

中国保健酒市场销售现状与竞争前景分析报告2021-2026年

产品名称	中国保健酒市场销售现状与竞争前景分析报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国保健酒市场销售现状与竞争前景分析报告2021-2026年【报告编号】：326325【出版时间】：2021年2月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递
【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/326325.html>
免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

【报告目录】

第1章：中国保健酒行业研究背景1.1 ***行业定义及分类1.1.1 保健酒的定义1.1.2 保健酒的种类1.1.3 保健酒和药酒异同点分析1.2 保健酒行业产业链分析1.2.1 保健酒行业产业链简介1.2.2 保健酒行业下游流通链解析1.2.3 保健酒行业上游供应链分析（1）保健酒行业原料供应链分析（2）保健酒行业辅料供应链分析1.3 保健酒行业市场环境分析1.3.1 行业政策环境分析（1）国家政策支持保健酒的发展（2）新规引起保健酒行业分化（3）食品新规整治保健酒行业混乱（4）保健酒行业发展规划1.3.2 行业经济环境分析（1）国家宏观经济情况分析（2）宏观经济发展趋势预测（3）宏观经济环境与保健酒行业关系1.3.3 行业消费环境分析（1）居民收入情况分析（2）居民消费结构分析（3）居民消费信心分析（4）保健酒消费群体特征分析第2章：保健酒行业发展状况分析2.1 中国***行业发展状况分析2.1.1 中国***行业产销规模分析（1）生产规模（2）销售规模2.1.2 中国***行业发展特点2.1.3 ***行业经营效益分析2.2 中国保健酒行业发展状况分析2.2.1 中国保健酒行业发展历程2.2.2 中国保健酒行业发展特点2.2.3 中国保健酒行业发展影响因素（1）驱动因素（2）阻碍因碍2.2.4 保健酒行业市场规模分析第3章：保健酒行业市场竞争状况分析3.1 行业国内市场竞争状况分析3.1.1 国内保健酒行业竞争现状分析（1）行业内现有企业竞争分析（2）行业上游议价能力分析（3）行业下游议价能力分析（4）行业替代品威胁分析（5）行业新进入者威胁分析3.1.2 国内保健酒行业竞争现状分析（1）竞争格局（2）主要品牌发展状况3.1.3 国内保健酒行业竞争现状分析3.2 中国保健酒企业竞争策略3.2.1 市场研究与产品定位3.2.2 市场细分与市场定位（1）市场细分（2）产品定位3.3 行业投资兼并与重组整合分析3.3.1

行业投资并购概况3.3.2 行业投资并购特征3.3.3

行业投资并购趋势第4章：保健酒行业细分产品市场分析4.1 行业主要产品结构特征4.1.1

行业产品结构特征分析4.1.2 行业产品市场发展概况4.2 不同档次定位产品市场分析4.2.1 低档保健酒市场分析（1）低档保健酒品牌竞争状况（2）低档保健酒供需分析（3）低档保健酒价格走势（4）低档保健酒发展趋势4.2.2 中高档礼品保健酒市场分析（1）中高档保健酒品牌竞争状况（2）主要中高档保健酒供需分析（3）主要中高档保健酒价格走势（4）中高档保健酒市场发展趋势4.3

保健酒新产品发展趋势4.3.1 产品命名创新4.3.2 产品包装创新4.3.3 产品定位创新4.3.4

产品服务创新第5章：保健酒行业市场营销分析5.1 保健酒行业营销STP分析5.1.1

按购买者特征市场细分5.1.2 保健酒行业目标市场5.1.3 保健酒行业市场定位5.2

保健酒行业市场营销渠道分析5.2.1 保健酒的销售渠道发展概况5.2.2 保健酒的销售细分渠道分析（1）商超渠道（2）餐饮渠道（3）药店渠道（4）社区渠道（5）专卖店渠道（6）团购渠道（7）直供渠道（8）封闭渠道（9）夜场渠道5.2.3 中国保健酒营销渠道优劣势比较5.3

中国保健酒行业营销策略分析5.3.1 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5.3.2 中国保健酒营销策略问题5.3.3

