

2009-2013年中国保健酒市 场动态及发展战略研究报告

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

《2009-2013年中国保健酒市场动态及发展战略研究报告》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.abaogao.com/b/putaojiu/W91894IB1T.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]2009-2013年中国[b]保健酒[/b]市场动态及发展战略研究报告 内容介绍：[/b]

[b]第一章 保健酒产业相关概述[/b]

第一节 健品的介绍

- 一、医药的定义
- 二、医药的分类
- 三、医药的特点
- 四、医药产生的原因
- 五、医药发展的三个阶段

第二节 保健酒的概述

- 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2008-2009年中国保健酒产业经济与社会环境分析[/b]

第一节2008-2009年经济发展环境分析

- 一、2008年我国宏观经济运行分析
- 二、2009年我国宏观经济运行情况
- 三、2009-2013年我国宏观经济形势分析
- 四、2009-2013年投资趋势及其影响预测

第二节2008-2009年中国社会发展环境分析

- 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 2009-2013年中国保健酒产业投资政策环境分析

- 一、保健酒的总体政策环境分析
- 二、保健酒批准文号的变更
- 三、GMP认证与保健酒

[b]第三章 2008-2009年中国医药产业运行形势分析[/b]

第一节2008-2009年中国医药发展态势分析

- 一、中国医药行业发展应注重的方面
- 二、中国医药发展的法律对策
- 三、医药行业需要创新渠道发展市场
- 四、医药医药发展的策略

[b]第四章 2008-2009年中国保健酒发展趋势

- 一、国内保健酒品牌营销力度将加强
- 二、保健酒行业的营销发展新意呈现

[b]第七章 2006-2009年中国保健酒等其他酒制造行业规模以上企业经济运行数据监测[/b]

第一节 2005-2009年（按季度更新）中国保健酒等其他酒制造行业数据监测回顾

- 一、竞争企业数量
- 二、亏损面情况
- 三、市场销售额增长
- 四、利润总额增长
- 五、投资资产增长性
- 六、行业从业人数调查分析

第二节 2005-2009年（按季度更新）中国保健酒等其他酒制造行业投资价值测算

- 一、销售利润率
- 二、销售毛利率
- 三、资产利润率
- 四、未来5年保健酒等其他酒制造盈利能力预测

第三节 2005-2009年（按季度更新）中国保健酒等其他酒制造行业产销率调查

- 一、工业总产值
- 二、工业销售产值
- 三、产销率调查
- 四、未来5年保健酒等其他酒制造产品产销衔接预测

第四节 2005-2009年（按季度更新）保健酒等其他酒制造出口交货值数据

- 一、出口交货值增长
- 二、出口交货值占工业产值的比重

[b]第八章 2008-2009年中国保健酒行业五强

第二节2008-2009年中国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、保健酒市场的竞争出路分析

第三节2008-2009年中国保健酒的竞争策略探析

一、定位策略

二、产品策略

三、价格策略

四、分销策略

五、广告、宣传、促销策略

[b]第九章 2008-2009年中国保健酒主要品牌企业运行态势分析[/b]

第一节 海南椰岛

一、浅析椰岛鹿龟酒营销的六大法宝

二、椰岛鹿龟酒巨资铸造中国首家保健酒GMP认证

三、椰岛鹿龟酒进入酿酒食品行业前十名

第二节 交大昂立

一、交大昂立成为保健食品行业发展的领头羊

二、交大昂立新产品的营销策略铸造利润第三极

第三节 浙江致中和

一、致中和构造渠道战略发展联盟

二、致中和的发展概况

第四节 劲牌公司

一、创新成为劲牌发展的不竭动力

二、劲牌从量变到质变的发展历程

三、劲酒企业的成功经验探析

[b]第十章2008-2009年中国保健酒产业优势企业财务数据分析[/b]

第一节海南椰岛行业循环发展的关键

六、全球金融危机下的中国白酒业

七、未来国内白酒行业发展形势预测

八、未来中国白酒行业的发展回顾

三、葡萄酒行业的发展热点分析

四、葡萄酒业的焦点回顾

五、2008年中国执行葡萄酒新国标

六、中国葡萄酒产业的发展趋势分析

第三节 黄酒

一、黄酒的概述

二、2007年中国黄酒业指数攀升

三、消费升级点燃中国黄酒发展引擎

四、黄酒行业走出低迷困境的对策

五、高档黄酒在政策支持下市场增长空间大

第四节 啤酒

一、中国啤酒产销量连续4年处于世界首位

二、中国啤酒业发展机遇与挑战分析

三、国内啤酒产业面临原材料涨价的压力

四、未来中国啤酒行业发展趋势预测

五、中国啤酒业的营销模式以及发展前景

[b]第十二章 2009-2013年中国保健酒的发展前景预测分析[/b]

第一节 2009-2013年中国保健酒行业的发展趋势

一、中国保健酒的未来发展趋势分析

二、未来五年保健酒业发展走向

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 2009-2013年中国保健酒行业的发展历程表

图表 保健食品的广告宣传情况

图表 2007年中国医药企业投资规模图

图表 2007年1-12月各地区或国家中成药出口按金额排序

图表 2007年1-12月各地区或国家医药出口金额排序

图表 2007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 2007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 2007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 后非典时期保健酒市场SWOT分析

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 2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2009年海南椰岛(集团)股份有限公司成长能力分析

图表 2008-2009年上海交大昂立股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2009年上海交大昂立股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2009年上海交大昂立股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2009年上海交大昂立股份有限公司成长能力分析

图表 2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司成长能力分析

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盈利能力情况

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成本费用构成情况

图表 山西杏花村汾酒厂股份有限公司盈利指标情况

图表 山西杏花村汾酒厂股份有限公司资产运行指标状况

图表 山西杏花村汾酒厂股份有限公司资产负债能力指标分析

图表 山西杏花村汾酒厂股份有限公司盈利能力情况

图表 山西杏花村汾酒厂股份有限公司销售收入情况

图表 山西杏花村汾酒厂股份有限公司成本费用构成情况

图表 五粮液集团保健酒有限责任公司盈利指标情况

图表 五粮液集团保健酒有限责任公司资产运行指标状况

图表 五粮液集团保健酒有限责任公司资产负债能力指标分析

图表 五粮液集团保健酒有限责任公司盈利能力情况

图表 五粮液集团保健酒有限责任公司销售收入情况

图表 五粮液集团保健酒有限责任公司成本费用构成情况

图表 宁夏香山酒业(集团)有限公司盈利指标情况
图表 宁夏香山酒业(集团)有限公司资产运行指标状况
图表 宁夏香山酒业(集团)有限公司资产负债能力指标分析
图表 宁夏香山酒业(集团)有限公司盈利能力情况
图表 宁夏香山酒业(集团)有限公司销售收入情况
图表 宁夏香山酒业(集团)有限公司成本费用构成情况
图表 劲牌有限公司盈利指标情况
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 劲牌有限公司盈利能力情况
图表 劲牌有限公司销售收入情况
图表 劲牌有限公司成本费用构成情况
图表 香港展生集团盈利指标情况
图表 香港展生集团资产运行指标状况
图表 香港展生集团资产负债能力指标分析
图表 香港展生集团盈利能力情况
图表 香港展生集团销售收入情况
图表 香港展生集团成本费用构成情况
图表 略。。。。。

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/W91894IB1T.html>