



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国保健酒企业市场营销策划市 场分析及发展趋势研究报告（2 007 ~ 2008）

## 一、调研说明

《中国保健酒企业市场营销策划市场分析及发展趋势研究报告（2007～2008）》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/39854.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

中国保健酒行业是一个成长性的行业,市场尚处于发展期,目前尚没有一个全国性的领导品牌,整个产业还处于一个不稳定的状态。因此,研究其营销策略应该是一项长期的、重要的工作。本报告是根据课题组实地调研所取得的资料,运用现代市场营销理论和方法,以保健酒产品为主要对象,就营销环境、机会威胁、优势劣势、竞争态势等内容进行了系统、深入的分析、研究,在此基础上提出了市场的营销组合策略。本报告针对保健酒企业营销工作中遇到的实际问题,综合运用波特五力量理论、SWOT分析方法以及营销组合等相关营销及战略理论,通过对保健酒企业内外部环境分析,识别出销售处面临的机会和威胁以及相对于竞争对手的优势和劣势,并制定出了销售处的市场营销战略和营销策略以及相应的保障措施。所有这些策略和措施都系统地构建了保健酒产品的营销战略体系,其中既有营销战略分析框架,也有明确的战略行动计划。因此,该报告具有一定的参考价值。

### 【 目 录 】

#### 第1章：前言

##### 第1节：报告的意义和目的

##### 第2节：报告的研究方法和技术路线

#### 第2章：保健酒营销策略的理论基础

##### 第1节：分析营销机会

###### 1.外部环境分析

###### 2.内部环境分析

##### 第2节：研究和选择目标市场

###### 1.市场细分

###### 2.目标市场选择

###### 3.市场定位

##### 第3节：设计营销战略

###### 1.保健酒产品组合策略

###### 2.保健酒产品寿命周期及策略

3.保健酒新产品开发策略

4.保健酒产品品牌策略

第4节：确定营销组合

1.4Ps理论

2.4Cs理论

3.4Rs理论

第5节：管理营销活动

第3章：保健酒市场营销现状分析

第1节：国际保健酒市场分析

1.国际主要保健酒市场分析

2.国际保健酒市场主要企业

第2节：国内保健酒市场分析

1.保健酒企业类型分析

2.保健酒业务分析

3.潜在的市场分析

第4章：保健酒企业内、外部环境分析

第1节：保健酒企业内部环境分析

1.背景介绍

2.员工心理状况和机构设置

3.主营产品及其竞争状况

4.销售网络和销售状况

第2节：保健酒企业外部环境分析

1.一般环境分析

2.作业环境分析

3.流通环节分析

第3节：SWOT分析

1.优势

2.劣势

3.机遇

4.威胁

## 第5章：保健酒企业的营销战略与策略

### 第1节：保健酒企业的营销战略

#### 1.战略定位

#### 2.战略步骤

### 第2节：保健酒企业的营销策略

#### 1.产品策略

#### 2.价格策略

#### 3.促销策略

#### 4.通路策略

## 第6章：保健酒企业营销保障措施

### 第1节：加强销售团队建设和管理

#### 1.扩大销售队伍规模

#### 2.加强销售队伍培训

#### 3.完善激励与约束机制

### 第2节：强化通路管理

#### 1.通路成员的选择

#### 2.通路成员的激励

#### 3.客情关系的增进

#### 4.通路冲突的管理与控制

### 第3节：搞好物流管理

### 第4节：订单管理

#### 1.日常仓储管理

#### 2.出入库管理

#### 3.运输管理

### 第5节：加强产品形象管理

#### 1.产品陈列管理

#### 2.宣传用品管理

#### 3.促销活动管理

## 结 论

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/39854.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](http://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。