

2023-2029年中国保健酒市 场竞争战略分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2023-2029年中国保健酒市场竞争战略分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/P74380Z7NT.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2023-05-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2023-2029年中国保健酒市场竞争战略分析及投资前景研究报告》介绍了保健酒行业相关概述、中国保健酒产业运行环境、分析了中国保健酒行业的现状、中国保健酒行业竞争格局、对中国保健酒行业做了重点企业经营状况分析及中国保健酒产业发展前景与投资预测。您若想对保健酒产业有个系统的了解或者想投资保健酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 保健酒的相关概述

1.1 保健品的介绍

1.1.1 保健品的定义

1.1.2 保健品的分类

1.1.3 保健品的特点

1.1.4 保健品产生的原因

1.2 保健酒的概述

1.2.1 保健酒含义及特点

1.2.2 保健酒的主要分类

1.2.3 保健酒的基本功效

1.2.4 保健酒的生产工艺

1.2.5 保健酒和药酒的异同点

第二章 2021-2023年保健品行业调研

2.1 2021-2023年中国保健品行业发展综述

2.1.1 保健品行业发展历程

2.1.2 保健品行业发展动因

2.1.3 保健品市场现状总析

2.1.4 保健品发展势头迅猛

2.1.5 保健品备受投资者青睐

2.1.6 保健品行业未来发展规划

2.2 2021-2023年中国保健品行业注册情况

2.2.1 保健品批件发布总体情况

2.2.2 保健品注册分布情况（按时间）

2.2.3 保健品注册分布情况（按区域）

2.2.4 保健品注册分布情况（按企业）

2.2.5 保健品注册分布情况（按剂型）

2.2.6 保健品注册分布（按保健功能）

2.3 中国保健品行业贸易情况

2.3.1 总体贸易情况

2.3.2 出口情况概述

2.3.3 进口情况概述

2.3.4 区域出口状况

2.3.5 出口品类情况

2.4 中国保健品行业发展问题分析

2.4.1 存在问题的原因

2.4.2 保健品发展瓶颈

2.4.3 保健品营销问题

2.4.4 行业不规范现象

2.4.5 与国外行业差距

2.5 中国保健品行业的发展对策

2.5.1 法律制度视角

2.5.2 政府监管视角

2.5.3 政策扶持视角

2.5.4 社会共治视角

第三章 2021-2023年保健酒行业的发展

3.1 保健酒行业的发展概况

3.1.1 我国保健酒市场迅猛发展

3.1.2 保健酒与中医药的深厚联系

3.1.3 中医药资源的开发和利用

3.1.4 保健酒业标准化发展态势

3.2 2021-2023年中国保健酒行业发展现状分析

3.2.1 保健酒行业产量规模

- 3.2.2 保健酒市场发展规模
- 3.2.3 保健酒业进出口情况
- 3.2.4 保健酒行业注册情况
- 3.3 先进技术在保健酒行业中的应用分析
 - 3.3.1 提取分离中药成分的应用
 - 3.3.2 新型包装生产技术的应用
 - 3.3.3 自动控制技术的应用
 - 3.3.4 先进检验检测技术的应用
- 3.4 保健酒行业发展存在的问题
 - 3.4.1 保健酒行业发展问题
 - 3.4.2 保健酒市场乱象频发
 - 3.4.3 保健酒产品生产困境
 - 3.4.4 保健酒业同质化问题
 - 3.4.5 保健酒产品质量问题
 - 3.4.6 保健酒行业认知问题
 - 3.4.7 疫情影响保健酒业发展
- 3.5 保健酒行业发展对策分析
 - 3.5.1 保健酒行业发展建议
 - 3.5.2 保健酒技术创新路径
 - 3.5.3 保健酒品牌经营创新
 - 3.5.4 保健酒亲民营销服务
 - 3.5.5 保健酒质量控制措施

第四章 中国保健酒消费市场发展分析

- 4.1 2021-2023年保健酒市场新品种的开发状况
 - 4.1.1 膳食纤维保健酒
 - 4.1.2 蔬菜类保健酒
 - 4.1.3 虫草灵芝保健酒
 - 4.1.4 绿蛛保健酒
 - 4.1.5 雄蚕蛾保健酒
- 4.2 2021-2023年保健酒市场消费状况
 - 4.2.1 保健酒市场消费特征
 - 4.2.2 保健酒年轻人消费误区

- 4.2.3 保健酒消费逐渐年轻化
- 4.2.4 保健酒养生消费发展机会
- 4.3 中国保健酒直播电商销售发展分析
 - 4.3.1 保健酒企直播布局动态
 - 4.3.2 保健酒+直播投资策略
 - 4.3.3 保健酒+直播趋势预测
- 4.4 保健酒市场消费者行为探讨
 - 4.4.1 样本数据说明
 - 4.4.2 样本基本特征
 - 4.4.3 保健酒认知分析
 - 4.4.4 保健酒饮用行为
 - 4.4.5 保健酒饮用评价
 - 4.4.6 保健酒购买行为

