



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国保健酒业市场分析及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《中国保健酒业市场市场分析及发展趋势研究报告》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/56352.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

### 中国保健酒业市场市场分析及发展趋势研究报告

#### 目录

#### 目录 1

#### 第一章、保健酒的定义及投资特性 7

##### 第一节、保健酒的定义与范畴 7

###### 一、保健酒的定义 7

###### 二、保健酒的文化与发展 8

##### 第二节、保健酒的投资特性 13

###### 一、市场规模预测 13

###### 二、市场成长及行业集中度 13

###### 三、竞争范围分析 15

###### 四、技术水平及研发能力 16

###### 五、现代化及标准化趋势 20

###### 六、壁垒分析 20

#### 第二章、保健酒市场现状及动态 21

##### 第一节、保健酒市场现状及动态 21

###### 一、整风运动引发市场洗牌 21

###### 二、SARS风波促使保健酒热销 23

###### 三、酒业巨头纷纷进军保健酒 24

###### 四、保健酒业规模化发展 24

###### 五、保健酒群雄逐鹿，四分天下 26

###### 六、古岭神酒领跑深圳保健酒市场 29

###### 七、区域市场竞争分析（广东、上海、北京） 30

##### 第二节、保健酒业存在的问题与发展战略 34

###### 一、保健酒存在的问题及SWOT分析 34

###### 二、近期保健酒发展特点及企业发展策略 40

###### 三、SARS之后的保健酒营销规划 47

### 第三章、消费者分析 53

#### 第一节、消费者的认知分析 53

##### 一、消费者特征及划分 53

##### 二、消费者的认知分析 55

##### 三、消费者的购买渠道分析 56

#### 第二节、影响消费者的因素 58

##### 一、消费者的关注因素分析 58

##### 二、消费者承受的价位分析 59

##### 三、消费者的喜好因素分析 59

##### 四、消费者需求结构分析 60

### 第四章、优势品牌及企业分析 62

#### 第一节、劲酒 62

##### 一、销售及终端 62

##### 二、产品及品牌 63

##### 三、技术改造 64

#### 第二节、椰岛鹿龟 65

##### 一、销售及公关活动 65

##### 二、经营状况 66

##### 三、技术改造 68

#### 第三节、张裕至宝三鞭酒 69

##### 一、公关及市场策略 69

##### 二、经营状况 71

##### 三、信息化建设 72

#### 第四节、致中和 73

##### 一、营销及公关活动 73

##### 二、致中和第二生产基地和生态养身城项目 75

#### 第五节、杏花村“竹叶青” 76

##### 一、竹叶青的公关活动及文化营销 76

##### 二、技术改造 78

#### 第六节、五粮液“龙虎酒”与茅台“不老酒” 79

- 一、五粮液“龙虎酒”加大市场开拓力度 79
- 二、茅台“不老酒” 80
- 三、“龙虎酒”及“不老酒”的侵权之争 81

## 第五章、行业政策环境分析 83

### 第一节、“药健字”的取消及其影响 83

- 一、“药健字”及其取消的原因 83
- 二、“药健字”取消的影响 84

### 第二节、《野生动物保护法》及《陆生野生动物保护实施条例》 87

### 第三节、GMP及GAP认证趋势 90

- 一、保健酒厂家的GMP认证趋势 90
- 二、中药材的GAP认证趋势 92

## 第六章、营销策略分析 96

### 第一节、营销渠道及方式现状分析 96

### 第二节、保健酒的品牌命名策略及市场推广 101

- 一、保健酒的命名与策略 101
- 二、市场推广操作 106

### 第三节、保健酒的软文宣传 108

### 第四节、细分产品，终端制胜 109

### 第五节、典型案例 112

- 一、38度劲酒市场开发策略 112
- 二、赋予保健酒发展的灵魂——椰岛鹿龟的定位 120
- 三、新疆雪莲红花补酒的4C策略 121
- 四、“昂立养身酒”的尾随策略 132

## 第七章、产品开发及投资动态 136

### 第一节、新产品及新原料 136

- 一、产品需求趋势 136
- 二、银杏保健酒 137
- 三、膳食纤维保健酒 139
- 四、菌类保健酒 139

五、蔬菜类保健酒 139

六、竹制品保健酒 140

七、其他 141

第二节、生物技术在保健酒研发中的运用 141

一、萃取技术 141

二、分子蒸馏技术 143

三、保健酒去沉淀技术 145

第三节、各地保健酒的投资动态 150

一、新疆木垒县保健酒项目 150

二、河北任丘市保健酒业项目 150

三、河北新野鹿茸保健酒项目 151

四、海南威阳保健酒项目 151

五、广西桂林猕猴桃保健酒项目 152

六、重庆奇正公司“智慧神”补脑保健酒项目 153

七、湖北巴东银杏酒项目 154

八、四川恒力银杏生物保健酒项目 155

纸制版2000美金；电子版2300美金；

纸制版 + 电子版 = 2500美金

A020

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56352.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。