

2010-2013年中国保健酒市 场运行态势与战略投资前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2010-2013年中国保健酒市场运行态势与战略投资前景分析报告》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/putaojiu/O11651C3XA.html>

报告价格：纸质版：6500元 电子版：6800元 纸质+电子版：7000元

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]2010-2013年中国[b]保健酒[/b]市场运行态势与战略投资前景分析报告 内容介绍：[/b]

[b]第一章 保健酒的相关定义[/b]

第一节 医药的介绍

- 一、医药的特点与分类
- 二、医药发展的三个阶段
- 三、深度分析保健食品的功能开发
- 四、保健食品与一般食品、药品的区别

第二节 保健酒简述

- 一、酒在医疗保健中产生的作用
- 二、保健酒和药酒之间的异同点
- 三、保健酒的保健功能和经济效益
- 四、保健酒酿造的悠久历程

[b]第二章 2009年中国保健酒产业运行环境解析[/b]

第一节 2009年保健酒行业宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国汇率调整分析
- 三、中国CPI指数分析
- 四、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

第二节 2009年保健酒行业运行社会环境分析

- 一、2009年全国居民收入情况分析
- 二、2009年全国社会消费品零售总额
- 三、2009年全国百家重点大型零售企业销售情况
- 四、2009年全国居民消费价格分析

第三节 2009年保健酒行业运行政策环境分析

- 一、医药产业深陷政策的泥潭
- 二、新规引起保健酒企业的强烈反应
- 三、国家政策支持保健酒的发展
- 四、保健酒批准文号的变更
- 五、GMP认证与保健酒

[b]第三章 2009年中国保健酒发展进入快车道

二、国内保健酒主要品牌的表现分析

三、中国保健酒行业发展形势预测

第二节 葡萄酒

一、宏观经济对中国葡萄酒业的影响研究

二、中国葡萄酒制造发展引擎

五、中国黄酒制造发展的四个阶段

二、微利竞争推动中国啤酒业加速洗牌

三、中国啤酒制造行业五强

第二节 2009年保健酒主流品牌的竞争分析

一、名牌战略引导保健酒业竞争

二、保健酒市场六大品牌的激烈竞争

三、保健酒各大品牌的圈地运动

四、椰岛鹿龟酒与劲酒的竞合发展

五、贵州茅台:发力保健酒市场

六、劲牌抢占保健酒行业制高点

第三节 2009年中国保健酒的竞争策略探析

第四节 2010-2013年中国保健酒的竞争趋势探析

[b]第九章 2010-2013年中国保健酒的发展前景展望与趋势预测[/b]

第一节 2010-2013年中国保健酒行业的发展趋势探析

一、中国保健酒的未来发展趋势分析

二、保健酒包装趋势分析

三、保健酒将发展成为传统酒业里的朝阳产业

四、环保成保健酒行业未来投资新亮点

第二节 2010-2013年中国保健酒行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、信誉风险分析

第四节 2010-2013年中国保健酒业投资战略分析

一、对我国保健酒品牌的战略思考

二、二线保健酒冲出区域市场策略

[b]图表目录：[/b]

图表：中国GDP分析

图表：中国汇率调整分析

图表：中国CPI指数分析

图表：中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

图表：全国居民收入情况分析

图表：全国社会消费品零售总额

图表：中国医药行业的发展历程表

图表：保健食品的广告宣传情况

图表：2008年中国医药企业投资规模图

图表：2008年1-12月各地区或国家中成药出口按金额排序

图表：2008年1-12月各地区或国家医药出口金额排序

图表：2008年中国医药医药进(医药医药进出口数据)出口统计一览

图表：2008年中国出口主要目标(出口主要目标市场分析)市场分布

图表：2008年中国大类(大类出口数据)出口产品增长比较

图表：酒类发展趋势对比表

图表：保健酒销售排名

图表：购买时最重要的因素

图表：消费者一次购买保健酒的数量

图表：保健酒消费者的购买场所

图表：消费者购买保健酒的途径

图表：2006-2009年海南椰岛主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年海南椰岛净利润增长趋势图

图表：2006-2009年海南椰岛利润率走势图

图表：2006-2009年海南椰岛成长能力指标表

图表：2006-2009年海南椰岛经营能力指标表

图表：2006-2009年海南椰岛盈利能力指标表

图表：2006-2009年海南椰岛偿债能力指标表

图表：2006-2009年交大昂立主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年交大昂立净利润增长趋势图

图表：2006-2009年交大昂立利润率走势图

图表：2006-2009年交大昂立成长能力指标表

图表：2006-2009年交大昂立经营能力指标表

图表：2006-2009年交大昂立盈利能力指标表
图表：2006-2009年交大昂立偿债能力指标表
图表：2006-2009年张裕集团主营业务收入增长趋势图
图表：2006-2009年张裕集团净利润增长趋势图
图表：2006-2009年张裕集团利润率走势图
图表：2006-2009年张裕集团成长能力指标表
图表：2006-2009年张裕集团经营能力指标表
图表：2006-2009年张裕集团盈利能力指标表
图表：2006-2009年张裕集团偿债能力指标表
图表：浙江致中和酒业有限公司销售收入情况
图表：浙江致中和酒业有限公司盈利指标情况
图表：浙江致中和酒业有限公司盈利能力情况
图表：浙江致中和酒业有限公司资产运行指标状况
图表：浙江致中和酒业有限公司资产负债能力指标分析
图表：浙江致中和酒业有限公司成本费用构成情况
图表：劲牌有限公司销售收入情况
图表：劲牌有限公司盈利指标情况
图表：劲牌有限公司盈利能力情况
图表：劲牌有限公司资产运行指标状况
图表：劲牌有限公司资产负债能力指标分析
图表：劲牌有限公司成本费用构成情况
图表：.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/O11651C3XA.html>