第五章 2021-2023年部分地区保健酒市场调研

- 5.1 广东
 - 5.1.1 典型产品介绍
 - 5.1.2 市场品牌格局分析
 - 5.1.3 本土品牌发展挑战与建议
 - 5.1.4 深圳保健酒市场布局
 - 5.1.5 产业发展趋势及展望
- 5.2 山东
 - 5.2.1 市场发展概况
 - 5.2.2 企业布局分析
 - 5.2.3 产业发展问题
 - 5.2.4 产业发展方向
- 5.3 江苏
 - 5.3.1 发展市场容量
 - 5.3.2 企业布局状况
 - 5.3.3 市场竞争力分析
 - 5.3.4 产业发展问题及策略
 - 5.3.5 产业发展趋势
- 5.4 浙江

- 5.4.1 市场发展特点
- 5.4.2 企业竞争格局
- 5.4.3 产品贸易分析
- 5.4.4 发展困境及举措
- 5.4.5 产业趋势预测
- 5.5 其他地区
 - 5.5.1 北京
 - 5.5.2 广西
 - 5.5.3 四川
 - 5.5.4 云南
 - 5.5.5 湖北
 - 5.5.6 福建

第六章 2021-2023年保健酒市场营销分析

- 6.1 中国保健酒市场营销状况
 - 6.1.1 数字化营销布局
 - 6.1.2 打造现代化营销体系
 - 6.1.3 因地制宜营销探索
 - 6.1.4 礼品酒营销分析
 - 6.1.5 着力消费者体验的营销
- 6.2 保健酒营销的突破点分析
 - 6.2.1 品牌（名）
 - 6.2.2 卖点
 - 6.2.3 渠道
 - 6.2.4 养生学
- 6.3 保健酒营销存在的问题
 - 6.3.1 企业营销误区
 - 6.3.2 营销意识缺失
 - 6.3.3 产品命名误区
 - 6.3.4 营销突出问题
- 6.4 保健酒营销的对策
 - 6.4.1 产品差异化追求
 - 6.4.2 开拓销售渠道

- 6.4.3 打造知名品牌
- 6.4.4 低端市场深度分销
- 6.4.5 强势品牌营销攻略
- 6.4.6 体验营销运作思路
- 6.5 保健酒营销发展趋势
 - 6.5.1 销售模式变化
 - 6.5.2 消费群圈层突破

第七章 2020-2023年保健酒重点企业分析

- 7.1 海南椰岛股份有限公司
 - 7.1.1 公司发展概况
 - 7.1.2 企业产品矩阵
 - 7.1.3 酒业发展成果
 - 7.1.4 经营效益分析
 - 7.1.5 业务经营分析
 - 7.1.6 财务状况分析
 - 7.1.7 核心竞争力分析
 - 7.1.8 企业发展困境
 - 7.1.9 公司投资前景
 - 7.1.10 未来前景展望
- 7.2 山西杏花村汾酒厂股份有限公司
 - 7.2.1 企业发展概况
 - 7.2.2 企业主要产品
 - 7.2.3 竹叶青销售情况
 - 7.2.4 经营效益分析
 - 7.2.5 业务经营分析
 - 7.2.6 财务状况分析
 - 7.2.7 核心竞争力分析
 - 7.2.8 公司投资前景
 - 7.2.9 未来前景展望
- 7.3 茅台保健酒公司
 - 7.3.1 公司发展概况
 - 7.3.2 企业变革换新

- 7.3.3 企业经营状况
- 7.3.4 企业营销手段
- 7.3.5 企业发展规划
- 7.4 浙江致中和酒业有限责任公司
 - 7.4.1 企业基本信息简介
 - 7.4.2 企业产品分析
 - 7.4.3 企业竞争优势分析
 - 7.4.4 未来前景展望
- 7.5 湖北劲牌有限公司
 - 7.5.1 企业基本信息简介
 - 7.5.2 企业发展历程回顾
 - 7.5.3 企业产品分析
 - 7.5.4 企业营收状况分析
 - 7.5.5 企业竞争优势分析
 - 7.5.6 保健酒出口机遇
 - 7.5.7 未来前景展望
- 7.6 宁夏红枸杞产业集团公司
 - 7.6.1 企业基本信息简介
 - 7.6.2 企业产品分析
 - 7.6.3 企业投融资情况
 - 7.6.4 企业竞争优势分析
 - 7.6.5 未来前景展望

