

2024-2029年中国保健酒行业市场调研分析及投资前景预测报告

报告简介

目前全国市场从事保健酒生产和销售的企业约有4000家左右，分布比较散。拥有卫食健字批号(国家认定)大约300余个。但真正拥有一定资源优势(主要是技术优势、原材料优势、人才优势)的约20家左右。能够真正形成竞争威胁的，目前商不足5-

7家。在区域市场竞争比较激烈，但其竞争不具备全国性。五粮液集团在已经拥有龙虎酒等六个保健酒品牌的基础上，又陆续推出了新品牌黄金酒，号称国酒的茅台酒自是不甘落后，茅台白金酒亦被摆上了柜台，再加上已在市场上占有绝对优势的古岭神、张裕至宝三鞭、椰岛鹿龟酒、劲酒等，种种迹象无一不昭示着一个属于“保健酒”的时代俨然已经来临，于是乎，业内业外无一不垂涎三尺，从做保健品的万基、昂立、大印象，到做房地产的展生集团，一股抢占市场份额的战争硝烟正在弥漫着。

保健酒在整个酿酒行业中规模较小，品类也很复杂，多为白酒或者葡萄酒、黄酒生产企业为丰富产品体系所设的生产线或者生产车间，目前发展较好的有劲牌有限公司推出的中国劲酒、海南椰岛集团推出的椰岛鹿龟酒、山西汾酒集团的著名品牌竹叶青、以及五粮液黄金酒、茅台白金酒、张裕三鞭酒、广西古岭神酒等为消费者所熟知的保健酒品牌。

随着中国消费者生活水平的不断提高，中国保健酒市场前景十分广阔，未来中国保健酒市场主要呈现以下三大趋势：首先，保健酒消费群体年轻化，近两年根据调查，年轻人生活工作压力大，普遍处于亚健康状态，这是他们慢慢接触、饮用保健酒的重要原因。其次，品牌传播时尚化。一直以来，保健酒在产品形象上比较保守，但随着消费群体的年轻化，保健酒在包装和推广上将会更加注重与时代接轨，将会彰显个性气质。销售渠道多元化。。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国保健酒行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国保健酒行业发展状况和特点，以及中国保健酒行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球保健酒行业发展态势作了详细分析，并对保健酒行业进行了趋向研判，是保健酒生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前保健酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 保健酒行业发展概述

第一节 保健酒行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业主要商业模式

第二节 保健酒行业特征分析

一、产业链分析

二、保健酒行业在国民经济中的地位

第三节 保健酒行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 保健酒行业市场环境及影响分析 (PEST)

第一节 行业政策环境分析(P)

一、行业监管体制分析

二、行业主要政策动向

三、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(E)

第三节 行业社会环境分析(S)

第四节 行业技术环境分析(T)

一、保健酒生产工艺分析

二、保健酒应用技术发展分析

三、技术环境对行业的影响

第三章 全球保健酒行业发展分析

第一节 全球保健酒市场总体情况分析

一、全球保健酒行业的发展特点

二、全球保健酒市场结构

三、2019-2023年全球保健酒行业发展分析

四、全球保健酒市场区域分布

第二节 全球保健酒行业市场供需分析

一、2019-2023年全球保健酒行业供给分析

二、2019-2023年全球保健酒行业需求分析

第三节 全球保健酒行业竞争状况分析

一、全球保健酒行业竞争现状

二、全球保健酒行业竞争趋势

第四节 全球主要国家(地区)市场分析

第五节 2019-2023年国际重点保健酒企业运营分析

第四章 我国保健酒行业发展分析

第一节 我国保健酒行业发展状况分析

一、我国保健酒行业发展阶段

二、我国保健酒行业发展总体概况

三、我国保健酒行业发展特点分析

四、我国保健酒行业商业模式分析

第二节 我国保健酒行业市场供需状况

一、2019-2023年我国保健酒行业市场供给分析

二、2019-2023年我国保健酒行业市场需求分析

三、2019-2023年我国保健酒行业产品价格分析

第三节 我国保健酒市场价格走势分析

一、保健酒市场定价机制组成

二、保健酒市场价格影响因素

三、保健酒产品价格走势分析

第五章 保健酒行业经济运行分析

第一节 2019-2023年中国保健酒行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2019-2023年中国保健酒行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2019-2023年中国保健酒行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第四节 2019-2023年中国保健酒行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第二部分 行业竞争格局

第六章 保健酒行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 保健酒行业主要企业竞争力分析

第四节 2019-2023年保健酒行业竞争格局分析

一、2019-2023年国内外保健酒行业竞争分析

二、2019-2023年我国保健酒行业市场竞争分析

三、2019-2023年国内主要保健酒行业企业动向

第七章 保健酒行业上下游产业分析

第一节 保健酒产业结构分析

第二节 上游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业竞争状况及其对保健酒行业的意义

第三节 下游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业新动态及其对保健酒行业的影响

五、行业竞争状况及其对保健酒行业的意义

四、产业结构调整方向分析

第四节 产业结构调整方向分析

第八章 中国保健酒行业主要企业调研分析

第一节 劲牌有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

第二节 海南椰岛(集团)股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业组织架构分析

八、企业产品结构及新产品动向

九、企业销售渠道与网络

十、企业经营优劣势分析

十一、企业投资兼并与重组分析

十二、企业最新发展动向分析

第三节 广西柳州市古岭酒厂经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营状况优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

