



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国保健酒市场分 析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国保健酒市场分析及投资策略研究报告》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/284534.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

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。

根据酿酒工业协会的数据显示：2001年我国保健酒市场仅有8亿元销售规模，2005年达到45亿元。2010以来，在整个酒业极度低迷时期，保健酒在居民理性消费和健康意识的增强下，表现得一枝独秀，由2010年的67.5亿元，到2014年的229.9亿元，4年CAGR为35.84%，增长速度非常快。尤其是在2013年以来，整个酒业极度低迷的时期，保健酒市场仍然保持着30%的增长速度。目前，保健酒已超越黄酒成为我国酒类行业第四大酒种，同时作为一股新生势力，支撑酒类行业的更为均衡的发展！2011-2015年我国规模以上酒类生产企业主要酒类营收（亿元）

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 保健酒行业发展概述 20

第一节 保健酒行业概述 20

一、保健酒的定义 20

二、保健酒的酒文化 20

三、传统保健酒与现代保健酒 21

四、强化传统保健酒的文化内涵 22

第二节 保健酒行业投资特性 22

一、市场成长阶段 22

二、行业竞争门槛分析 23

三、保健酒保利润吸引众多厂家参与 23

四、保健酒投资的技术和资金壁垒 24

第三节 我国酿酒业发展分析 25

- 一、2014-2016年酿酒行业发展情况分析 25
- 二、2016年酿酒行业的景气度分析 27
- 三、2016年酿酒行业产量分析 28
- 四、酿酒行业重点地区产业运行情况 29
- 五、2016年酿酒行业热点与政策动态 30
- 六、“十三五”期间酿酒行业发展趋势分析 35

第二章 保健酒市场发展分析 37

第一节 中国保健酒的现状 37

- 一、我国保健酒行业发展态势 37
- 二、我国保健酒市场发展概况 38
- 三、保健酒业成功迈进品牌化时代 38

第二节 2016年保健酒行业发展分析 41

- 一、中国保健酒市场规模分析 41 2001-2014年我国保健酒行业市场规模
- 二、2016年保健酒市场存在的问题 43
- 三、2016年保健酒行业市场价格分析 44
- 四、保健酒企业加速圈地扩产 45

第三节 2016年我国保健酒行业观察 46

- 一、行业壮大背景分析 46
- 二、从市场成长性分析 46
- 三、从营销模式分析 47

第四节 保健酒消费者分析 48

- 一、消费群体划分及消费者认知 48
- 二、影响消费者购买的因素分析 48
- 三、消费者保健酒购买基本方式 49
- 四、消费者保健酒需求层次分析 49

第五节 2016年济南保健酒市场消费者调查 50

- 一、保健酒市场调研说明 50
- 二、保健酒消费群体特征 50
- 三、消费者保健酒认知分析 52
- 四、济南保健酒消费的饮用习惯 53

(一) 饮用保健酒的动机分析	53
(二) 保健酒酒精度数关注度	54
(三) 保健酒饮用频次与剂量	54
(四) 保健酒的购买渠道分析	54
五、保健酒消费行为分析	55
(一) 功效最受消费者关注	55
(二) 品牌是主要考虑因素	55
(三) 对自制酒隐患认识低	56
第六节 保健酒-酒业市场的第五季	56
一、健康礼品促使份额提升	56
二、功能各异导致特色市场	57
三、生存引领酒业利润蓝海	58
四、缺少标准乱世更显英雄	59

第三章 上游原材料市场分析 60

第一节 药用动物市场分析 60

一、我国药用自然资源	60
(一) 药用植物种类	60
(二) 药用动物种类	62
(三) 药用矿物种类	63
二、药用资源保护与可持续利用的问题及对策	64
(一) 保护药材资源重要性	64
(二) 药材资源保护途径分析	65
(三) 药材可持续发展主要研究课题	68
(四) 药材开发可持续发展实施战略	70
三、我国对野生动物资源采取的保护措施	71
四、我国珍稀药用资源应有效保护和合理利用兼顾	72

