

2024年中国保健酒行业现状研究分 析与市场前景预测报告

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2024年中国保健酒行业现状研究分析与市场前景预测报告

报告编号： 138A279 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8200 元 纸质+电子版：8500 元

优惠价格： 电子版：7360 元 纸质+电子版：7660 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/9/27/BaoJianJiuShiChangDiaoChaBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

保健酒是一种结合了酒文化和传统中医药理念的产品，在中国有着悠久的历史 and 广泛的消费基础。近年来，随着消费者健康意识的提升和对天然产品的偏好，保健酒市场持续增长。目前，保健酒的研究更加注重配方的科学性和有效性，通过严格的筛选和配比，确保产品的营养价值和功能性成分。

未来，保健酒将更加注重产品的创新和品质提升。一方面，随着生物科技的进步，保健酒将采用更加先进的提取技术，提高活性成分的含量和吸收率。另一方面，随着消费者对个性化需求的增加，保健酒将推出更多针对特定健康问题的定制化产品。此外，随着食品安全法规的完善，保健酒的生产将更加注重原材料的选择和生产过程的质量控制。

第一章 保健酒的相关定义

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

1.1.5 保健品发展的三个阶段

1.2 保健酒的概述

1.2.1 酒在医疗保健中产生的作用

1.2.2 保健酒和药酒之间的异同点

1.2.3 保健酒的保健功能和经济效益

1.2.4 保健酒酿造的悠久历程

第二章 保健品的发展

- 2.1 中国保健品行业发展总体概况
 - 2.1.1 中国保健品行业的发展历程
 - 2.1.2 国内保健品行业发展回顾
 - 2.1.3 中国保健品行业的发展特点
 - 2.1.4 保健品行业的八种赢利模式
- 2.2 中国保健品发展与预测分析
 - 2.2.1 中国保健品市场进入平缓阶段
 - 2.2.2 中国保健品行业发展现状分析
 - 2.2.3 中国中成药保健品进出口分析
 - 2.2.4 中国中药保健品出口结构需调整
 - 2.2.5 中国医药保健品对外贸易情况分析
 - 2.2.6 中国医药保健品对外贸易形势展望
- 2.3 中国保健品行业发展面临的问题
 - 2.3.1 保健品行业需加强整顿
 - 2.3.2 中国保健品行业发展存在的问题
 - 2.3.3 国内保健品产业发展的困扰
 - 2.3.4 中国保健品行业品牌经营存在问题
 - 2.3.5 中国保健品行业发展面临的挑战和机遇
 - 2.3.6 传统保健品发展面临的挑战
- 2.4 中国保健品行业发展对策
 - 2.4.1 国内保健品行业发展应注重的方面
 - 2.4.2 中国保健品发展的法律对策
 - 2.4.3 保健品行业需要创新渠道发展市场
 - 2.4.4 医药保健品发展的策略

第三章 保健酒行业的发展

- 3.1 保健酒行业的发展概况
 - 3.1.1 中国保健酒产业的总体综述
 - 3.1.2 国内保健酒业的发展现状
 - 3.1.3 中国保健酒行业的发展规律
 - 3.1.4 保健酒出新招造就行业地位
- 3.2 2024年保健酒行业的发展
 - 3.2.1 中国保健酒行业跨入全新发展阶段
 - 3.2.2 2024年中国保健酒发展进入快车道
 - 3.2.3 2024年国内保健酒主要品牌的表现分析
- 3.3 保健酒行业发展存在的问题
 - 3.3.1 中国保健酒行业存在的五大软肋

