



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国保健酒市场分析及发展前景预测报告

一、调研说明

《2008-2009年中国保健酒市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10048.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 2007-2008年中国保健酒行业发展环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、保健酒的总体政策环境分析

- (一) 保健品产业深陷政策的泥潭
- (二) 新规引起保健酒企业的强烈反应
- (三) 国家政策支持保健酒的发展
- (四) 两道规定整治保健酒行业混乱

三、保健酒批准文号的变更

- (一) "药健字"批准文号简介
- (二) "卫食健字"取代"药健字"保健酒业迎来新的机会
- (三) "药健字"取消带来保健酒行业酝酿二次复兴
- (四) "药健字"取消促进保健酒行业规范发展

四、GMP认证与保健酒

- (一) 保健酒生产已经纳入国家GMP认证
- (二) GMP认证冲破保健酒行业的发展潜规则
- (三) GMP认证是保健酒企业生存发展的门槛
- (四) GMP给保健酒企业的机遇与挑战

第二章 2007-2008年全球保健酒市场现状分析

一、2007-2008年全球保健酒市场概述

- (一) 全球保健酒供需分析
- (二) 全球保健酒价格走势分析
- (三) 全球保健酒市场运行特征分析

二、2007-2008年全球主要国家保健酒行业发展情况分析

- (一) 美国
- (二) 韩国
- (三) 日本

三、2009-2012年全球保健酒市场发展趋势分析

第三章 2007-2008年中国保健酒行业发展状况分析

一、2007-2008年中国保健酒行业的发展分析

- (一) 中国保健酒行业跨入全新发展阶段
- (二) 2007年中国保健酒发展进入快车道
- (三) 2007年国内保健酒主要品牌的表现分析

二、2007-2008年中国保健酒行业发展存在的问题

- (一) 中国保健酒行业存在的五大软肋
- (二) 保健酒行业发展还不成熟
- (三) 保健酒行业发展面临的挑战
- (四) 八成保健酒企业面临出局
- (五) 保健酒行业发展急需整顿
- (六) 中国保健酒行业发展的误区

三、2007-2008年中国保健酒行业的发展对策

- (一) 保健酒行业拓展应注意的六大问题
- (二) 保健酒业发展启动多元核心战略
- (三) 保健酒业的生存与发展之路
- (四) 专业化和标准化推进保健酒行业的健康发展
- (五) 保健酒的开发需要高新技术
- (六) 保健酒企业的改良策略

第四章 2007-2008年中国保健酒市场运行动态分析

一、2007-2008年中国保健酒市场的发展分析

- (一) 中国保健酒市场的总体综述
- (二) 国内保健酒市场的开发现状
- (三) 简析保健酒的产品开发与市场推广
- (四) 详析保健品市场的生存空间

二、2007-2008年中国区域保健酒市场分析

- (一) 广东保健酒市场概况
- (二) 东北保健酒竞争实力雄厚
- (三) 湖南保健酒市场潜力巨大
- (四) 重庆发展保健酒遭遇瓶颈
- (五) 深圳保健酒市场现状

三、2007-2008年中国保健酒市场面临的问题

- (一) 保健酒市场面临的重重隐忧
- (二) 保健酒市场存在的四大困境
- (三) 保健酒市场发展路难走

四、2007-2008年中国促进保健酒市场发展的对策

- (一) 保健酒市场发展急需引导
- (二) 保健酒市场需树立行业新规促规范
- (三) 迅速提升保健酒市场份额的策略
- (四) 保健酒市场发展应以细分突围
- (五) 保健酒市场的发展建议

第五章 2007-2008年中国保健酒市场消费者调查分析

一、2007-2008年中国消费者的认知分析

- (一) 消费者特征及划分
- (二) 消费者的认知分析
- (三) 消费者的购买渠道分析

二、2007-2008年中国影响消费者的因素

- (一) 消费者主要关注的因素分析
- (二) 消费者承受的价位分析
- (三) 消费者的喜好因素分析
- (四) 消费者需求结构分析

三、2007-2008年中国年轻消费群体的培养与开发

- (一) 潜在的年轻消费群体
- (二) 培养年轻消费群体

四、2007-2008年中国消费者的购买决策与保健酒的卖点

- (一) 消费者的购买决策模式
- (二) 再次购买
- (三) 结论与建议

第六章 2007-2008年中国保健酒行业市场营销战略分析

一、2007-2008年中国保健酒市场营销分析

- (一) 由减少酒精饮料危害计划谈保健酒的营销

- (二) 用犹太人经商法则分析保健酒市场营销
- (三) 保健酒两种销售模式的比较分析
- (四) 保健酒市场服务营销概况
- (五) 保健酒后非典时期的营销

二、2007-2008年中国保健酒营销的突破点分析

- (一) 品牌(名)
- (二) 卖点
- (三) 渠道
- (四) 养生学

三、2007-2008年中国保健酒营销存在的问题

- (一) 保健酒营销存在的三大误区
- (二) 保健酒营销意识的缺失之处
- (三) 保健酒产品命名易陷入的误区
- (四) 保健酒品牌营销存在的盲点
- (五) 保健酒营销的问题

