



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年-2008年保健酒市场 深度调研分析报告

# 一、调研说明

《2007年-2008年保健酒市场深度调研分析报告》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/42389.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 保健酒行业发展状况分析 12

#### 第一节 行业政策解读 12

##### 一、政策研究 12

(一) 《保健食品注册管理办法》新内容 12

(二) 《保健食品注册管理办法》解读 13

##### 二、行业规划 14

(一) 统一完善保健酒标准化体系 15

(二) 严格执行国家相关强制性标准 15

(三) 建设规范化的保健酒原料基地 16

(四) 加强管理标准化体系建设 16

#### 第二节 行业运行概况 16

##### 一、保健酒行业形势分析 16

(一) 销售额分析 16

(二) 主要品牌动态 17

##### 二、“一超多强”格局初定 17

##### 三、保健酒市场分析 18

(一) 保健酒成为酒业热点 18

(二) 年轻消费群市场分析 18

(三) 市场推广 19

(四) 品牌分析 19

##### 四、固定资产投资状况 20

(一) 最大保健酒生产基地落成投产 20

(二) 椰岛集团企业环境建设 20

(三) 五粮液集团投资保健酒市场 21

(四) 海南椰岛与ST天颐主营业务资产重组 21

##### 五、重点区域与热点产品分析 21

(一) 重点区域产品分析 21

(二) 热点产品分析 23

##### 六、行业经营形势 26

- (一) 行业存在的问题 26
- (二) 保健酒行业发展优势 27
- (三) 技术的创新推进保健酒行业现代化 28
- (四) 中金亿分析 28

## 第二章 保健酒行业产业链分析 29

### 第一节 产业链总体分析 29

#### 一、行业产业链概况 29

##### (一) 完整产业链条 29

##### (二) 行业基本特征 30

#### 二、信贷营销细分目标客户 33

### 第二节 关联行业分析 34

#### 一、行业替代竞争分析 34

##### (一) 白酒 35

##### (二) 啤酒 35

##### (三) 葡萄酒 36

##### (四) 黄酒 36

##### (五) 中金亿分析 37

#### 二、动物资源 37

##### (一) 野生动物资源现状 37

##### (二) 野生动物保护措施 40

#### 三、中药材市场状况 41

##### (一) 市场分析 41

##### (二) 流通分析 41

##### (三) 检测标准 42

#### 四、粮谷市场价格分析 43

##### (一) 影响粮食价格因素 43

##### (二) 市场发展趋势 44

#### 五、关联行业投融资动态 44

## 第三章 保健酒行业运行动态深度分析 46

### 第一节 细分行业运行动态分析 46

一、全国	46
(一) 品牌分析	46
(二) 规模分析	47
(三) 市场分析	47
(四) 行业竞争分析	48
(五) 行业龙头分析	49
(六) 替代竞争分析	49
二、保健酒行业的SWOT分析	50
(一) 优势分析	50
(二) 劣势分析	51
(三) 机会分析	51
(四) 威胁分析	51
三、湖北市场分析	51
(一) 市场需求分析	51
(二) 企业品牌分析	52
(三) 市场通路分析	53
(四) 企业产品核心要素分析	54
(五) 产品价格分析	55
(六) 产品品质分析	55
(七) 市场细分	56
(八) 劲牌成为区域经济一体化的生力军	57
四、湖北劲酒	58
(一) 劲牌有限公司简介	58
(二) 劲牌营销绩效分析	59
(三) 中国劲酒荣膺保健酒业首批“中国名牌”	60
(四) 劲牌“林业产业化龙头企业”	60
(五) 劲牌公司生产线将全面实行全自动顺序装箱	61
(六) 劲牌建成国内领先的生物提取车间	61
(七) 国家知识产权局援助劲牌公司	62
(八) 劲牌公司资源和环境保护“共赢”	62
(九) 技术创新支持劲牌猛进	63
(十) 企业中长期战略	65

