

2016-2022年中国蜂蜜市场 全景调查与行业竞争对手分析报告

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

《2016-2022年中国蜂蜜市场全景调查与行业竞争对手分析报告》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/shipin/X05043OI75.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

蜂蜜是一种营养丰富的食品。蜂蜜中的果糖和葡萄糖容易被人体吸收。1公斤成熟的蜂蜜发热量为3,280大卡。蜂蜜对某些慢性病还有一定的疗效。常服蜂蜜对于心脏病、高血压、肺病、眼病、肝脏病、痢疾、便秘、贫血、神经系统疾病、胃和十二指肠溃疡病等都有良好的辅助医疗作用。蜂蜜含有其他多种人体不可或缺的微量元素，所以还是天然的美容保健品，备受青睐。蜂蜜中的葡萄糖、维生素、镁、磷、钙等能够调节神经系统，促进睡眠。失眠的人在每天睡觉前口服1汤匙蜂蜜(加入1杯温开水内)，可以帮助尽快进入梦乡。同时，蜂蜜中含有的酶和矿物质，帮助提高免疫力。

近年来，我国蜂蜜一直保持着相对稳定的产量。资料显示，2015年我国蜂蜜行业产量约50.5万吨。

蜂蜜的养生功效已经被越来越多的人认识到。但是蜂蜜市场较为混乱，经常爆出各种假蜂蜜事件，同时一些蜂蜜的相关标准也亟待完善。所以当前大量的消费者都希望直接通过蜂场或者个人蜂场开设的网上店铺进行蜂蜜的购买。目前的这种现状，使得蜂蜜市场相对比较分散，没有形成规模化的生产，这也使得蜂蜜的订单往往都比较小，一些蜂场和私人蜂蜜作坊的蜂蜜订单一般订单都只有几百个。

《2016-2022年中国蜂蜜市场全景调查与行业竞争对手分析报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、公开资料提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了蜂蜜行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国蜂蜜做了重点企业经营状况分析，并分析了中国蜂蜜行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 蜂蜜行业发展环境