中国保健酒营销策略建议5.4 中国保健酒行业市场营销案例分析5.4.1 劲牌保健酒市场营销分析5.4.2

粮液保健酒市场营销分析5.4.3 海南椰岛保健酒市场营销分析5.4.4

汾酒竹叶青市场营销分析第6章：保健酒行业主要企业生产经营分析6.1

保健酒企业发展总体状况分析6.2 保健酒行业重点企业个案分析6.2.1 劲牌有限公司经营情况分析（1）

企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业组织架构分析（4）企业产品结构及新产品动向（5）企业销售渠道与网络（6）企业经营优劣势分析（7）企业zui新发展动向分析6.2.2 海南椰岛（集团）股份有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）主要经济指标分析（3）企业盈利能力分析（4）企业运营能力分析（5）企业偿债能力分析（6）企业发展能力分析（7）企业组织架构分析（8）企业产品结构及新产品动向（9）企业销售渠道与网络（10）企业经营优劣势分析（11）企业投资兼并与重组分析（12）企业zui新发展动向分析6.2.3 广西柳州市古岭酒厂经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业组织架构分析（4）企业产品结构及新产品动向（5）企业销售渠道与网络（6）企业经营状况优劣势分析（7）企业zui新发展动向分析6.2.4 贵州茅台酒厂（集团）保健酒业有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业生产经营状况分析（3）企业组织架构分析（4）企业产品结构及新产品动向（5）企业销售渠道与网络（6）企业经营状况优劣势分析（7）企业zui新发展动向分析6.2.5 浙江致中和实业有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）

企业产品结构及新产品动向（4）企业销售渠道与网络（5）企业经营优劣势分析6.2.6 宜宾五粮液股份有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）主要经济指标分析（3）企业盈利能力分析（4）企业运营能力分析（5）企业偿债能力分析（6）企业发展能力分析（7）企业组织架构分析（8）企业产品结构及新产品动向（9）企业销售渠道与网络（10）企业经营优劣势分析（11）企业投资兼并与重组分析（12）企业zui新发展动向分析6.2.7 山西杏花村汾酒集团有限责任公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）主要经济指标分析（3）企业盈利能力分析（4）企业运营能力分析（5）企业偿债能力分析（6）企业发展能力分析（7）企业组织架构分析（8）企业产品结构及新产品动向（9）企业销售渠道与网络（10）企业经营优劣势分析（11）企业zui新发展动向分析6.2.8 烟台张裕集团有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）主要经济指标分析（3）企业盈利能力分析（4）企业运营能力分析（5）企业偿债能力分析（6）企业发展能力分析（7）企业组织架构分析（8）企业产品结构及新产品动向（9）企业销售渠道与网络（10）企业经营状况优劣势分析（11）企业zui新发展动向分析6.2.9 宁夏红枸杞产业集团有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业产品结构及新产品动向（4）企业销售渠道与网络（5）企业经营状况优劣势分析（6）企业zui新发展动向分析6.2.10

上海交大昂立股份有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）主要经济指标分析（3）企业盈利能力分析（4）企业运营能力分析（5）企业偿债能力分析（6）企业发展能力分析（7）企业组织架构分析（8）企业产品结构及新产品动向（9）企业销售渠道与网络（10）企业经营状况优劣势分析（11）企业zui新发展动向分析6.2.11 广东德庆无比养生酒业有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业产品结构及新产品动向（4）企业销售渠道与网络（5）企业经营状况优劣势分析6.2.12 山东颐阳酒业有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业产品结构及新产品动向（4）企业销售渠道与网络（5）企业经营优劣势分析6.2.13 山西鹿龟神酒业有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业产品结构及新产品动向（4）企业销售渠道与网络（5）企业经营优劣势分析6.2.14 湖南饮源制药有限公司经营情况分析（1）

企业发展简况分析（2）主要经济指标分析（3）企业盈利能力分析（4）企业运营能力分析（5）企业偿债能力分析（6）企业发展能力分析（7）企业组织架构分析（8）企业产品结构及新产品动向（9）企业销售渠道与网络（10）企业经营状况优劣势分析（11）企业zui新发展动向分析6.2.11 广东德庆无比养生酒业有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业产品结构及新产品动向（4）企业销售渠道与网络（5）企业经营状况优劣势分析6.2.12 山东颐阳酒业有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业产品结构及新产品动向（4）企业销售渠道与网络（5）企业经营优劣势分析6.2.13 山西鹿龟神酒业有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业产品结构及新产品动向（4）企业销售渠道与网络（5）企业经营优劣势分析6.2.14 湖南饮源制药有限公司经营情况分析（1）

