

2023-2029年中国保健酒行业 前景展望与市场调查预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国保健酒行业前景展望与市场调查预测报告》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.cction.com/report/202304/354068.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

保健酒是酒与药结合产生的全新酒品，是指喝后对人体有保健作用的酒，是传统药酒的分支，是普通白酒的延伸。其主要特点是在酿造过程中加入了药材，主要以养生健体为主，有保健强身的作用，其用药讲究配伍，根据其功能可分为补气、补血、滋阴、补阳和气血双补等类型。根据保健酒原材料的不同，以及各产品的配方差别，形成了具有各种不同功效的保健酒种类。这些产品的类型主要包括肾功能保健酒、延年益寿保健酒、功能强化保健酒、营养保健酒和其他保健酒。

目前我国取得国家食品药品监督管理局批文的保健酒总数达到528个，其中张裕A批文数为8个，劲牌批文数为6个。

2017年我国保健酒市场约284.4亿元，保健酒产销量分别达到了82.55万千升、77.82万千升。2017年，中国保健酒行业市场规模为516.84亿元。

目前劲酒在行业内处于绝对领先地位，2017年劲牌公司实现营业收入104.9亿元，上缴税金25.8亿元，两项指标再创新高。无论是在总的销售额上，还是在品牌知名度方面都处于领先地位，而且其在中低端产品市场、餐饮市场以及渠道布局方面具有明显的优势，其他企业短时间内很难改变这一局面。

行业内的竞争主要在行业第二集团之间展开。这一位置集中了保健酒行业的众多知名企业，这些企业包括椰岛鹿龟酒、竹叶青酒、致中和五加皮、张裕三鞭酒和古岭神酒等。同时大多数中小保健酒企业、区域性保健酒企业、功能性保健酒企业等也积极向这一块靠近，进一步加剧了行业内的竞争。

预计2024年，中国保健酒行业市场规模为921.31亿元。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国保健酒行业前景展望与市场调查预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 保健酒行业发展概述

第一节 保健酒基本概念

第二节 保健酒产业链分析

第二章 2022年中国保健酒产业运行环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

第二节 2022年中国保健酒政策法规环境分析

第三节 2022年中国保健酒社会环境分析

第三章 2022-2023年中国保健酒运行形势分析

第一节 2022-2023年全国保健酒市场规模分析

第二节 2022-2023年中国保健酒市场需求分析

第三节 2022-2023年中国保健酒市场价格分析

第四节 2022-2023年对中国保健酒市场的分析及思考

第四章 2022-2023年中国保健酒市场行为研究分析

第一节 2022-2023年中国消费者行为研究

第二节 2022-2023年中国终端研究

一、店员推荐品牌

二、消费者购买情况

三、零售终端铺货情况

第五章 2022-2023年中国保健酒消费市场分析

第一节 2022-2023年中国保健酒市场特征分析

一、保健酒市场消费特征

二、保健酒消费者行为分析

三、保健酒市场特征分析

第二节 2022-2023年中国消费行为及心理分析

一、主要城市保健酒市场调查

二、消费者青睐的品牌

第六章、中国保健酒行业重点产品发展运行分析

第一节 肾功能保健酒市场

第二节 延年益寿酒市场

第三节 功能强化酒市场

第四节 营保健酒市场

第五节 淡化保健酒功能的保健酒市场

第七章 2022-2023年中国保健酒行业市场竞争格局分析

第一节 2022-2023年中国保健酒行业竞争格局概况

一、保健酒行业集中度分析

二、保健酒行业竞争程度分析

第二节 2022-2023年中国保健酒产业研发力分析

一、保健酒产业研发重要性分析

二、中外保健酒研发投入和运作方式对比

三、中国保健酒研发力问题分析

第三节 2022-2023年中国保健酒行业竞争格局分析

第四节 2022-2023年保健酒品牌竞争分析

第五节 近年中国保健酒企业提升竞争力策略分析

第八章 2019-2022年中国保健酒产业重点企业竞争力分析

第一节 劲酒

一、企业介绍

二、企业经营业绩分析

三、企业市场份额

四、企业未来发展策略

第二节 椰岛鹿龟酒

一、企业介绍

二、企业经营业绩分析

三、企业市场份额

四、企业未来发展策略

第三节 竹叶青酒

一、企业介绍

二、企业经营业绩分析

三、企业市场份额

四、企业未来发展策略

第四节 致中和五加皮

一、企业介绍

- 二、企业经营业绩分析
- 三、企业市场份额
- 四、企业未来发展策略

第五节 张裕三鞭酒

- 一、企业介绍
- 二、企业经营业绩分析
- 三、企业市场份额
- 四、企业未来发展策略

第六节 古岭神酒

- 一、企业介绍
- 二、企业经营业绩分析
- 三、企业市场份额
- 四、企业未来发展策略

第九章 2023-2029年中国保健酒行业发展趋势与投资预测分析

第一节 2023-2029年中国保健酒行业发展前景分析

- 一、全球保健酒行业发展前景分析
- 二、中国保健酒行业发展前景分析

第二节 2023-2029年中国保健酒市场趋势分析

- 一、保健酒价格走势分析
- 二、保健酒营销趋势分析
- 三、保健酒技术革新趋势

第三节 2023-2029年中国保健酒行业投资机会分析

第四节 2023-2029年中国保健酒行业投资风险分析

第十章 2023-2029年中国保健酒行业投资战略研究

第一节 2023-2029年中国保健酒市场策略分析

- 一、保健酒价格策略分析
- 二、保健酒渠道策略分析

第二节 2023-2029年中国保健酒销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 2023-2029年对中国保健酒品牌的战略思考

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/354068.html>