第二节 中药材市场分析 72

一、2016年全国中药材市场行情回顾	72
二、2016年部分中药材行情	76
(一) 三七市场价格走势	76
(二) 当归市场价格走势	78

(三) 丹参市场价格走势	82
(四) 党参市场价格走势	83
(五) 黄芪市场价格走势	83
(六) 茯苓市场价格走势	83
(七) 黄芩市场价格走势	83
(八) 冬虫夏草市场价格走势	84
(九) 枸杞市场价格走势	86
三、2016年中药材市场走势及其前景	86
四、我国中药材品种资源保护亟待重视	89
第三节 原酒市场分析	91
一、2016年四川原酒产业发展分析	91
二、2016年我国发酵酒精产量分析	95
第四节 粮食市场分析	97
一、2016年我国粮食的产量情况分析	97
二、2016年粮食价格波动影响因素	98
三、2016年我国谷物进出口情况分析	103
四、2016年粮食市场的价格走势分析	103
 第四章 保健酒竞争产品分析	106
第一节 白酒发展分析	106
一、2014-2016年白酒制造行业发展	106
二、2016年中国白酒市场发展分析	110
(一) 白酒行业生产规模	110
(二) 白酒行业零售规模	112
(三) 白酒行业盈利情况	112
(四) 白酒行业价格情况	113
三、白酒行业竞争格局分析	114
四、我国白酒行业发展展望	116
第二节 啤酒发展分析	120
一、2014-2016年啤酒制造行业发展	120
二、2016年我国啤酒产量情况分析	122
三、2016年我国啤酒行业发展趋势	126

第三节 葡萄酒发展分析 127

一、2016年葡萄酒行业发展情况分析 127

二、2016年我国葡萄酒产量情况分析 130

三、2016年我国葡萄酒进口情况分析 131

四、2016年我国葡萄酒消费情况分析 133

五、2016年以后我国葡萄酒发展趋势 135

第四节 黄酒发展分析 139

一、2014-2016年黄酒制造行业发展 139

二、中国黄酒行业市场格局 140

第五章 保健酒相关产业分析 145

第一节 保健品政策环境 145

一、我国从严格审评审批等五方面监管保健食品 145

二、食药监局将建立保健食品规范长效机制 146

三、食药监局开展打击保健食品四非行动 147

第二节 保健品发展分析 147

一、中国保健品市场规模分析 147

二、中国保健品行业存在问题分析 149

三、我国保健食品行业发展趋势分析 149

四、保健品企业研发策略浅析 151

第六章 保健酒行业竞争分析 155

第一节 2016年保健酒行业竞争分析 155

一、保健酒行业竞争现状分析 155

二、名牌战略引导保健酒业竞争 156

第二节 2016年保健酒行业竞合分析 158

一、2016年保健酒巨头发展情况 158

二、知名品牌保健酒的竞争策略探析 164

（一）定位策略 164

（二）产品策略 165

（三）价格策略 166

（四）分销策略 166

（五）宣传促销 167

第三节 保健酒市场新进情况 168

一、黄金酒独享功能名酒蓝海 168

二、白酒企业进军保健酒 169

三、药企进军保健酒业成风 172

四、汾酒全力打造保健酒竹叶青品牌 174

第四节 保健酒行业品牌发展分析 175

一、保健酒行业品牌竞争分析 175

二、保健酒品牌市场表现情况 175

三、成功保健酒品牌推广策略 177

第七章 保健酒重点企业分析 179

第一节 劲牌有限公司 179

一、企业基本情况介绍 179

二、保健酒产品情况 179

三、企业经营情况分析 180

（一）企业偿债能力分析 180

（二）企业运营能力分析 182

（三）企业盈利能力分析 185

四、企业营销策略分析 186

五、企业发展动态分析 187

第二节 海南椰岛(集团)股份有限公司 188

一、企业基本情况介绍 188

二、保健酒产品情况 188

三、企业经营情况分析 189

四、企业营销策略分析 201

五、企业发展动态分析 202

第三节 浙江致中和酒业有限公司 202

一、企业基本情况介绍 202

（一）企业偿债能力分析 202

（二）企业运营能力分析 204

（三）企业盈利能力分析 207

二、保健酒产品情况	208
三、企业营销策略分析	209
四、企业发展动态分析	210
第四节 烟台张裕集团有限公司	210
一、企业基本情况介绍	210
二、企业销售网络分析	223
三、保健酒产品情况	223
四、企业发展动态分析	224
第五节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司	224
一、企业基本情况介绍	224
二、保健酒产品情况	225
三、企业经营情况分析	225
四、企业营销网络分析	238
五、企业发展动态分析	238
第六节 五粮液集团保健酒有限责任公司	239
一、企业基本情况介绍	239
二、保健酒产品情况	239
三、企业经营情况分析	240
（一）企业偿债能力分析	240
（二）企业运营能力分析	242
（三）企业盈利能力分析	244
四、企业营销策略分析	246
五、企业发展动态分析	247
第七节 宁夏红枸杞产业集团公司	247
一、企业基本情况介绍	247
（一）企业偿债能力分析	247
（二）企业运营能力分析	249
（三）企业盈利能力分析	252
二、保健酒产品情况	254
三、品牌历程及战略定位	254
四、企业发展动态分析	254
第八节 上海交大昂立股份有限公司	255

