

# 2010-2015年中国保健酒行业深度评估及投资发展分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2010-2015年中国保健酒行业深度评估及投资发展分析报告》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/qitashipin/L85043LKL7.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

[b]2010-2015年中国[b]保健酒[/b]行业深度评估及投资发展分析报告 内容介绍：[/b]

本报告主要依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家农业部、国务院发展研究中心、国家信息中心、中国保健品行业发展概述[/b]

### 第一节 保健酒行业概述

- 一、保健酒的定义
- 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

### 第二节 保健酒行业投资特性

- 一、市场成长阶段
- 二、竞争情况分析
- 三、保健酒的资源、技术及研发能力
- 四、保健酒投资的技术和资金壁垒

### 第三节 中国酿酒业发展分析

- 一、2009年酿酒行业发展情况分析
- 二、2009年酿酒行业的景气度分析
- 三、2009年酿酒行业产量及进出口
- 四、2009年酿酒行业发展趋势分析

## [b]第二章 保健酒发展趋势

### 第四节 黄酒发展分析

- 一、中国黄酒行业竞争分析[/b]

#### 第一节 2009年保健酒行业竞争分析

- 一、保健酒行业发展形势分析
- 二、保健酒主要品牌发展分析
- 三、2009年保健酒行业竞争分析
- 四、2009年保健酒市场竞争预测

#### 第二节 2009年保健酒行业竞合分析

- 一、2009年保健酒市场格局分析
- 二、2009年保健酒三巨头的情况

#### 第三节 2008-2009年保健酒市场新进情况

一、2008年“黄金酒”进入市场情况

二、2009年白酒企业的进入情况

#### 第四节 保健酒行业品牌发展分析

一、保健酒行业首批中国名牌

二、保健酒品牌市场表现情况

三、成功保健酒品牌营销策略

#### [b]第七章 保健酒重点企业分析[/b]

##### 第一节 劲牌有限公司

一、企业概况

二、产品品牌

三、技术改造

四、2009年发展状况

##### 第二节 海南椰岛股份有限公司

一、企业概况

二、品牌发展

三、2008-2009年财务分析

四、2009年经营状况

##### 第三节 浙江致中和酒业有限公司

一、企业概况

二、营销及公关

三、品牌发展

四、2009年投资情况

##### 第四节 烟台张裕集团有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年财务分析

三、保健酒业务发展

四、2009年经营状况

##### 第五节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

一、企业概况

二、杏花村“竹叶青”

