|  |
| --- |
| [2023-2029年中国保健酒行业研究与发展前景报告](https://www.20087.com/1/37/BaoJianJiuHangYeFaZhanQianJing.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2023-2029年中国保健酒行业研究与发展前景报告](https://www.20087.com/1/37/BaoJianJiuHangYeFaZhanQianJing.html) |
| 报告编号： | 3667371　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9000 元 |
| 优惠价： | 电子版：7800 元　　纸介＋电子版：8100 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/1/37/BaoJianJiuHangYeFaZhanQianJing.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　保健酒作为一种结合传统中医理论与现代酿酒技术的健康饮品，在中国有着悠久的历史和广泛的消费基础。近年来，随着消费者健康意识的增强，市场对具有特定健康功效的保健酒需求日益增长。保健酒产品种类不断丰富，从传统的人参酒、鹿茸酒到现代的植物提取物酒，满足了不同人群的健康需求。
　　未来保健酒行业将更加注重科学研发和标准化生产。随着消费者对产品功效验证和食品安全要求的提高，企业将加大研发投入，科学配比原料，确保产品功效的同时，提升产品质量和安全性。此外，个性化定制和品牌故事营销将成为趋势，满足消费者对个性化健康解决方案和文化体验的需求。
　　《[2023-2029年中国保健酒行业研究与发展前景报告](https://www.20087.com/1/37/BaoJianJiuHangYeFaZhanQianJing.html)》是在大量的市场调研基础上，主要依据国家统计局、商务部、发改委、国务院发展研究中心、保健酒相关行业协会、国内外保健酒相关刊物的基础信息以及保健酒行业研究单位提供的详实资料，结合深入的市场调研资料，立足于当前中国宏观经济、政策、主要行业对保健酒行业的影响，重点探讨了保健酒行业整体及保健酒相关子行业的运行情况，并对未来保健酒行业的发展趋势和前景进行分析和预测。
　　市场调研网发布的《[2023-2029年中国保健酒行业研究与发展前景报告](https://www.20087.com/1/37/BaoJianJiuHangYeFaZhanQianJing.html)》数据及时全面、图表丰富、反映直观，在对保健酒市场发展现状和趋势进行深度分析和预测的基础上，研究了保健酒行业今后的发展前景，为保健酒企业在当前激烈的市场竞争中洞察投资机会，合理调整经营策略；为保健酒战略投资者选择恰当的投资时机，公司领导层做战略规划，提供市场情报信息以及合理参考建议，《[2023-2029年中国保健酒行业研究与发展前景报告](https://www.20087.com/1/37/BaoJianJiuHangYeFaZhanQianJing.html)》是相关保健酒企业、研究单位及银行、政府等准确、全面、迅速了解目前保健酒行业发展动向、把握企业战略发展定位方向不可或缺的专业性报告。

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 2018-2023年保健品行业调研
　　2.1 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023年保健酒主要替代品分析
　　8.1 白酒
　　　　8.1.1 2023年中国白酒行业运行概况
　　　　8.1.2 2023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 2023年中国啤酒行业发展分析
　　　　8.2.2 2023年中国啤酒行业发展状况
　　　　8.2.3 2023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 2023年中国葡萄酒行业发展概述
　　　　8.3.2 2023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 2023年黄酒行业发展综述
　　　　8.4.2 2023年黄酒行业发展现状
　　　　8.4.3 2023年黄酒企业经营状况

第九章 2018-2023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 2018-2023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 中^智^林^　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 保健酒行业历程
　　图表 保健酒行业生命周期
　　图表 保健酒行业产业链分析
　　……
　　图表 2018-2023年保健酒行业市场容量统计
　　图表 2018-2023年中国保健酒行业市场规模及增长情况
　　……
　　图表 2018-2023年中国保健酒行业销售收入分析 单位：亿元
　　图表 2018-2023年中国保健酒行业盈利情况 单位：亿元
　　图表 2018-2023年中国保健酒行业利润总额分析 单位：亿元
　　……
　　图表 2018-2023年中国保健酒行业企业数量情况 单位：家
　　图表 2018-2023年中国保健酒行业企业平均规模情况 单位：万元/家
　　图表 2018-2023年中国保健酒行业竞争力分析
　　……
　　图表 2018-2023年中国保健酒行业盈利能力分析
　　图表 2018-2023年中国保健酒行业运营能力分析
　　图表 2018-2023年中国保健酒行业偿债能力分析
　　图表 2018-2023年中国保健酒行业发展能力分析
　　图表 2018-2023年中国保健酒行业经营效益分析
　　……
　　图表 \*\*地区保健酒市场规模及增长情况
　　图表 \*\*地区保健酒行业市场需求情况
　　图表 \*\*地区保健酒市场规模及增长情况
　　图表 \*\*地区保健酒行业市场需求情况
　　图表 \*\*地区保健酒市场规模及增长情况
　　图表 \*\*地区保健酒行业市场需求情况
　　……
　　图表 保健酒重点企业（一）基本信息
　　图表 保健酒重点企业（一）经营情况分析
　　图表 保健酒重点企业（一）盈利能力情况
　　图表 保健酒重点企业（一）偿债能力情况
　　图表 保健酒重点企业（一）运营能力情况
　　图表 保健酒重点企业（一）成长能力情况
　　图表 保健酒重点企业（二）基本信息
　　图表 保健酒重点企业（二）经营情况分析
　　图表 保健酒重点企业（二）盈利能力情况
　　图表 保健酒重点企业（二）偿债能力情况
　　图表 保健酒重点企业（二）运营能力情况
　　图表 保健酒重点企业（二）成长能力情况
　　……
　　图表 2023-2029年中国保健酒行业市场容量预测
　　图表 2023-2029年中国保健酒行业市场规模预测
　　图表 2023-2029年中国保健酒市场前景分析
　　图表 2023-2029年中国保健酒行业发展趋势预测
略……

了解《[2023-2029年中国保健酒行业研究与发展前景报告](https://www.20087.com/1/37/BaoJianJiuHangYeFaZhanQianJing.html)》，报告编号：3667371，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/1/37/BaoJianJiuHangYeFaZhanQianJing.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！