第一章 蜂蜜行业概述 1

第一节 蜂蜜行业定义 1

第二节 蜂蜜行业发展历程 3

第三节 蜂蜜行业分类情况 5

第四节 蜂蜜产业链分析 8

第二章 2014-2015年中国蜂蜜行业发展环境分析 10

第一节 2014-2015年中国经济环境分析 10

一、宏观经济 10

二、工业形势 36

三、固定资产投资 42

第二节 2014-2015年中国蜂蜜行业发展政策环境分析 52

一、行业政策影响分析 52

二、相关行业标准分析 56

第三节 2014-2015年中国蜂蜜行业发展社会环境分析 58

一、居民消费水平分析 58

二、工业发展形势分析 62

第二部分 蜂蜜行业运行分析

第三章 2014-2015年中国蜂蜜行业总体发展状况 65

第一节 中国蜂蜜行业规模情况分析 65

一、行业单位规模情况分析 65

二、行业人员规模状况分析 65

三、行业资产规模状况分析 65

四、行业市场规模状况分析 66

第二节 中国蜂蜜行业产销情况分析 66

一、行业生产情况分析 66

二、行业销售情况分析 66

三、行业产销情况分析 66

第三节 中国蜂蜜行业财务能力分析 67

一、行业盈利能力分析与预测 67

二、行业偿债能力分析 67

三、行业营运能力分析 68

四、行业发展能力分析 68

第四章 中国蜂蜜市场供需分析 69

第一节 蜂蜜发展预测 69

一、2014-2015年我国蜂蜜行业总产值分析 69

二、2016-2022年我国蜂蜜行业总产值预测 69

第二节 蜂蜜产品产量分析及预测 70

一、2014-2015年我国蜂蜜产量分析 70

二、2016-2022年我国蜂蜜产量预测 70

第三节 蜂蜜市场需求分析及预测 70

一、2014-2015年我国蜂蜜市场需求分析 70

二、2016-2022年我国蜂蜜行业现状分析 71

第四节 蜂蜜进出口数据分析 71

一、我国蜂蜜进出口数据分析 71

1、进口分析 72

2、出口分析 72

二、2016-2022年国内蜂蜜产品进出口情况预测 86

1、进口预测 86

2、出口预测 86

第三部分 蜂蜜市场发展形势

第五章 蜂蜜行业发展现状分析 87

第一节 全球蜂蜜行业发展分析 87

一、全球蜂蜜行业发展现状 87

二、各国蜂蜜行业发展现状 88

三、全球蜂蜜行业发展预测 94

第二节 中国蜂蜜行业发展分析 99

一、2014-2015年中国蜂蜜市场发展现状分析 99

二、2014-2015年中国蜂蜜行业发展特点分析 100

三、2014-2015年中国蜂蜜行业市场供需分析 103

第三节 中国蜂蜜产业特征与行业重要性 104

第四节 蜂蜜行业特性分析 114

第六章 中国蜂蜜市场规模分析 116

第一节 2014-2015年中国蜂蜜市场规模分析 116

第二节 2014-2015年中国蜂蜜区域市场规模分析 116

一、2014-2015年东北地区市场规模分析 116

二、2014-2015年华北地区市场规模分析 117

三、2014-2015年华东地区市场规模分析 117

四、2014-2015年华中地区市场规模分析 118

五、2014-2015年西南地区市场规模分析 119

六、2014-2015年西北地区市场规模分析 119

第三节 2016-2022年中国蜂蜜市场规模预测 120

第七章 蜂蜜国内产品价格走势及影响因素分析 121

第一节 国内产品2014-2015年价格回顾 121

第二节 国内产品当前市场价格及评述 124

第三节 国内产品价格影响因素分析 124

第四节 2016-2022年国内产品未来价格走势预测 126

第八章 蜂蜜及其主要上下游产品 127

第一节 蜂蜜上下游分析 127

一、与上下游产业之间的关联性 127

二、上游原材料供应形势分析 129

三、下游产品解析 134

第二节 蜂蜜行业产业链分析 205

一、上游产业影响及风险分析 205

二、下游产业风险分析及提示 206

三、关联行业风险分析及提示 208

第四部分 蜂蜜行业竞争策略

第九章 蜂蜜产品竞争力优势分析 215

一、整体产品竞争力评价 215

二、产品竞争力评价结果分析 215

三、竞争优势评价及构建建议 215

第十章 蜂蜜行业市场竞争策略分析 223

第一节 行业竞争结构分析 223

一、现有企业间竞争 223

二、潜在进入者分析 223

三、替代品威胁分析 224

四、供应商议价能力 225

五、客户议价能力 226

第二节 行业国际竞争力比较 226

一、生产要素 226

二、需求条件 228

三、相关和支持性产业 228

四、企业战略、结构与竞争状态 229

第三节 蜂蜜企业竞争策略分析 230

一、提高蜂蜜企业核心竞争力的对策 230

二、影响蜂蜜企业核心竞争力的因素及提升途径 233

三、提高蜂蜜企业竞争力的策略 235

第十一章 蜂蜜行业重点企业竞争分析 238

第一节 江西汪氏蜜蜂园有限公司 238

一、企业概况 238

二、企业优势分析 239

三、企业发展状况 240

第二节 南京老山药业股份有限公司 243

一、企业概况 243

二、企业优势分析 244