企业发展简况分析(2)企业经营状况分析(3)企业组织架构分析(4)企业产品结构及新产品动向(5)企业销售渠道与网络(6)企业经营优劣势分析6.2.15 北京同仁堂股份有限公司经营情况分析(1)企业发展简况分析(2)主要经济指标分析(3)企业盈利能力分析(4)企业运营能力分析(5)企业偿债能力分析(6)企业发展能力分析(7)企业组织架构分析(8)企业产品结构及新产品动向(9)企业销售渠道与网络(10)企业经营状况优劣势分析(11)企业最新发展动向分析第7章：保健酒行业发展趋势分析与预测7.1 中国保健酒市场发展趋势7.1.1 中国保健酒市场发展趋势分析7.1.2 中国保健酒市场发展前景预测7.2 保健酒行业投资特性分析7.2.1 保健酒行业进入壁垒分析(1)技术壁垒(2)品牌壁垒(3)政策壁垒(4)渠道壁垒7.2.2 保健酒行业盈利模式分析(1)保健酒行业内竞争获利(2)从产业链获取利润(3)从顾客获取利润(4)扩大市场需求获取利润(5)合作竞争获取利润(6)保健酒的盈利模式推荐7.2.3 保健酒行业盈利因素分析7.3 中国保健酒行业投资建议7.3.1 保健酒行业投资风险分析(1)原材料价格波动风险(2)市场风险(3)行业内部竞争风险(4)政策风险7.3.2 中研智业保健酒行业投资建议图表目录图表1：保健酒种类及功效图表2：保健酒与药酒之间的异同图表3：保健酒行业产业链图图表4：2015-2020年***材综合200指数走势图图表5：2020年主要***材价格变化图图表6：2015-2020年我国粮食产量变化(单位：吨，%)图表7：2020年粮食消费量、进口量和产量对比图(单位：万吨，%)图表8：2015-2020年合肥国家粮食交易中心价格指数图图表9：2015-2020年我国玉米价格走势(单位：元/千克)图表10：2020年我国小麦价格走势(单位：元/吨)图表11：2015-2020年我国稻谷收购价格指数图图表12：国内外部分添加剂主流使用产品差异图图表13：2015-2020年药用蔗糖市场价格指数图图表14：2015-2020年药用蔗糖市场供应指数图图表15：支持保健酒行业发展的相关政策措施图图表16：保健酒行业发展规划图图表17：保健酒行业发展任务、方向及标准目标图图表18：2015-2020年中国国内生产总值变动情况(单位：亿元，%)图表19：2015-2020年中国农村居民人均纯收入及实际增长速度情况(单位：元，%)图表20：2015-2020年中国城市居民人均可支配收入及实际增长速度情况(单位：元，%)图表21：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况图图表22：马斯洛需求层次理论图图表23：2015-2020年消费者信心指数走势图图表24：2020年抽样调查人群年龄段分布图(单位：%)图表25：2020年抽样调查人群各年龄段饮用保健酒的比率分布图(单位：%)图表26：2020年消费者对保健酒认知调查(单位：%)图表27：2020年保健酒购买渠道调查(单位：%)图表28：2020年保健酒消费的关注因素(单位：%)图表29：2020年不同年龄段的消费者对保健酒的功效需求(单位：%)图表30：2020年尝试购买的影响因素(单位：%)图表31：2020年尝试购买因素影响指数图图表32：2020年消费者尝试购买的决策流程图图表33：2020年再次购买的影响因素图(单位：%)图表34：2015-2020年我国***工业总产值及年增长率图(单位：亿元，%)图表35：2015-2020年我国***销售收入及年增长率图(单位：亿元，%)图表36：2015-2020年全国***行业产销率变化趋势图(单位：%)图表37：2015-2020年***行业经营效益分析(单位：家，人，万元，%)图表38：2020年我国***出口国家和地区分布(单位：%)图表39：我国***产业发展所经历的阶段图图表40：2015-2020年中国保健酒市场规模及年增长率图(单位：亿元，%)图表41：保健酒行业五力模型分析图图表42：保健酒行业市场格局图图表43：2015-2020年我国保健酒行业兼并重组事件图图表44：2020年我国低档保健酒新增产能分析图图表45：2015-2020年低端保健酒价格走势分析图图表46：2020年我国中高档保健酒新增产能分析图图表47：2015-2020年我国中高档保健酒价格走势分析图图表48：保健酒销售主要渠道类型及代表性品牌图图表49：2020年保健酒销售渠道结构(单位：%)图表50：中国保健酒营销渠道优劣势分析图图表51：中国保健酒营销策略优劣势分析图图表52：2020年保健酒消费者品牌购买意识(单位：%)图表53：2020年中国保健酒行业工业总产值、销售收入和利润前十名企业图图表54：2015-2020年保健酒行业工业总产值(现价)前十位企业(单位：万元)图表55：2015-2020年中国保健酒行业企业产品销售收入与利润总额(单位：万元)图表56：劲牌有限公司的主营业务地区分布图图表57：劲牌有限公司优劣势分析图图表58：2015-2020年海南椰岛(集团)股份有限公司主要经济指标分析(单位：万元)图表59：2020年海南椰岛(集团)股份有限公司主营业务分地区情况表(单位：万元，%)图表60：2015-2020年海南椰岛(集团)股份有限公司盈利能力分析(单位：%)图表61：2020年海南椰岛(集团)股份有限公司主营业务分行业、产品情况表(单位：万元，%)图表62：2015-2020年海南椰岛(集团)股份有限公司运营能力分析(单位：次)图表63：海南椰岛(集团)股份有限公司偿债能力分析(单位：%，倍)图表64：海南椰岛(集团)股份有限公司发展能力分析(单位：%)图表65：海南椰岛(集团)股份有限公司组织架构图图表66：2020年海南椰岛(集团)股份有限公司的产品结构(单位：%)图表67：2020年海南椰岛(集团)股份有限公司的主营业务地区分布(单位：%)图表68：海南椰岛(集团)股份有限公司优劣势分析图图表69：广西柳州市古岭酒厂市场分布图图表70：广西柳州市古岭酒厂优劣势分析图图表71：贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司优劣势分析图图表72：浙江致中和实业有限公司优劣势分析图图表73