第四节 贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业生产经营状况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营状况优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

第五节 浙江致中和实业有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营优劣势分析

第六节 五粮液集团有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析
- 七、企业组织架构分析
- 八、企业产品结构及新产品动向
- 九、企业销售渠道与网络
- 十、企业经营优劣势分析
- 十一、企业投资兼并与重组分析
- 十二、企业最新发展动向分析

第七节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析
- 七、企业组织架构分析
- 八、企业产品结构及新产品动向
- 九、企业销售渠道与网络
- 十、企业经营优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

第八节 烟台张裕集团有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析
- 七、企业组织架构分析
- 八、企业产品结构及新产品动向
- 九、企业销售渠道与网络
- 十、企业经营状况优劣势分析
- 十一、企业最新发展动向分析

第九节 宁夏红枸杞产业集团有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第十节 上海交大昂立股份有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业组织架构分析

八、企业产品结构及新产品动向

九、企业销售渠道与网络

十、企业经营状况优劣势分析

十一、企业最新发展动向分析

第三部分 行业前景分析

第九章 保健酒行业发展趋势分析

第一节 2019-2023年产业发展环境展望

第二节 2024-2029年我国保健酒行业趋势分析

一、2024-2029年我国保健酒行业发展趋势分析

二、2024-2029年我国保健酒行业市场发展空间

三、2024-2029年我国保健酒行业政策趋向

四、2024-2029年我国保健酒行业价格走势分析

五、2019-2023年行业竞争格局展望

六、2024-2029年保健酒市场规模预测

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十章 保健酒行业发展前景预测

第一节 2024-2029年我国保健酒行业需求与消费预测

一、2024-2029年保健酒行业产品消费预测

二、2024-2029年保健酒行业市场规模预测

第二节 2024-2029年我国保健酒行业供需预测

一、2024-2029年保健酒行业供给预测

二、2024-2029年保健酒行业产量预测

第十一章 我国保健酒行业营销趋势及策略分析

第一节 保健酒行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

二、保健酒营销环境分析与评价

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 保健酒行业营销策略分析

一、中国保健酒营销概况

二、保健酒营销策略探讨

1、中国保健酒产品营销策略浅析

2、保健酒新产品的市场推广策略

3、保健酒细分产品营销策略分析

第三节 保健酒营销的发展趋势

一、未来保健酒市场营销的出路

二、中国保健酒营销的趋势预测

第十二章 2024-2029年中国保健酒的投资风险与投资建议

第一节 2024-2029年中国保健酒制造行业的投资风险

一、市场风险

二、政策风险

三、技术风险

四、行业进入、退出壁垒风险

五、部分产品产能过剩潜在风险

第二节 2024-2029年中国保健酒制造行业的投资建议

一、中国保健酒制造行业的重点投资区域

二、中国保健酒制造行业的重点投资产品

三、行业投资建议

第三节 2024-2029年中国保健酒项目投资可行性分析

第十三章 研究结论及发展建议

第一节 保健酒行业研究结论及建议

第二节 中道泰和保健酒行业发展建议

图表目录

图表：保健酒行业生命周期

图表：保健酒行业产业链结构

图表：2019-2023年我国保健酒行业重点企业资产总计对比

图表：2019-2023年我国保健酒行业重点企业从业人员对比

图表：2019-2023年我国保健酒行业重点企业全年营业收入对比

图表：2019-2023年我国保健酒行业重点企业利润总额对比

图表：2019-2023年我国保健酒行业重点企业综合竞争力对比

图表：2019-2023年我国保健酒行业成长性

图表：2019-2023年我国保健酒行业经营能力

图表：2019-2023年我国保健酒行业盈利能力

图表：2019-2023年我国保健酒行业偿债能力

图表：2019-2023年全球保健酒行业市场规模

图表：2019-2023年中国保健酒行业市场规模

图表：2019-2023年保健酒行业需求分析

图表：2024-2029年我国保健酒行业供给预测

图表：2024-2029年我国保健酒行业产量预测

图表：2024-2029年我国保健酒行业需求预测

图表：2024-2029年我国保健酒行业供需平衡预测

图表：2024-2029年我国保健酒行业产品价格预测

图表：2024-2029年我国保健酒行业产品消费预测

图表：2024-2029年我国保健酒行业市场规模预测

图表：2024-2029年我国保健酒行业总产值预测

图表：2024-2029年我国保健酒行业销售收入预测

图表：2024-2029年我国保健酒行业总资产预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170210/28039.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)