

2010-2015年中国燕窝行业 投资前景及市场运行态势分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2015年中国燕窝行业投资前景及市场运行态势分析报告》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.cction.com/report/201008/45652.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

第一部分 行业发展概况

第一章 燕窝产品基本概述

第一节 产品定义、特点、性质及所属行业

第二节 行业主管部门及管理体制

第三节 产品应用领域及发展历程

第四节 燕窝产品分类介绍

一、按采摘地点分类

二、按燕窝形状分类

三、按燕窝颜色分类

第二章 行业环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 燕窝行业政策环境分析

第二部分 生产工艺研究

第三章 燕窝真伪鉴别方法及国内外研究进展

第一节 燕窝概述

一、燕窝分类

二、燕窝的掺假手段

第二节 燕窝的真伪鉴别方法

一、经验鉴别法

二、显微鉴别法

三、理化方法

第三节 鉴别技术展望

一、现有鉴定技术之优缺点

二、分子生物技术及其在鉴定中的研究进展

第四章 燕窝行业技术制造工艺发展趋势分析

第一节 燕窝研究概述

- 一、燕窝的来源
- 二、燕窝的产地
- 三、燕窝的鉴别
- 四、燕窝化学成分研究
- 五、燕窝的药理作用
- 六、研究结论

第二节 中国产燕窝总氮及氨基酸含量分析

- 一、材料与试剂
- 二、方法与结果
- 三、研究结论

第五章 燕窝中唾液酸检测分析研究

第一节 燕窝中唾液酸含量测定方法的研究

- 一、仪器和试药
- 二、方法与结果
- 三、研究结论

第二节 唾液酸检测研究现状及其用于燕窝产品质控评析

- 一、唾液酸概述
- 二、唾液酸的保健作用
- 三、唾液酸检测方法研究现状
- 四、唾液酸检测方法用于燕窝产品质量控制可行性评析

第三部分 行业发展现状

第六章 燕窝行业产业链分析

第一节 上游原料产业链发展状况分析

第二节 下游需求产业链市场规模分析

第三节 我国保健品行业现状与发展趋势

- 一、保健品行业现状分析
- 二、我国保健品市场特点
- 三、我国保健品营利模式

四、保健品的进出口分析

五、保健品市场发展趋势

第七章 燕窝行业国外市场分析

第一节 国外市场整体概述

一、全球燕窝产量分析

二、全球燕窝价格对比

三、国内外燕窝市场分析

第二节 主要国家燕窝产业分析

一、印尼

二、泰国

三、马来西亚

四、越南

第八章 燕窝行业国内市场运行趋势分析

第一节 燕窝行业市场现状分析及预测

第二节 燕窝行业市场消费分析及预测

一、我国燕窝市场消费历史

二、2005-2010年我国燕窝消费情况

第三节 2005-2015年产品供需分析及预测

一、燕窝产量与消耗量

二、我国燕窝市场供需分析

第四节 2010年各地燕窝市场分析

第五节 燕窝价格趋势分析

第六节 进出口状况分析

一、2009-2010年进出口状况分析

二、燕窝进口成本分析

第四部分 行业竞争格局

第九章 燕窝行业竞争格局分析

第一节 燕窝市场格局分析

- 一、行业集中度分析
- 二、2010年燕窝市场竞争分析
- 三、2010年燕窝实体店与网店竞争分析
- 四、2010年十大燕窝品牌

第二节 燕窝市场竞争分析

- 一、2010年燕窝市场竞争力
- 二、2010年燕窝市场畅销排名
- 三、2010年燕窝市场占有率

第三节 冰糖燕窝市场竞争分析

- 一、2010年冰糖燕窝市场竞争力
- 二、2010年冰糖燕窝市场畅销排名
- 三、2010年冰糖燕窝市场占有率

第十章 重点企业分析

第一节 苏门至品

- 一、企业概况
- 二、企业文化
- 三、加盟分析

第二节 同仁堂总统牌

- 一、企业概况
- 二、财务分析
- 三、经营状况

第三节 燕之屋

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 三、发展战略

第四节 官燕栈

第五节 老行家

第六节 盖记

第七节 燕之家

第八节 燕思巢

第九节 康基KINGE

第十节 丝巢

第五部分 投资趋势分析

第十一章 燕窝行业未来发展预测及投资前景分析

第一节 当前行业存在的问题

第二节 行业发展预测与投资前景分析

第三节 保健品行业发展前景预测分析

第十二章 燕窝行业投资风险及防范措施

第一节 燕窝连锁经营SWOT分析

一、存在机会

二、存在威胁

三、发展建议

第二节 2010-2015年中国燕窝行业投资风险预警

一、燕窝直销存在四大风险

二、燕窝行业社会风险分析

三、燕窝市场风险化解策略

四、燕窝行业风险规避之道

五、燕窝风险规避和操作方法

第三节 2010-2015年中国燕窝行业投资战略研究

一、燕窝连锁行业发展走向战略探讨

二、燕窝其他经营模式创新分析研究

三、燕窝市场深度调研及投资策略

第十三章 燕窝企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、价格策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第二节 提高燕窝企业竞争力的策略

