

2007年中国保健酒行业研究咨询 报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2007年中国保健酒行业研究咨询报告》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.abaogao.com/b/qitashipin/4410438B95.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

[b]2007年中国[b]保健酒[/b]行业研究咨询报告 内容介绍：[/b]

中央电视台2007年黄金资源广告招标会上，保健酒领头品牌--劲酒以7273万元投中2007年央视一套《焦点访谈》后黄金广告段位，总时长达11个月，再次成为酒类行业在本届央视广告招标会上的亮点，这是保健酒行业首次进入CCTV黄金时段。保健酒经历了十几年的快速发展，每年以平均30%以上的速度在发展，2006年全国保健酒消费总额已经超过60亿元大观。2007年保健酒的发展还将进一步提速。预计到2010年，保健酒市场容量将达130亿元以上。在一些龙头企业的带动下，保健酒正在成为未来最具发展潜力的行业之一，同时，也为众多小企业带来了无限商机。

2007年，保健酒市场又开始了一番新的暗流涌动。劲酒原酒基地建成投产，为其保健酒产能添砖加瓦；椰岛鹿龟酒增发8000万股股票，募集资金用于投资建设“保健酒异地扩产技改项目”；白酒巨头五粮液与生发大王章光合作，联手打造新型保健养生酒，并高调宣布目标：打入保健酒业的前三甲，三年内夺得第一。种种迹象表明，2007年保健酒又迎来了新一轮的竞争。其巨大的市场空间必定引来更多企业的涉足，保健酒市场的竞争将趋于激烈化。

追求天然、崇尚健康的消费是人们由盲目走向理性的回归，这一大主流趋势注定了保健酒业将成为一个充满机遇与挑战的行业，保健酒也作为一种具有深刻历史文化内蕴的民族产品，其市场潜力和走势不容置疑。但如何规划施行长期的发展策略来引导培育市场，如何找准其产品定位、注重品牌建设、实行差异化营销都是目前国内保健酒企业急待解决的难题。

全国共有5000多家保健酒企业，能拿到“卫食健字”批号的却只有500多家，而真正属于保健酒又能在市场上销售的产品仅有可怜的数十种。在向来注重养生保健的我国，消费量所占酒类消费总量行业概况 [/b]

第一节 保健酒的定义与范畴

一、保健酒的定义

二、竞争范围分析

三、制造方法

四、壁垒分析

第二节 保健酒的传统与现代

一、传统“药酒”与现代“保健酒”

二、传统保健酒与现代保健酒的消费群

三、传统与现代保健酒的机会

第三节 保健酒与酒

[b]第二章 保健酒相关产业分析 [/b]

第一节 酒类市场发展分析

- 一、解读酒类广告投入法则
- 二、2007年中国白酒业状况
- 三、葡萄酒业的发展攻略
- 四、黄酒行业发展状况及趋势
- 五、果酒业发展困境分析

第二节 保健品市场发展分析

- 一、保健品市场发展现状
- 二、保健品促销策略
- 三、保健品遭遇困境分析
- 四、保健品营销模式分析
- 五、保健品行业前景分析

[b]第二部分 行业市场分析[/b]

[b]第三章 保健酒行业竞争分析 [/b]

第一节 竞争格局分析

- 一、保健酒七强竞争
- 二、行业龙头尚未形成
- 三、与白酒市场比较

第二节 企业竞争动态分析

- 一、大寨金鹿剑走保健酒偏锋
- 二、椰岛模式看重大社区营销
- 三、劲牌助推中国保健酒行业重生
- 四、五粮液章光两大巨头联手酿造新品
- 五、劲酒致中和竞技广东
- 六、A保健酒华东市场营销策略

第三节 保健酒企业竞争策略

- 一、先定位市场再定位产品
- 二、市场细分与产品定位
- 三、作有方法的营销
- 四、要洞察消费者

[b]第七章 保健酒重点企业分析 [/b]

