

2024-2029年中国保健酒行业市场深度调研及投资前景预测报告

报告简介

保健酒已有数千年的历史，是中国医药科学的重要组成部分。中国的历代医药著作中几乎无一例外地有药酒治疾健身的记载。今天随着科学技术的进步，从中药浸酒的传统工艺的基础上已发展到利用萃取、浸提和生物工程等现代化手段，提取中药中的有效成份制成高含量的功能药酒。当人们的保健意识日趋增强，一些药物成为食用保健品时，保健酒这一新名词便开始出现。

实际上，保健酒的大众化理念并不比白酒落后，但是在白酒行业纷纷主打这个理念的时候，保健酒对于这一理念的深度利用，就被看作是应有之义。

据分析，同样受限于中央有关政策，高端奢侈品保健酒并不被看好，业内认为其拥有一定的市场潜力，但不会占据过多份额，而在大健康产业的带动下以及健康消费理念的推动下，大众化保健酒会获得较快发展。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国保健酒市场进行了分析研究。报告在总结中国保健酒行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国保健酒行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为保健酒企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 保健酒相关概述

第一节 保健酒定义及特性

一、定义

二、特性

第二节 保健酒生产工艺及应用

一、生产工艺

二、应用

第二章 中国保健酒行业发展环境分析

第一节 中国保健酒行业发展经济环境分析

一、中国GDP增长情况

二、中国人均收入增长情况

三、中国消费市场分析

第二节 中国保健酒行业发展社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、科技环境分析

五、中国城镇化率

第三节 中国保健酒行业发展政策环境分析

一、行业政策发展

二、行业发展规划

第二部分 行业深度分析

第三章 中国保健酒行业发展现状分析

第一节 中国保健酒行业发展概述

一、保健酒行业价格现状

二、保健酒行业产销状况分析

三、保健酒行业市场盈利能力分析

第二节 2019-2023年中国保健酒产品市场规模变化情况

一、2019-2023年市场规模及增长分析

二、市场规模变化情况

第三节 近年来中国保健酒产品消费需求变化趋势

一、市场供给情况分析

二、行业供给趋势分析

三、国内市场需求情况分析

四、市场需求发展情况分析

第四节 中国保健酒行业发展所面临的主要问题

第四章 2019-2023年中国保健酒产业链分析

第一节 保健酒行业产业链概况

一、保健酒行业上游发展现状

二、保健酒行业上游发展趋势

三、保健酒行业下游发展现状

四、保健酒行业下游发展趋势

第二节 中国保健酒行业进入退出壁垒分析

一、行业进入壁垒

二、行业退出壁垒

第五章 2017-2024-2029中国保健酒产品进出口状况分析

第一节 进口情况分析

一、2019-2023年中国保健酒产品进口数量分析

二、2019-2023年中国保健酒产品进口金额分析

第二节 出口情况分析

一、中国保健酒产品出口数量分析

二、中国保健酒产品出口金额分析

第六章 2019-2023年保健酒行业运行状况分析

第一节 保健酒行业情况背景

一、企业数量及其分布情况

二、行业整体环境分析

第二节 总体效益运行状况

一、总体销售效益

二、保健酒行业总体盈利能力

三、保健酒行业总体税收能力

四、保健酒行业市场总体产值能力

第三节 不同地区行业效益状况对比

一、不同地区销售效益状况对比

二、不同地区行业盈利能力状况对比

三、不同地区行业税收能力状况对比

四、不同地区行业产值状况对比

第四节 类型运行效益对比

一、行业不同类型销售效益状况对比

二、不同类型盈利能力状况对比

三、不同类型税收能力状况对比

四、不同类型产值状况对比

第五节 规模运行效益对比

一、行业不同规模销售效益状况对比

二、不同规模盈利能力状况对比

三、不同规模税收能力状况对比

四、不同规模产值状况对比

第七章 保健酒区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、行业发展环境分析

二、市场需求情况分析

三、市场规模情况分析

四、2024-2029年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、行业发展环境分析

二、市场需求情况分析

三、市场规模情况分析

四、2024-2029年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、行业发展环境分析

二、市场需求情况分析

三、市场规模情况分析

四、2024-2029年行业发展趋势分析

第四节 中部地区

一、行业发展环境分析

二、市场需求情况分析

三、市场规模情况分析

四、2024-2029年行业发展趋势分析

第五节 西南地区

一、行业发展环境分析

二、市场需求情况分析

三、市场规模情况分析

四、2024-2029年行业发展趋势分析

第六节 西北地区

一、行业发展环境分析

二、市场需求情况分析

三、市场规模情况分析

四、2024-2029年行业发展趋势分析

第三部分 竞争格局分析

第八章 中国保健酒行业市场竞争格局分析

第一节 中国保健酒行业竞争现状分析

一、技术竞争分析

二、产品价格竞争分析

三、品牌竞争分析

第二节 中国保健酒行业集中度分析

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 中国保健酒行业竞争格局分析

一、我国保健酒市场竞争分析

二、国内主要保健酒企业动向

三、国内行业竞争趋势发展分析

第九章 重点企业发展分析