一、提高中国燕窝企业核心竞争力的对策

二、影响燕窝企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高燕窝企业竞争力的策略

第三节 对我国燕窝品牌的战略思考

一、燕窝品牌的特性和作用

二、燕窝品牌价值战略研究

三、我国燕窝品牌竞争趋势

四、燕窝企业品牌发展战略

第四节 燕窝行业发展战略研究

一、技术开发战略

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

图表目录

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2005-2009年国内生产总值 9

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度 9

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度 10

图表：2005-2009年年末国家外汇储备 10

图表：2005-2009年财政收入 11

图表：2005-2009年粮食产量 11

图表：2005-2009年工业增加值 13

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度 13

图表：2009年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 15

图表：2005-2009年建筑业增加值 15

图表：2005-2009年全社会固定资产投资 16

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 16

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力 17

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况 17

图表：2005-2009年社会消费品零售总额 18

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度 19

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度 20

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度 20

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 21

图表：2005-2009年货物进出口总额 21

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度 21

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 23

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 23

图表：2005-2009年年末电话用户数 24

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度 25

图表：2005-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额 25

图表：2005-2009年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 26

图表：2009年人口数及其构成 28

图表：2005-2009年农村居民人均纯收入 29

图表：2005-2009年城镇居民人均纯收入 29

图表：2009年12月我国居民消费价格分类指数 44

图表：2010年1月我国居民消费价格分类指数 45

图表：2010年2月我国居民消费价格分类指数 45

图表：2008年1月我国消费者信心指数 45

图表：2008年2月我国消费者信心指数 46

图表：2008年3月我国消费者信心指数 46

图表：2008年4月我国消费者信心指数 46

图表：2008年5月我国消费者信心指数 46

图表：2008年6月我国消费者信心指数 46

图表：2008年7月我国消费者信心指数 46

图表：2008年8月我国消费者信心指数 46

图表：2008年9月我国消费者信心指数 47

图表：2008年10月我国消费者信心指数 47

图表：2008年11月我国消费者信心指数 47

图表：2008年12月我国消费者信心指数 47

图表：2009年1月我国消费者信心指数 47

图表：2009年2月我国消费者信心指数 47

图表：2009年3月我国消费者信心指数 48

图表：2009年4月我国消费者信心指数 48

图表：2009年5月我国消费者信心指数 48

图表：2009年6月我国消费者信心指数 48

图表：2009年7月我国消费者信心指数 48

图表：2009年8月我国消费者信心指数 48

图表：2009年9月我国消费者信心指数 48

图表：2009年10月我国消费者信心指数 49

图表：2009年11月我国消费者信心指数 49

图表：2009年12月我国消费者信心指数 49

图表：2010年1月我国消费者信心指数 49

图表：2010年2月我国消费者信心指数 49

图表：2010年3月我国消费者信心指数 49

图表：2010年4月我国消费者信心指数 50

图表：2010年5月我国消费者信心指数 50

图表：中国保健品行业生命周期 76

图表：保健品行业的发展阶段 77

图表：现有保健品企业投资规模分布 77

图表：样品产地与性状 92

图表：印尼产燕窝 93

图表：中国产燕窝 93

图表：样品水分、灰分、总氮量含量测定结果 93

图表：样品氨基酸含量测定 94

图表：唾液酸对照品溶液(A)和样品溶液(B)的色谱图 97

图表：因素水平表 98

图表：正交试验表 98

图表：方差分析表 98

图表：唾液酸回收率 100

图表：唾液酸基本分子结构 102

图表：2007-2010年中国保健品市场规模预测 124

图表：中国保健品企业投资规模分布 126

图表：我国保健品申报功能 126

图表：对辅食保健品市场的评价 174

图表：对辅食保健品市场的评价孩子年龄差异 175

图表：对辅食保健品市场的评价家庭收入差异 175

图表：对辅食保健品市场的评价城市规模差异 176

图表：你知道燕窝是什么吗 187

图表：您平常有买过燕窝吗 187

图表：吃过燕窝吗 188

图表：你觉得燕窝和银耳一样营养成分吗 188

图表：你会买燕窝还是银耳 188

图表：2010年十大燕窝品牌排行榜 195

图表：2010年燕窝企业竞争力指数 195

图表：2010年燕窝市场竞争力统计图 196

图表：2010年燕窝企业产品畅销指数 196

图表：2010年燕窝市场畅销排名统计图 197

图表：2010年燕窝企业市场占有率 197

图表：2010年燕窝市场占有率统计图 198

图表：2010年冰糖燕窝企业竞争力指数 198

图表：2010年冰糖燕窝市场竞争力统计图 199

图表：2010年冰糖燕窝企业产品畅销指数 199

图表：2010年冰糖燕窝市场畅销排名统计图 200

图表：2010年冰糖燕窝企业市场占有率 200

图表：2010年冰糖燕窝市场占有率统计图 201

图表：2009-2010年北京同仁堂股份有限公司主营构成 213

图表：2009-2010年北京同仁堂股份有限公司每股指标 213

图表：2009-2010年北京同仁堂股份有限公司获利能力 213

图表：2009-2010年北京同仁堂股份有限公司经营能力 214

图表：2009-2010年北京同仁堂股份有限公司偿债能力 214

图表：2009-2010年北京同仁堂股份有限公司资本结构 214
图表：2009-2010年北京同仁堂股份有限公司发展能力 214
图表：2009-2010年北京同仁堂股份有限公司现金流量 214
图表：2009-2010年北京同仁堂股份有限公司主营业务收入 215
图表：2009-2010年北京同仁堂股份有限公司主营业务利润 215
图表：2009-2010年北京同仁堂股份有限公司营业利润 215
图表：2009-2010年北京同仁堂股份有限公司利润总额 216
图表：2009-2010年北京同仁堂股份有限公司净利润 216
图表：区域发展战略咨询流程图 302
图表：区域SWOT战略分析图 303

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201008/45652.html>