

# 2024-2030年中国保健酒行业分析与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国保健酒行业分析与市场运营趋势报告》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.cction.com/report/202310/418594.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

保健酒是以蒸馏酒、发酵酒或食用酒精为基酒，加入符合国家有关规定的原料、辅料或食品添加剂，经注册或备案，并声称具有保健功能的饮料酒。它适用于特定人群食用，有调节机体的功能，但不以治疗为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害。我国保健酒有数千年的历史，是传统医学的重要组成部分，历史上多称为药酒，通常有治疾健身的功效。而随着科技进步，从中药浸酒的基础上发展到利用萃取、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。中企顾问网发布的《2024-2030年中国保健酒行业分析与市场运营趋势报告》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，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 保健酒行业发展概述 1 第一节 保健酒行业概述 1 一、保健酒的定义 1 二、保健酒的酒文化 1 三、传统保健酒与现代保健酒 4 四、强化传统保健酒的文化内涵 5 第二节 保健酒行业投资特性 5 一、市场成长阶段 5 二、竞争情况分析 5 目前，中国保健酒行业市场格局逐渐明晰，根据销售区域的范围，基本形成了三个梯队。第一梯队为全国性的市场销售的企业，代表酒类有劲酒、茅台养生酒系列等；第二梯队为区域性市场销售的企业，代表酒类包括致中和、张裕三鞭酒等；第三梯队为地方性市场销售的企业，代表酒类包括松茸酒等。

三、保健酒行业投资壁垒分析 6 四、产品升级加速高端化市场有待形成 6 第三节 我国酿酒业发展分析 6 一、酿酒行业发展情况分析 6 二、酿酒行业产量增长分析 7 三、酿酒行业收入增长分析 8 四、酿酒行业利润增长分析 9 五、酿酒行业发展形势分析 10 六、&ldquo;十四五&rdquo;期间酿酒行业发展趋势预测 11 第二章 保健酒市场发展分析 14 第一节 中国保健酒现状调研 14 一、我国保健酒行业发展态势 14 二、我国保健酒市场发展概况 14 三、保健酒市场规模增长 15 第二节 保健酒行业发展分析 15 一、保健酒行业分析 15 二、保健酒市场存在的问题 16 三、保健酒标准助力行业规范发展 16 四、成熟品牌保健酒将迎来加速发展期 17 第三节 我国保健酒行业发展特征 18 一、&ldquo;大而强&rdquo;与&ldquo;小而美&rdquo;共生 18 二、保健酒&ldquo;泛保健化&rdquo; 18 三、保健酒市场同质化严重 18 第四节 国外保健酒发展借鉴分析 19 一、国内外主流保健酒比较分析 19 二、德国草药酒市场分析 20 三、法国廊酒市场分析 21 四、国际香甜酒市场分析 22 五、日本养命酒市场分析 23 第五节 保健酒行业发展策略分析 23 一、保健酒产品创新是前提 23 二、保健酒2+1市场是主流 24 三、保健酒品牌定位是关键 25 四、保健酒技术工艺仍可提升 25 第三章 上游原材料市场分析 26 第一节 药用动物市场分析 26 一、我国药用动物发展现状 26 二、我国药用动物市场行情分析 27 三、我国药用动物市场重点品种分析 27 四、我国药用动物市场趋势分析 29 第二节 中药材市

场分析 30 一、全国中药材市场发展 30 二、我国中药材产业特点 31 三、中药材市场走势及其前景 33 四、代表地区中药材的发展情况 34 第三节 原酒市场分析 42 一、我国发酵酒精发展分析 42 二、我国发酵酒精主要经济指标 42 第四节 粮食市场分析 42 一、我国粮食的产量情况分析 42 二、粮食价格波动的因素 43 三、我国谷物进出口情况分析 44 第四章 保健酒竞争产品分析 46 第一节 白酒发展分析 46 一、我国白酒市场发展情况分析 46 二、我国白酒经济运行分析 47 三、我国白酒行业发展展望 48 第二节 啤酒发展分析 52 一、中国啤酒行业发展现状调研 52 二、我国啤酒经济运行分析 53 三、我国啤酒行业发展趋势预测分析 53 第三节 葡萄酒发展分析 56 一、葡萄酒行业发展情况分析 56 二、我国葡萄酒产量情况分析 57 三、我国葡萄酒进出口分析 58 四、我国葡萄酒市场发展趋势预测分析 58 第四节 黄酒发展分析 59 一、我国黄酒行业发展情况分析 59 二、我国黄酒经济运行分析 60 三、黄酒行业发展趋势预测分析 61 第六节 其他酒发展分析 63 一、露酒市场 63 二、果酒市场 64 第五章 保健酒相关产业分析 65 第一节 保健品政策环境 65 一、我国保健品行业政策发展历程 65 二、我国保健品行业相关政策规范 65 三、我国保健品行业相关规划 68 第二节 保健品发展分析 68 一、保健品市场规模分析 68 二、保健品行业存在问题 68 三、保健品市场驱动因素 69 四、中国保健品市场趋势分析 70 第六章 保健酒行业竞争分析 72 第一节 保健酒行业竞争分析 72 一、保健酒行业竞争现状分析 72 二、保健酒市场格局分析 72 第二节 2021-保健酒市场新进状况分析 72 一、南京同仁堂入局药酒 72 二、修正酒业发力养生酒板块 73 第三节 保健酒行业品牌发展分析 74 一、保健酒行业品牌区域格局分析 74 二、保健酒品牌市场表现状况分析 74 三、成功保健酒品牌营销策略 75 第七章 保健酒重点企业分析 76 第一节 劲牌有限公司 76 一、企业概况 76 二、保健酒业务 76 三、企业经营情况分析 77 四、企业发展战略 78 第二节 海南椰岛(集团)股份有限公司 78 一、企业概况 78 二、保健酒业务 78 三、企业经营情况分析 79 四、企业发展战略 81 第三节 浙江致中和实业有限公司 82 一、企业概况 82 二、保健酒业务 82 三、企业经营情况分析 83 四、企业发展战略 83 第四节 烟台张裕集团有限公司 84 一、企业概况 84 二、保健酒业务 84 三、企业经营情况分析 85 四、企业发展战略 85 第五节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司 85 一、企业概况 85 二、保健酒业务 87 三、企业经营情况分析 87 四、企业发展战略 88 第六节 四川省宜宾五粮液集团保健酒有限责任公司 89 一、企业概况 89 二、保健酒业务 89 三、企业经营情况分析 90 四、企业发展战略 90 第七节 贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司 91 一、企业概况 91 二、保健酒业务 91 三、企业经营情况分析 92 四、企业发展战略 92 第八节 宁夏红枸杞产业有限公司 92 一、企业概况 92 二、保健酒业务 93 三、企业经营情况分析 93 四、企业发展战略 93 第九节 广西柳州市古岭酒厂 94 一、企业概况 94 二、保健酒业务 94 三、企业经营情况分析 94 四、企业发展战略 95 第八章 保健酒发展趋势预测 96 第一节 保健酒行业特性及趋向研究 96 一、品类/行业特性概述 96

二、保健酒市场规模预测分析 96 第二节 保健酒行业机遇及风险分析 97 一、保健酒行业投资优势 97 二、保健酒行业投资风险 97 第三节 中国保健酒发展趋势预测分析 97 一、销售模式趋势预测 97 二、口感优化趋势预测 98 三、品牌升级趋势预测 98 四、功能细分趋势预测 98

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418594.html>