第一节 劲牌有限公司

一、公司简介

二、公司动态

三、公司文化价值内蕴

第二节 海南椰岛股份有限公司

一、公司简介

二、公司发展策略

三、公司发展前景

四、公司发展方向

五、公司财务数据

第三节 浙江致中和酒业有限公司

一、公司简介

二、公司品牌战略

三、公司渠道策略

第四节 张裕集团

一、公司简介

二、公司保健酒业务状况

第五节 山西杏花村汾酒集团

一、公司简介

二、公司动态

三、2006-2007年公司经营状况

四、公司未来发展展望

第六节 五粮液集团保健酒有限责任公司

一、公司简介

二、公司动态

三、公司征战史

四、公司产品

第七节 宁夏香山酒业(集团)有限公司

一、公司简介

二、公司品牌

三、公司竞争策略

第八节 上海交大昂立股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营状况

三、公司财务数据

第九节 香港展生集团

一、公司概况

二、公司动态

三、公司发展策略

[b]第六部分 行业发展趋势[/b]

[b]第八章 保健酒发展趋势分析 [/b]

第一节 保健酒发展趋势

一、保健酒创造财富第五波

二、市场将在竞争中做大

三、保健酒市场潜力巨大

第二节 保健酒竞争趋势

一、前景乐观处境难

二、大浪淘沙适者胜

三、未来5年特色竞争占据主导地位

四、和谐发展是必然选择

第三节 保健酒行业机遇及风险分析

一、保健酒行业发展优势

二、保健酒信贷风险提示

第四节 相关政策法规

一、中华人民共和国野生动物保护法

二、GMP认证

[b]图表目录[/b]

图表：曾经饮用过保健酒的消费者比例统计

图表：消费者对保健酒的认知

图表：消费者对保健酒的认知渠道

图表：消费者对保健酒的品牌认同

图表：保健酒的消费者购买渠道分析

图表：保健酒消费者关注因素分析

图表：保健酒的消费者信任因素分析

图表：保健酒的消费者口感选择

图表：消费者对保健酒的容量选择

图表：不同年龄段的消费者对保健酒的功效需求

图表：消费者对保健酒的功效需求

图表：保健酒的消费者购买动机分析

图表：2007年农产品价格涨跌幅度排序

图表：2000-2008年保健酒行业年销量趋势图

图表：保健酒消费的关注因素

图表：中国六大保健酒品牌的营销策略和市场表现

图表：酒类发展趋势对比表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司流动资产表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司长期投资表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司固定资产表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司无形资产及其他资产表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司流动负债表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司长期负债表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司股东权益表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司主营业务收入表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司主营业务利润表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司营业利润表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司利润总额表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司净利润表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司每股指标表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司获利能力表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司经营能力表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司偿债能力表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司资本结构表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司发展能力表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司现金流量分析表

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司经营活动产生的现金流量

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司投资活动产生的现金流量

图表：2006-2007年海南椰岛(集团)股份有限公司筹资活动产生的现金流量

图表：2006年山西杏花村汾酒集团主要会计数据和财务指标

图表：2006年山西杏花村汾酒集团内股东权益变动情况及变化原因

图表：2006年山西杏花村汾酒集团股本变动情况

图表：山西杏花村汾酒集团有限售条件股份可上市交易时间

图表：山西杏花村汾酒集团股东数量和持股情况

图表：山西杏花村汾酒集团前十名无限售条件股东持股情况

图表：山西杏花村汾酒集团前十名有限售条件股东持股数量及限售条件

图表：2006年山西杏花村汾酒集团财务状况经营成果分析

图表：2006年山西杏花村汾酒集团主营业务分行业、产品情况表

图表：2006年山西杏花村汾酒集团主营业务分地区情况

图表：2007年一季度山西杏花村汾酒集团主要会计数据及财务指标

图表：2007年一季度山西杏花村汾酒集团资产负债表

图表：2007年一季度山西杏花村汾酒集团利润表

图表：2007年一季度山西杏花村汾酒集团现金流量表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司流动资产表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司长期投资表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司固定资产表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司无形资产及其他资产表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司流动负债表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司长期负债表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司股东权益表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司主营业务收入表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司主营业务利润表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司营业利润表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司利润总额表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司每股指标表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司获利能力表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司经营能力表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司偿债能力表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司资本结构表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司发展能力表

图表：2006-2007年上海交大昂立股份有限公司现金流量分析表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qitashipin/4410438B95.html>