三、企业发展状况 246

第三节 北京百花蜂产品科技发展有限公司 247

一、企业概况 247

二、企业发展状况 247

三、企业发展战略 248

第四节 扬州三邦生物工程有限公司 249

一、企业概况 249

二、企业优势分析 250

三、企业发展状况 250

第五节 杭州蜂之语蜂业股份有限公司 250

一、企业概况 250

二、企业优势分析 251

三、企业发展状况 251

第六节 陕西老蜂农生物科技有限责任公司 252

一、企业概况 252

二、企业发展状况 253

三、企业发展战略 257

第七节 湖南省明园蜂业有限公司 261

一、企业概况 261

二、企业发展状况 262

三、企业发展战略 266

第八节 杭州天厨蜜源保健品有限公司 267

一、企业概况 267

二、企业主营业务 267

三、企业发展状况 267

第九节 上海融氏企业有限公司 268

一、企业概况 268

二、企业发展状况 269

三、企业发展战略 270

第十节 上海冠生园蜂制品有限公司 271

一、企业概况 271

二、企业发展状况 272

三、企业发展战略 273

第五部分 蜂蜜市场趋势调查

第十二章 蜂蜜行业投资与趋势预测分析 275

第一节 蜂蜜行业投资机会分析 275

一、蜂蜜投资项目分析 275

二、可以投资的蜂蜜模式 276

三、2014-2015年蜂蜜投资机会 278

第二节 2016-2022年中国蜂蜜行业发展预测分析 282

一、未来蜂蜜发展分析 282

二、未来蜂蜜行业技术开发方向 283

三、总体行业“十三五”整体规划及预测 284

第三节 未来市场发展趋势 290

一、产业集中度趋势分析 290

二、十三五行业发展趋势 291

第十三章 蜂蜜产业用户度分析 294

第一节 蜂蜜产业用户认知程度 294

第二节 蜂蜜产业用户关注因素 294

一、功能 295

二、质量 295

三、价格 295

四、外观 295

五、服务 295

第六部分 蜂蜜行业投资前景研究

第十四章 2016-2022年蜂蜜行业态势投资前景分析 297

第一节 当前蜂蜜存在的问题 297

第二节 蜂蜜未来发展预测分析 300

一、中国蜂蜜发展方向分析 300

二、2016-2022年中国蜂蜜行业发展规模预测 301

三、2016-2022年中国蜂蜜行业发展趋势预测 302

第三节 2016-2022年中国蜂蜜行业投资前景分析 303

一、出口风险分析 303

二、市场竞争风险 304

三、管理风险分析 305

四、产品投资前景 305

第十五章 观点与结论 310

第一节 蜂蜜行业营销策略分析及建议 310

- 一、蜂蜜行业营销模式 310
- 二、蜂蜜行业营销策略 318
- 第二节 蜂蜜行业企业经营发展分析及建议 319
 - 一、蜂蜜行业经营模式 319
 - 二、蜂蜜行业生产模式 323
- 第三节 (ZYYL) 行业应对策略 325
 - 一、把握国家投资的契机 325
 - 二、竞争性战略联盟的实施 326
 - 三、企业自身应对策略 327
- 第四节 市场的重点客户战略实施 336
 - 一、实施重点客户战略的必要性 337
 - 二、合理确立重点客户 337
 - 三、重点客户战略管理 337
 - 四、重点客户管理功能 337

图表目录：

- 图表：蜂蜜的营养成分列表（每100克中含） 2
- 图表：2014-2015年国内生产总值及增长速度 10
- 图表：2014年居民消费价格涨跌幅度 11
- 图表：2014-2015年居民消费价格涨跌幅度 11
- 图表：2014年居民消费价格比上年涨跌幅度 12
- 图表：2014年70个大中城市房屋及新建商品住宅销售价格涨跌幅度 12
- 图表：2014-2015年城镇新增就业人数 13
- 图表：2014-2015年国家外汇储备及增长速度 13
- 图表：2014-2015年财政收入及增长速度 14
- 图表：2014-2015年粮食产量及其增长速度 14
- 图表：2014年规模以上工业增加值增长速度 15
- 图表：2014年全部工业增加值及其增长速度 16
- 图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度 16
- 图表：2014年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 17
- 图表：2014-2015年建筑业增加值及其增长速度 18
- 图表：2014年城镇固定资产投资增长速度 18

图表：2014-2015年全社会固定资产投资增长速度 19

图表：2014年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 19

图表：2014年固定资产投资新增主要生产能力 20

图表：2014年房地产开发和销售主要指标完成情况 21

图表：2014年社会消费品零售总额增长速度 22

图表：2014-2015年社会消费品零售总额及其增长速度 22

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/X05043OI75.html>