.1.4 供应商议价能力	143
10.1.5 客户议价能力	144
10.2 2016-2022年中国保健酒行业市场前景预测	144
10.2.1 2016-2022年中国保健酒行业产能 产量预测	144
10.2.2 2016-2022年中国保健酒行业需求量预测	145
10.3 ZY LZG研究结论及建议	145

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：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测

图表：保健酒行业产业链

图表：2011-2015年我国保健酒行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国保健酒行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国保健酒行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国保健酒行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国保健酒行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国保健酒行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国保健酒行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国保健酒行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国保健酒行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国保健酒行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年保健酒行业市场供给

图表：2011-2015年保健酒行业市场需求

图表：2011-2015年保健酒行业市场规模

图表：保健酒所属行业生命周期判断

图表：保健酒所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国保健酒行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国保健酒行业供给预测

图表：2016-2022年中国保健酒行业需求预测

图表：2016-2022年中国保健酒行业价格指数预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/006189Y88Y.html>