第八章 2021-2023年保健酒主要替代品分析

- 8.1 白酒
 - 8.1.1 2021年中国白酒行业运行概况
 - 8.1.2 2022年中国白酒行业发展现状
 - 8.1.3 2023年中国白酒业运行现状
 - 8.1.4 白酒行业的总体发展趋势分析
- 8.2 啤酒
 - 8.2.1 2021年中国啤酒行业发展分析
 - 8.2.2 2022年中国啤酒行业发展状况
 - 8.2.3 2022年中国啤酒企业经营状况

8.2.4 2023年我国啤酒行业运行现状

8.3 葡萄酒

8.3.1 2021年中国葡萄酒行业发展概述

8.3.2 2022年中国葡萄酒行业发展状况

8.3.3 2023年中国葡萄酒行业发展现状

8.3.4 中国葡萄酒行业政策发展机遇

8.4 黄酒

8.4.1 2021年黄酒行业发展综述

8.4.2 2022年黄酒行业发展现状

8.4.3 2022年黄酒企业经营状况

第九章 2021-2023年保健酒竞争格局分析

9.1 保健酒市场竞争环境分析

9.1.1 现有竞争者

9.1.2 潜在进入者

9.1.3 替代品

9.1.4 供应商的议价能力

9.1.5 购买者的议价能力

9.2 2021-2023年新竞争时代下的保健酒行业发展

9.2.1 保健酒市场主体

9.2.2 保健酒竞争梯度

9.2.3 保健酒品牌榜单

9.2.4 保健酒竞争激烈

9.2.5 保健酒品牌分布

9.3 保健酒主流品牌的竞争

9.3.1 名牌战略引导保健酒业竞争

9.3.2 保健酒头部品牌的发展路径

9.3.3 保健酒业头部品牌资本入局

9.3.4 保健酒业头部企业战略扩充

9.3.5 保健酒业主流品牌布局动态

9.4 保健酒竞争四大定位

9.4.1 消费者细分——开拓新品类

9.4.2 产品细分——发展新市场

9.4.3 价格细分——抢占新热点

9.4.4 渠道细分——完胜终端

9.5 保健酒的竞争策略探析

9.5.1 定位策略

9.5.2 产品策略

9.5.3 价格策略

9.5.4 分销策略

9.5.5 广告、宣传、促销策略

第十章 保健酒行业的趋势预测及趋势

10.1 保健酒行业的趋势预测展望

10.1.1 保健酒发展机遇

10.1.2 保健酒发展趋势

10.1.3 保健酒市场前景

10.1.4 保健酒消费需求大

10.2 中国保健酒行业发展预测分析

10.2.1 中国保健酒行业影响因素

10.2.2 中国保健酒市场规模预测

附录

附录一：《保健食品管理办法》

附录二：《保健食品注册与备案管理办法（2020年修订版）》

附录四：《中华人民共和国食品安全法》

图表目录

图表1 保健酒种类及功效

图表2 保健酒生产工艺

图表3 国内企业开发的部分保健酒

图表4 同仁堂开发的药酒（批准文号为“国药准字”）

图表5 中国保健品行业发展历程

图表6 2014-2022年中国保健品行业融资整体情况

图表7 2014-2022年中国保健品行业投融资单笔融资情况

图表8 2015-2022年中国保健品行业投融资轮次情况（按事件数量）

图表9 2022年中国保健品行业投融资区域分布（按事件数量）

图表10 2018-2022年中国保健品行业投资主体分布

- 图表11 2018-2022年我国保健品行业的主要投融资事件（一）
 - 图表12 2018-2022年我国保健品行业的主要投融资事件（二）
 - 图表13 2018-2022年我国保健品行业的主要投融资事件（三）
 - 图表14 2018-2022年我国保健品行业的主要投融资事件（四）
 - 图表15 2018-2022年我国保健品行业的主要投融资事件（五）
 - 图表16 2018-2022年我国保健品行业的主要投融资事件（六）
 - 图表17 2011-2022年中国保健品行业发展规划汇总
 - 图表18 2022年保健食品批件发布总体情况
 - 图表19 2022年保健食品获批数量（按获批时间）
 - 图表20 2022年保健食品不同地区（省、直辖市、自治区）注册数量
 - 图表21 2022年获得保健食品新产品注册批件前五的企业
 - 图表22 2022年保健食品不同剂型注册数量
 - 图表23 2022年申报的保健功能属于补充维生素/矿物质的产品介绍
 - 图表24 2022年保健食品不同保健功能注册数量
 - 图表25 2008-2021年中国营养保健食品进出口金额
 - 图表26 2021年营养保健食品出口市场情况
 - 图表27 2021年营养保健食品不同月份出口情况
 - 图表28 2021年营养健康进口市场情况
 - 图表29 2021年营养保健食品不同月份的进口情况分析
- ……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/P74380Z7NT.html>