第一节 劲牌有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第二节 海南椰岛(集团)股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第三节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第四节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第五节 广西柳州市古岭酒厂

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第六节 宁夏红枸杞产业集团有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第七节 浙江致中和实业有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第八节 四川省宜宾五粮液集团有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第九节 贵州茅台酒厂(集团)白金酒有限责任公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第十节 中国北京同仁堂(集团)有限责任公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第十章 保健酒行业市场竞争策略分析

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 保健酒市场竞争策略分析

一、保健酒市场增长潜力分析

二、保健酒产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第三节 保健酒企行业发展趋势分析

一、2024-2029年我国保健酒市场发展趋势

二、2024-2029年保健酒行业销售额变化预测

第十一章 保健酒产业消费市场调查分析

第一节 保健酒市场目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 保健酒市场的品牌市场调查

一、消费者对保健酒品牌认知度宏观调查

二、消费者对保健酒产品的品牌偏好调查

三、消费者对保健酒品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、保健酒品牌忠诚度调查

六、保健酒品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四部分 行业战略研究

第十二章 2024-2029年保健酒行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前保健酒存在的问题

第二节 保健酒未来发展预测分析

一、中国保健酒发展方向分析

二、2024-2029年保健酒行业产值变化预测

第三节 2024-2029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、政策和体制风险

五、进入退出风险

第十三章 2024-2029年保健酒行业发展趋势与投资战略研究

第一节 2024-2029年保健酒市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

第二节 2024-2029年保健酒行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节 2024-2029年保健酒行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第十四章 保健酒行业市场预测及行业项目投资建议

第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析

第二节 保健酒行业外销与内销优势分析

一、投资对象

二、投资营销模式

第三节 2024-2029年保健酒行业全国市场预测趋势

一、2024-2029年市场规模预测

二、2024-2029年企业数量增长预测

三、2024-2029年行业投资规模预测

四、2024-2029年市场盈利预测

第四节 专家投资策略与建议

一、企业资本结构选择

二、企业战略选择

第五节 保健酒行业项目投资建议

一、产品技术应用注意事项

二、项目投资注意事项

三、产品生产开发注意事项

四、产品销售注意事项

图表目录

图表：保健酒产业链分析

图表：保健酒行业生命周期

图表：2019-2023年中国保健酒行业市场规模

图表：2019-2023年保健酒重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国保健酒行业利润情况分析

图表：2019-2023年中国保健酒行业资产情况分析

图表：2019-2023年中国保健酒竞争力分析

图表：2019-2023年保健酒行业行业集中度分析

图表：2019-2023年保健酒行业区域集中度分析

图表：2019-2023年保健酒行业企业集中度分析

图表：2019-2023年保健酒行业我国固定资产投资分析

图表：2019-2023年保健酒行业盈利能力分析

图表：2019-2023年保健酒行业负债分析

图表：2019-2023年保健酒行业偿债能力分析

图表：2019-2023年国内生产总值及其增长速度

图表：2019-2023年居民消费价格涨跌幅度

图表：2024-2029居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2024-2029年行业发展规模分析

图表：2024-2029年中国保健酒市场前景预测

图表：2024-2029年中国保健酒市场价格走势预测

把握投资 决策经营！

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170215/45609.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)