四、2007-2008年中国保健酒营销的对策分析

- (一) 保健酒营销成功的关键对策
- (二) 保健酒营销应注意的方面
- (三) 保健酒发展要依赖品牌定位营销
- (四) 保健酒营销的产品开发攻略
- (五) 低端保健酒深度分销提高市场效率

五、2009-2012年中国保健酒营销发展趋势

- (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

第七章 2007-2008年中国保健酒行业市场竞争格局分析

一、2007-2008年中国保健酒竞争格局分析

- (一) 竞争特点
- (二) 主要品牌的表现及分析
- (三) 区域市场竞争分析

二、2007-2008年保健酒企业竞争动态分析

- (一) 海南椰岛进入农产品深加工

- (二) 劲牌引领保健酒品牌建设
- (三) 五粮液史玉柱联手卖酒
- (四) 五粮液的"全球名酒"之路
- (五) 椰岛控股古鹤松酒业打造健康品牌
- (六) 劲牌实施多层次战略发展

三、2007-2008年中国保健酒企业竞争策略

- (一) 市场研究与市场定位
- (二) 市场细分与产品定位
- (三) 市场推广策略
- (四) 洞察消费者需求

第八章 中国保健酒重点企业分析

一、劲牌有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

二、海南椰岛股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

三、浙江致中和酒业有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

四、张裕集团

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

五、山西杏花村汾酒厂股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

六、五粮液集团保健酒有限责任公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业竞争力分析

七、宁夏香山酒业(集团)有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业竞争力分析

八、上海交大昂立股份有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业竞争力分析

九、香港展生集团

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业竞争力分析

第九章 2007-2008年中国保健酒产品开发及投资动态

一、2007-2008年中国保健酒新产品及新原料

（一）产品需求趋势

（二）银杏保健酒

（三）膳食纤维保健酒

（四）菌类保健酒

（五）蔬菜类保健酒

（六）竹制品保健酒

（七）其他

二、生物技术在保健酒研发中的运用

（一）萃取技术

（二）分子蒸馏技术

（三）保健酒去沉淀新技术

第十章 2007-2008年中国保健酒原材料市场运行局势分析

一、2007-2008年中国药用动物资源市场状况

- (一) 我国药用自然资源濒危
- (二) 药用资源保护与可持续利用的问题及对策
- (三) 我国对野生动物资源采取的保护措施

二、2007-2008年中国中药材市场状况

- (一) 市场状况
- (二) 2009-2012年中药材市场销量预测
- (三) 中药材检测标准制定的意义

三、2007-2008年中国粮谷市场价格分析

- (一) 2007-2008年稻谷市场价走势
- (二) 政府将提高农民种粮补贴抑制通胀

四、2007-2008年中国其他材料市场状况

- (一) 蔬果市场购销两旺
- (二) 茶叶市场状况

第十一章 2007-2008年中国保健品行业市场发展走势分析

一、2007-2008年中国保健品行业发展总体概况

- (一) 中国保健品行业的发展历程
- (二) 国内保健品行业发展回顾
- (三) 中国保健品行业的发展特点
- (四) 保健品行业的八种赢利模式

二、中国保健品发展分析

- (一) 中国保健品行业发展现状分析
- (二) 中国中药保健品出口结构需调整
- (三) 中国医药保健品对外贸易情况分析

三、2007-2008年中国保健品行业发展面临的问题

- (一) 保健品行业需加强整顿
- (二) 中国保健品行业发展存在的问题
- (三) 国内保健品产业发展的困扰
- (四) 中国保健品行业品牌经营存在问题
- (五) 中国保健品行业发展面临的挑战和机遇
- (六) 传统保健品发展面对的挑战

四、2007-2008年中国保健品行业发展对策

- (一) 国内保健品行业发展应注重的方面
- (二) 中国保健品发展的法律对策
- (三) 保健品行业需要创新渠道发展市场
- (四) 医药保健品发展的策略

第十二章 2009-2012年中国保健酒的发展及投资分析

一、2009-2012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

二、2009-2012年中国保健酒市场的发展前景

- (一) 国内保健酒市场潜力大
- (二) 国内保健酒市场的发展将进入战国时代
- (三) 青年将成为保健酒市场主要消费者
- (四) 2012年中国保健酒市场容量预测分析

三、2009-2012年中国保健酒行业投资分析

- (一) 中国保健酒行业投资环境分析
- (二) 中国保健酒行业投资机会分析
- (三) 中国保健酒行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10048.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。