## 第二节 行业成本结构分析 67

### 一、行业成本 67

### 二、企业成本 68

## 第三节 行业发展趋势分析 68

### 一、行业运行周期分析 68

### 二、未来5年特色竞争占据主导地位 69

### 三、保健酒作为第四势力悄然兴起 69

### 四、保健酒行业井喷为时不远 70

## 第四节 行业特点分析 71

### 一、保健酒竞争范围分析 71

### 二、壁垒分析 72

#### （一）技术壁垒 72

#### （二）行标壁垒 72

#### （三）市场差异化 72

#### （四）中金亿分析 72

## 第四章 保健酒行业信贷营销依据 74

### 第一节 行业投资机会分析 74

#### 一、保健酒创造财富第五波 74

#### 二、市场将在竞争中做大 75

##### （一）低档保健酒市场竞争加剧 75

##### （二）礼品市场竞争加剧 75

##### （三）高端保健酒市场将有所发展 75

##### （四）人才争夺战将拉开序幕 76

##### （五）保健酒行业面临重新洗牌 76

#### 三、保健酒市场潜力巨大 76

### 第二节 同业银行信贷资金投放情况分析 77

#### 一、同业信贷案例分析 77

##### （一）农行湖北省黄石分行贷款注入农业产业链 77

##### （二）湖北省大冶市金融机构支持农业产业化企业 78

##### （三）重庆市商业银行加强酒类项目资金支持 79

##### （四）贵州酿酒产业金融支持 79

二、贷款结构分析	80
(一) 兴业银行	80
(二) 交通银行	81
第三节 目标子行业与重点客户	82
一、重点客户分析	82
(一) 劲牌有限公司	82
(二) 海南椰岛股份有限公司	83
(三) 浙江致中和酒业有限公司	85
(四) 张裕集团	86
(五) 山西杏花村汾酒集团	87
(六) 五粮液集团保健酒有限责任公司	87
(七) 宁夏香山酒业(集团)有限公司	88
(八) 上海交大昂立股份有限公司	89
二、拟、在建项目案例分析	89
(一) 湖北劲牌公司项目	90
(二) 其他	92
第四节 行业授信策略	94
一、信贷政策总体原则	94
二、与保健酒行业相关的信贷营销产品分类	95
(一) 行业整体信贷形势分析	95
(二) 内需增长将持续	95
(三) 挖掘长期通胀存在的机会	96
(四) 看好奥运受益企业	96
(五) 信贷支持类	96
(六) 信贷维持类	97
(七) 信贷减持类	98
三、中金亿授信方案	98
(一) 具体授信客户的产品市场容量	99
(二) 被授信企业产品成长性	99
(三) 把握被授信企业市场战略的合理性	100
(四) 被授信企业的技术水平及研发能力	100
(五) 行业政策对信贷影响的关键因素	103

第五章 保健酒行业信贷风险汇总	105
第一节 行业风险提示	105
一、宏观调控政策影响分析	105
（一）《野生动物保护法》及《陆生野生动物保护实施条例》影响分析	105
（二）“药健字”取消影响分析	106
（三）GMP认证化解行业信任危机	109
二、市场风险	110
（一）整体品牌知名度低	110
（二）市场细分不足	110
（三）连带效应影响	111
（四）自身弊端阻碍产业发展	111
三、供应链风险	111
四、财务风险	112
五、行业周期风险	112
六、通胀影响分析	113
第二节 行业风控分析	113
一、风控措施分析	113
（一）解决定位问题	113
（二）增加科技元素	114
（三）扩大消费市场	114
二、银行授信策略分析	115
（一）保健酒项目信贷策略分析	115
（二）鹿龟酒项目信贷策略分析	115
三、劲酒信贷风控分析	115
（一）市场竞争潜在风险依然存在	115
（二）受制保健品批号的局限	116
（三）价格低廉的弊端	116
（四）缺乏资源的硬伤	116
四、风险汇总表	117



表格 1 不同年龄段的消费者对保健酒的功效需求	56
表格 2 海南椰岛股份有限公司经济指标	84
表格 3 张裕集团经济指标	86
表格 4 山西杏花村汾酒集团2007年1-3季度经济指标	87
表格 5 上海交大昂立公司经济指标	89
表格 6 湖北省劲牌公司产学研合作项目二	91
表格 7 湖北省劲牌公司产学研项目三	91
表格 8 湖北省劲牌公司产学研合作项目四	92
表格 9 湖北灵山酒业产学研项目	92
表格 10 湖北当阳市中小企业酒精项目	93
表格 11 信贷支持类	96
表格 12 信贷维持类产品项目	97
表格 13 信贷减持类产品项目	98
表格 14 行业风险汇总表	117

## 图表目录

图表 1 行业产业链示意图	29
图表 2 曾经饮用过保健酒的消费者比例统计（按年龄阶段分）	51
图表 3 消费者对保健酒的认知	52
图表 4 消费者对保健酒的认知渠道	52
图表 5 消费者对保健酒的品牌认同	52
图表 6 保健酒的消费者购买渠道分析	53
图表 7 保健酒消费者关注因素分析	54
图表 8 保健酒的消费者信任因素分析	54
图表 9 保健酒的消费者口感选择	55
图表 10 消费者对保健酒的容量选择	55
图表 11 消费者对保健酒的功效需求	56
图表 12 保健酒的消费者购买动机分析	56
图表 13 兴业银行贷款分析（单位：千元）	80
图表 14 交通银行贷款分析（单位，百万元）	81
图表 16 湖北省劲牌公司产学研项目一	90
图表 17 国内知名品牌保健酒市场份额统计	99

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42389.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。