三、2008-2009年财务分析

四、2009年经营状况

## 第六节 五粮液集团保健酒有限责任公司

### 一、企业概况

### 三、2008-2009年财务分析

### 四、2009年经营状况

### 四、2009年保健酒发展

## 第七节 贵州茅台酒厂集团保健酒业有限公司

### 一、企业概况

### 三、2008-2009年财务分析

### 四、2009年经营状况

### 四、2009年保健酒发展

## 第八节 宁夏香山酒业发展趋势

### 一、功能细分趋势分析

### 二、口感优化趋势分析

### 三、品牌升级趋势分析

### 四、监管加强趋势分析

### 五、企业集中趋势分析

## [b]第九章 2010-2015年保健酒发展策略分析[/b]

### 第一节 保健酒的市场机会与盈利模式

#### 一、保健酒的市场容量

#### 二、保健酒的市场潜力

#### 三、独特的市场机会

#### 四、弱势企业的盈利理由

#### 五、保健酒的盈利模式推荐

### 第二节 二线保健酒冲出区域市场策略

#### 一、突破的前提

#### 二、突破的策略

### 第三节 保健酒市场竞争策略分析

#### 一、品牌差异化

#### 二、产品卖点差异化

#### 三、渠道创新

#### 四、传播创新

#### 五、服务创新

## 六、事件营销

### 附录

附录一：《保健食品管理办法》

附录二：《保健食品注册管理办法（试行）》

附录三：《中华人民共和国食品卫生法》

附录四：《药品GMP认证管理办法》

### 图表目录

图表：国内知名保健酒品牌(知名保健酒品牌市场考察)市场份额统计

图表：2008年2-12月饮料酒产量及增长率全国合计

图表：2009年2-12月饮料酒产量及增长率全国合计

图表：曾经饮用过保健酒的消费者比例统计（按年龄阶段分）

图表：消费者对保健酒的认知

图表：消费者对保健酒的认知渠道

图表：消费者对保健酒的品牌认同

图表：保健酒的消费者购买渠道分析

图表：保健酒消费者关注因素分析

图表：保健酒的消费者信任因素分析

图表：保健酒的消费者口感选择

图表：消费者对保健酒的容量选择

图表：不同年龄段的消费者对保健酒的功效需求

图表：消费者对保健酒的功效需求

图表：保健酒的消费者购买动机分析

图表：2008年2-12月发酵酒精产量及增长率全国合计

图表：2009年2-12月发酵酒精产量及增长率全国合计

图表：2008年2-12月啤酒产量及增长率全国合计

图表：2009年2-12月啤酒产量及增长率全国合计

图表：2008年2-12月葡萄酒产量及增长率全国合计

图表：2009年2-12月葡萄酒产量及增长率全国合计

图表：2009-2010年中国保健品(保健品市场分析)市场规模预测

图表：目前保健酒数量及市场份额

图表：2001-2010年保健酒行业销售总额增长

图表：2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司每股指标

图表：2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司获利能力

图表：2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司经营能力

图表：2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司偿债能力

图表：2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司资本结构

图表：2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司发展能力

图表：2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司现金流量

图表：2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司主营业务收入

图表：2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司主营业务利润

图表：2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司营业利润

图表：2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司利润总额

图表：2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司净利润

图表：2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司每股指标

图表：2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司获利能力

图表：2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司经营能力

图表：2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司偿债能力

图表：2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司资本结构

图表：2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司发展能力

图表：2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量

图表：2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司主营业务收入

图表：2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司主营业务利润

图表：2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司营业利润

图表：2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司利润总额

图表：2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司净利润

图表：2008-2009年山西杏花村汾酒厂股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年山西杏花村汾酒厂股份有限公司每股指标

图表：2008-2009年山西杏花村汾酒厂股份有限公司获利能力

图表：2008-2009年山西杏花村汾酒厂股份有限公司经营能力

图表：2008-2009年山西杏花村汾酒厂股份有限公司偿债能力

图表：2008-2009年山西杏花村汾酒厂股份有限公司资本结构

图表：2008-2009年山西杏花村汾酒厂股份有限公司发展能力

图表：2008-2009年山西杏花村汾酒厂股份有限公司现金流量

图表：2008-2009年山西杏花村汾酒厂股份有限公司主营业务收入

图表：2008-2009年山西杏花村汾酒厂股份有限公司主营业务利润

图表：2008-2009年山西杏花村汾酒厂股份有限公司营业利润

图表：2008-2009年山西杏花村汾酒厂股份有限公司利润总额

图表：2008-2009年山西杏花村汾酒厂股份有限公司净利润

图表：2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司每股指标

图表：2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司获利能力

图表：2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司经营能力

图表：2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司偿债能力

图表：2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司资本结构

图表：2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司发展能力

图表：2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司现金流量

图表：2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司主营业务收入

图表：2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司主营业务利润

图表：2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司营业利润

图表：2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司利润总额

图表：2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司净利润

图表：2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司每股指标

图表：2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司获利能力

图表：2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司经营能力

图表：2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司偿债能力

图表：2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司资本结构

图表：2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司发展能力

图表：2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司现金流量

图表：2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司主营业务收入

图表：2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司主营业务利润

图表：2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司营业利润

图表：2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司利润总额

图表：2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司净利润



图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司主营构成

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司每股指标

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司获利能力

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司经营能力

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司偿债能力

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司资本结构

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司发展能力

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司现金流量

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司主营业务收入

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司主营业务利润

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司营业利润

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司利润总额

图表：2008-2009年上海交大昂立股份有限公司净利润

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qitashipin/L85043LKL7.html>