: 2015-2020年五 粮 液集团有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元) 图表74: 2015-2020年五 粮 液集团有限公司盈利能力分析 (单位: %) 图表75: 2020年五 粮 液集团有限公司主营业务分行业、产品情况表 (单位: 万元) 图表76: 2015-2020年五 粮 液集团有限公司运营能力分析 (单位: 次) 图表77: 2015-2020年五 粮 液集团有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍) 图表78: 2015-2020年五 粮 液集团有限公司发展能力分析 (单位: %) 图表79: 五 粮 液集团有限公司组织架构图图表80: 2020年五 粮 液集团有限公司的产品结构 (单位: %) 图表81: 2020年五 粮 液集团有限公司主营业务分地区情况图 (单位: %) 图表82: 五 粮 液集团有限公司优劣势分析图表83: 2015-2020年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主要经济指标分析 (单位: 万元) 图表84: 2020年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营业务分地区情况表 (单位: %) 图表85: 2015-2020年山西杏花村汾酒集团有限责任公司盈利能力分析 (单位: %) 图表86: 2020年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营业务分行业、产品情况表 (单位: 万元, %) 图表87: 2015-2020年山西杏花村汾酒集团有限责任公司运营能力分析 (单位: 次) 图表88: 2015-2020年山西杏花村汾酒集团有限责任公司偿债能力分析 (单位: %, 倍) 图表89: 2015-2020年山西杏花村汾酒集团有限责任公司发展能力分析 (单位: %) 图表90: 山西杏花村汾酒集团有限责任公司组织架构图图表91: 2020年山西杏花村汾酒有限责任公司的产品结构 (单位: %) 图表92: 2020年山西杏花村汾酒集团有限责任公司的主营业务地区分布 (单位: %) 图表93: 山西杏花村汾酒集团有限责任公司优劣势分析图表94: 2015-2020年烟台张裕集团有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元) 图表95: 2015-2020年烟台张裕集团有限公司盈利能力分析 (单位: %) 图表96: 2020年烟台张裕集团有限公司主营业务分行业、产品情况表 (单位: 万元, %) 图表97: 2015-2020年烟台张裕集团有限公司运营能力分析 (单位: 次) 图表98: 2015-2020年烟台张裕集团有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍) 图表99: 2015-2020年烟台张裕集团有限公司发展能力分析 (单位: %) 图表100: 张裕集团有限责任公司组织架构图图表101: 2020年烟台张裕集团有限公司的产品结构 (单位: %) 图表102: 2020年烟台张裕集团有限公司主营业务分地区情况表 (单位: %) 图表103: 烟台张裕集团有限公司优劣势分析图表104: 宁夏红枸杞产业集团有限公司发展优劣分析图表105: 2015-2020年上海交大昂立股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元) 图表106: 2015-2020年上海交大昂立股份有限公司盈利能力分析 (单位: %) 图表107: 上海交大昂立股份有限公司主营业务产品构成分析图 (单位: 亿元, %) 图表108: 2015-2020年上海交大昂立股份有限公司运营能力分析 (单位: 次) 图表109: 2015-2020年上海交大昂立股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍) 图表110: 2015-2020年上海交大昂立股份有限公司发展能力分析 (单位: %) 图表111: 上海交大昂立股份有限公司组织架构图图表112: 2020年上海交大昂立股份有限公司的产品结构 (单位: %) 图表113: 2020年上海交大昂立股份有限公司主营业务分地区情况图 (单位: %) 图表114: 上海交大昂立股份有限公司优劣势分析图表115: 广东德庆无比养生酒业有限公司优劣势分析图表116: 山东颐阳酒业有限公司优劣势分析图表117: 山西鹿龟神酒业有限公司优劣势分析图表118: 紫光古汉衡阳饮源制药有限公司优劣势分析图表119: 2015-2020年北京同仁堂股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元) 图表120: 2015-2020年北京同仁堂股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)