3.3.2 保健酒行业发展还不成熟

3.3.3 保健酒行业发展面临的挑战

3.3.4 八成保健酒企业面临出局

3.3.5 保健酒行业发展急需整顿

3.3.6 中国保健酒行业发展的误区

3.4 保健酒行业的发展对策

3.4.1 保健酒行业拓展应注意的六大问题

3.4.2 保健酒业发展启动多元核心战略

3.4.3 保健酒业的生存与发展之路

3.4.4 专业化和标准化推进保健酒行业的健康发展

3.4.5 保健酒的开发需要高新技术

3.4.6 保健酒企业的改良策略

第四章 中国保健酒市场

4.1 中国保健酒市场的发展

4.1.1 中国保健酒市场的总体综述

4.1.2 国内保健酒市场的开发现状

4.1.3 简析保健酒的产品开发与市场推广

4.1.4 详析保健品市场的生存空间

4.2 区域保健酒市场分析

4.2.1 广东保健酒市场概况

4.2.2 东北保健酒竞争实力雄厚

4.2.3 湖南保健酒市场潜力巨大

4.2.4 重庆发展保健酒遭遇瓶颈

4.2.5 深圳保健酒市场现状

4.3 中国保健酒市场面临的问题

4.3.1 保健酒市场面临的重重隐忧

4.3.2 保健酒市场存在的四大困境

4.3.3 保健酒市场发展路难走

4.4 促进保健酒市场发展的对策

4.4.1 保健酒市场发展急需引导

4.4.2 保健酒市场需树立行业新规促规范

4.4.3 迅速提升保健酒市场额策略

4.4.4 保健酒市场发展应以细分突围

4.4.5 保健酒市场的发展建议

第五章 保健酒市场营销分析

5.1 保健酒市场营销分析

5.1.1 由减少酒精饮料危害计划谈保健酒的营销

5.1.2 用犹太人经商法则分析保健酒市场营销

5.1.3 保健酒两种销售模式的比较分析

5.1.4 保健酒市场服务营销概况

5.1.5 保健酒后非典时期的营销

5.2 消费者与保健酒营销分析

5.2.1 消费者购买保健酒的方式研究

5.2.2 从消费行为分析保健酒的营销策略

5.2.3 消费者购买保健酒的途径分析

5.2.4 保健酒消费信心有待恢复

5.2.5 保健酒标识缺失使消费者无所适从

5.3 保健酒营销的突破点分析

5.3.1 品牌（名）

5.3.2 卖点

5.3.3 渠道

5.3.4 养生学

5.4 保健酒营销存在的问题

5.4.1 保健酒营销存在的三大误区

5.4.2 保健酒营销意识的缺失之处

5.4.3 保健酒产品命名易陷入的误区

5.4.4 保健酒品牌营销存在的盲点

5.4.5 保健酒营销的问题

5.5 保健酒营销的对策

5.5.1 保健酒营销成功的关键对策

5.5.2 保健酒营销应注意的方面

5.5.3 保健酒发展要依赖品牌定位营销

5.5.4 保健酒营销的产品开发攻略

5.5.5 低端保健酒深度分销提高市场效率

5.6 保健酒营销发展趋势

5.6.1 国内保健酒品牌营销力度将加强

5.6.2 保健酒行业的营销发展新意呈现

第六章 重点企业

6.1 海南椰岛

6.1.1 公司简介

6.1.2 2019-2024年前海南椰岛经营状况分析

- 6.1.3 椰岛鹿龟酒进入酿酒食品行业前十强
- 6.1.4 椰岛鹿龟酒巨资铸造中国首家保健酒gmp认证
- 6.1.5 浅析椰岛鹿龟酒营销的六大法宝

6.2 交大昂立

- 6.2.1 公司简介
- 6.2.2 2019-2024年前交大昂立经营状况分析
- 6.2.3 交大昂立成为保健食品行业发展的领头羊
- 6.2.4 交大昂立新产品的营销策略铸造利润第三极

6.3 浙江致中和

- 6.3.1 公司简介
- 6.3.2 致中和的发展概况
- 6.3.3 致中和构造渠道战略发展联盟

6.4 劲牌公司

- 6.4.1 公司简介
- 6.4.2 劲牌从量变到质变的发展历程
- 6.4.3 劲酒企业的成功经验探析
- 6.4.4 创新成为劲牌发展的不竭动力

第七章 其他酒类产品的发展

7.1 白酒

- 7.1.1 白酒市场总体概况
- 7.1.2 中国白酒行业发展特点分析
- 7.1.3 中国加快白酒行业产业结构调整
- 7.1.4 白酒须理性对待其发展
- 7.1.5 国内白酒行业循环发展的关键
- 7.1.6 全球欧债危机下的中国白酒业
- 7.1.7 未来国内白酒行业发展形势预测
- 7.1.8 未来中国白酒市场价格趋势分析

7.2 葡萄酒

- 7.2.1 宏观经济对中国葡萄酒业的影响研究
- 7.2.2 国内葡萄酒行业的发展回顾
- 7.2.3 葡萄酒行业的发展热点分析
- 7.2.4 2024年葡萄酒业的焦点回顾
- 7.2.5 2024年中国执行葡萄酒新国标
- 7.2.6 中国葡萄酒产业的发展趋势分析

