

2024-2030年中国保健酒市场深度调研与前景趋势 报告

报告大纲

一、报告简介

官网地址：<https://www.gonyn.com/report/1705024.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：8000元 电子和纸介版: 8500元

订购电话: 010-69365838 / 400-700-9228

电子邮箱: kefu@gonyn.com

联系人: 李经理

二、报告目录及图表目录

保健酒是酒与药结合产生的全新酒品，是指喝后对人体有保健作用的酒，是传统药酒的分支，是普通白酒的延伸。其主要特点是在酿造过程中加入了药材，主要以养生健体为主，有保健强身的作用，其用药讲究配伍，根据其功能可分为补气、补血、滋阴、补阳和气血双补等类型。根据保健酒原材料的不同，以及各产品的配方差别，形成了具有各种不同功效的保健酒种类。这些产品的类型主要包括肾功能保健酒、延年益寿保健酒、功能强化保健酒、营养保健酒和其他保健酒。

目前我国取得国家食品药品监督管理局批文的保健酒总数达到528个，其中张裕A批文数为8个，劲牌批文数为6个。

2017年我国保健酒市场约284.4亿元，保健酒产销量分别达到了82.55万千升、77.82万千升。2017年，中国保健酒行业市场规模为516.84亿元。

目前劲酒在行业内处于绝对领先地位，2017年劲牌公司实现营业收入104.9亿元，上缴税金25.8亿元，两项指标再创新高。无论是在总的销售额上，还是在品牌知名度方面都处于领先地位，而且其在中低端产品市场、餐饮市场以及渠道布局方面具有明显的优势，其他企业短时间内很难改变这一局面。

行业内的竞争主要在行业第二集团之间展开。这一位置集中了保健酒行业的众多知名企业，这些企业包括椰岛鹿龟酒、竹叶青酒、致中和五加皮、张裕三鞭酒和古岭神酒等。同时大多数中小保健酒企业、区域性保健酒企业、功能性保健酒企业等也积极向这一块靠近，进一步加剧了行业内的竞争。

预计2024年，中国保健酒行业市场规模为921.31亿元。

共研网发布的《2024-2030年中国保健酒市场深度调研与前景趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

第一章 保健酒行业发展概述

第一节 保健酒基本概念

第二节 保健酒产业链分析

第二章 2022年中国保健酒产业运行环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

第二节 2022年中国保健酒政策法规环境分析

第三节 2022年中国保健酒社会环境分析

第三章 2022-2023年中国保健酒运行形势分析

第一节 2022-2023年全国保健酒市场规模分析

第二节 2022-2023年中国保健酒市场需求分析

第三节 2022-2023年中国保健酒市场价格分析

第四节 2022-2023年对中国保健酒市场的分析及思考

第四章 2022-2023年中国保健酒市场行为研究分析

第一节 2022-2023年中国消费者行为研究

第二节 2022-2023年中国终端研究

一、店员推荐品牌

二、消费者购买情况

三、零售终端铺货情况

第五章 2022-2023年中国保健酒消费市场分析

第一节 2022-2023年中国保健酒市场特征分析

一、保健酒市场消费特征

二、保健酒消费者行为分析

三、保健酒市场特征分析

第二节 2022-2023年中国消费行为及心理分析

一、主要城市保健酒市场调查

二、消费者青睐的品牌

第六章、中国保健酒行业重点产品发展运行分析

第一节 肾功能保健酒市场

第二节 延年益寿酒市场

第三节 功能强化酒市场

第四节 营保健酒市场

第五节 淡化保健酒功能的保健酒市场

第七章 2022-2023年中国保健酒行业市场竞争格局分析

第一节 2022-2023年中国保健酒行业竞争格局概况

一、保健酒行业集中度分析

二、保健酒行业竞争程度分析

第二节 2022-2023年中国保健酒产业研发力分析

一、保健酒产业研发重要性分析

二、中外保健酒研发投入和运作方式对比

三、中国保健酒研发力问题分析

第三节 2022-2023年中国保健酒行业竞争格局分析

第四节 2022-2023年保健酒品牌竞争分析

第五节 近年中国保健酒企业提升竞争力策略分析

第八章 2019-2022年中国保健酒产业重点企业竞争力分析

第一节 劲酒

一、企业介绍

二、企业经营业绩分析

三、企业市场份额

四、企业未来发展策略

第二节 椰岛鹿龟酒

一、企业介绍

二、企业经营业绩分析

三、企业市场份额

四、企业未来发展策略

第三节 竹叶青酒

一、企业介绍

二、企业经营业绩分析

三、企业市场份额

四、企业未来发展策略

第四节 致中和五加皮

一、企业介绍

二、企业经营业绩分析

三、企业市场份额

四、企业未来发展策略

第五节 张裕三鞭酒

一、企业介绍

二、企业经营业绩分析

三、企业市场份额

四、企业未来发展策略

第六节 古岭神酒

一、企业介绍

二、企业经营业绩分析

三、企业市场份额

四、企业未来发展策略

第九章 2024-2030年中国保健酒行业发展趋势与投资预测分析

第一节 2024-2030年中国保健酒行业发展前景分析

一、全球保健酒行业发展前景分析

二、中国保健酒行业发展前景分析

第二节 2024-2030年中国保健酒市场趋势分析

一、保健酒价格走势分析

二、保健酒营销趋势分析

三、保健酒技术革新趋势

第三节 2024-2030年中国保健酒行业投资机会分析

第四节 2024-2030年中国保健酒行业投资风险分析

第十章 2024-2030年中国保健酒行业投资战略研究

第一节 2024-2030年中国保健酒市场策略分析

一、保健酒价格策略分析

二、保健酒渠道策略分析

第二节 2024-2030年中国保健酒销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 2023-2029年对中国保健酒品牌的战略思考

详细请访问：<https://www.gonyn.com/report/1705024.html>