- 一、企业基本情况介绍 255
- 二、企业组织架构分析 255
- 三、保健酒产品情况 256
- 四、企业经营情况分析 257

第八章 2017-2022年保健酒发展趋势分析 270

第一节 2017-2022年保健酒行业特性及趋向研究 270

- 一、品类行业特性概述 270
- 二、保健酒未来发展之路 271

第二节 2017-2022年保健酒行业发展预测 271

- 一、2017-2022年市场规模预测 271
- 二、2017-2022年市场竞争预测 274

第三节 2017-2022年保健酒行业机遇及风险分析 276

- 一、保健酒行业投资机会 276
- 二、保健酒行业投资风险 276
 - (一) 国家政策风险 276
 - (二) 市场竞争风险 277
 - (三) 产品定位风险 277
 - (四) 产品替代风险 278
 - (五) 其它风险 278

第四节 2017-2022年中国保健酒发展趋势 279

- 一、功能细分趋势分析 279
- 二、口感优化趋势分析 279
- 三、品牌升级趋势分析 280
- 四、监管加强趋势分析 281
- 五、企业集中趋势分析 281

第九章 2017-2022年保健酒发展策略分析 283(AK WZY)

第一节 保健酒的市场机会与盈利模式 283

- 一、保健酒的市场容量 283
- 二、保健酒的市场潜力 284
- 三、弱势企业的盈利理由 284

四、保健酒的盈利模式推荐	285
第二节 二线保健酒冲出区域市场策略	286
一、突破的前提	286
二、突破的策略	287
第三节 保健酒市场竞争策略分析	288
一、品牌差异化	288
二、卖点差异化	288
三、渠道多元化	289
四、传播养生需求	289
五、服务专业化	289
六、利用事件营销	290

部分图表目录：

图表 1 全国白酒产量示意图	29
图表 2 2012-2016年我国保健酒行业销售收入及增长情况	41
图表 3 2012-2016年我国保健酒行业销售收入及增长对比	42
图表 4 济南保健酒消费者年龄特征	51
图表 5 保健酒饮用动机	53
图表 6 2016年1-9月全国发酵酒精(折96度，商品量)产量分省市统计表	95
图表 7 2016年1-9月全国白酒(折65度，商品量)产量分省市统计表	110
图表 8 2016年1-9月全国啤酒产量分省市统计表	122
图表 9 2016年1-9月全国葡萄酒产量分省市统计表	130
图表 10 2012-2016年我国保健酒行业工业总产值及增长情况	147
图表 11 2012-2016年我国保健酒行业工业总产值及增长对比	148
图表 12 2012-2016年我国保健酒行业利润总额及增长情况	175
图表 13 2012-2016年我国保健酒行业利润总额及增长对比	175
图表 14 近3年劲牌有限公司资产负债率变化情况	180
图表 15 近3年劲牌有限公司产权比率变化情况	181
图表 16 近3年劲牌有限公司固定资产周转次数情况	182
图表 17 近3年劲牌有限公司流动资产周转次数变化情况	183
图表 18 近3年劲牌有限公司总资产周转次数变化情况	184
图表 19 近3年劲牌有限公司销售毛利率变化情况	185

图表 20 海南椰岛(集团)股份有限公司最新财务指标 189
图表 21 海南椰岛(集团)股份有限公司最新财务比率 190
图表 22 海南椰岛(集团)股份有限公司资产负债 193
图表 23 海南椰岛(集团)股份有限公司利润表 195
图表 24 海南椰岛(集团)股份有限公司现金流量 197
图表 25 海南椰岛(集团)股份有限公司收入分布 200
图表 26 近3年浙江致中和酒业有限公司资产负债率变化情况 203
图表 27 近3年浙江致中和酒业有限公司产权比率变化情况 204
图表 28 近3年浙江致中和酒业有限公司固定资产周转次数情况 205
图表 29 近3年浙江致中和酒业有限公司流动资产周转次数变化情况 206
图表 30 近3年浙江致中和酒业有限公司总资产周转次数变化情况 206
图表 31 近3年浙江致中和酒业有限公司销售毛利率变化情况 207
图表 32 烟台张裕集团有限公司最新财务指标 210
图表 33 烟台张裕集团有限公司最新财务比率 211
图表 34 烟台张裕集团有限公司资产负债 214
图表 35 烟台张裕集团有限公司利润表 217
图表 36 烟台张裕集团有限公司现金流量 218
图表 37 烟台张裕集团有限公司收入分布 221
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284534.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专业提供投资咨询报告、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。