7.3 黄酒

- 7.3.1 黄酒的概述

- 7.3.2 2024年中国黄酒业指数攀升
- 7.3.3 消费升级点燃中国黄酒发展引擎
- 7.3.4 黄酒行业走出低迷困境的对策
- 7.3.5 高档黄酒在政策支持下市场增长空间大

7.4 啤酒

- 7.4.1 中国啤酒产销量连续4年处于世界首位
- 7.4.2 中国啤酒业发展机遇与挑战分析
- 7.4.3 国内啤酒产业面临原材料涨价的压力
- 7.4.4 未来中国啤酒行业发展趋势预测
- 7.4.5 中国啤酒业的营销模式以及发展前景

第八章 保健酒竞争格局分析

8.1 保健酒市场的竞争

- 8.1.1 保健酒竞争总体概况
- 8.1.2 白酒葡萄酒黄酒保健酒显现竞争激烈现况
- 8.1.3 保健酒跻身国内酿酒行业五强

8.2 保健酒主流品牌的竞争

- 8.2.1 名牌战略引导保健酒业竞争
- 8.2.2 保健酒市场六大品牌的激烈竞争
- 8.2.3 保健酒各大品牌的圈地运动
- 8.2.4 椰岛鹿龟酒与劲酒的竞合发展
- 8.2.5 保健酒市场的竞争出路分析

8.3 保健酒的竞争策略探析

- 8.3.1 定位策略
- 8.3.2 产品策略
- 8.3.3 价格策略
- 8.3.4 分销策略
- 8.3.5 广告、宣传、促销策略

第九章 保健酒的发展前景预测

9.1 保健酒行业的发展趋势

- 9.1.1 中国保健酒的未来发展趋势分析
- 9.1.2 未来五年保健酒业发展走向
- 9.1.3 保健酒将发展成为传统酒业里的朝阳产业
- 9.1.4 环保成保健酒行业未来投资新亮点

9.2 保健酒市场的发展前景

- 9.2.1 国内保健酒市场潜力大

9.2.2 国内保健酒市场的发展将进入战国时代

9.2.3 青年将成为保健酒市场主要消费者

9.2.4 2024年中国保健酒市场容量预测

9.3 保健酒新品种的开发

9.3.1 银杏保健酒

9.3.2 膳食纤维保健酒

9.3.3 蔬菜类保健酒

9.3.4 虫草灵芝保健酒

9.3.5 绿蛛酒保健酒

第十章 保健酒的政策环境

10.1 保健酒的总体政策环境分析

10.1.1 保健品产业深陷政策的泥潭

10.1.2 新规引起保健酒企业的强烈反应

10.1.3 国家政策支持保健酒的发展

10.1.4 两道规定整治保健酒行业混乱

10.2 保健酒批准文号的变更

10.2.1 “药健字”批准文号简介

10.2.2 “卫食健字”取代“药健字”保健酒业迎来新的机会

10.2.3 “药健字”取消带来保健酒行业酝酿二次复兴

10.2.4 “药健字”取消促进保健酒行业规范发展

10.3 gmp认证与保健酒

10.3.1 保健酒生产已经纳入国家gmp认证

10.3.2 gmp认证冲破保健酒行业的发展潜规则

10.3.3 gmp认证是保健酒企业生存发展的门槛

10.3.4 gmp给保健酒企业的机遇与挑战

第十一章 2024-2030年中国保健酒发展趋势分析

11.1 2024-2030年中国保健酒产业前景展望

11.1.1 2024年中国保健酒发展形势分析

11.1.2 发展保健酒产业的机遇及趋势

11.1.3 未来10年中国保健酒产业发展规划

11.1.4 2024-2030年中国保健酒产量预测

11.2 2024-2030年保健酒产业发展趋势探讨

11.2.1 2024-2030年保健酒产业前景展望

11.2.2 2024-2030年保健酒产业发展目标

第十二章 中:智:林: 专家观点与研究结论

12.1 报告主要研究结论

12.2 行业专家建议

略……

订阅“2024年中国保健酒行业现状研究分析与市场前景预测报告”，编号：138A279，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/9/27/BaoJianJiuShiChangDiaoChaBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！