

# 2016-2022年中国蜂蜜行业 监测及发展前景研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国蜂蜜行业监测及发展前景研究报告》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/201603/130994.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

蜂蜜是蜜蜂从开花植物的花中采得的花蜜在蜂巢中酿制的蜜。蜜蜂从植物的花中采取含水量约为80%的花蜜或分泌物，存入自己第二个胃中，在体内多种转化的作用下，经过15天左右反复酝酿各种维生素、矿物质和氨基酸丰富到一定的数值时，同时把花蜜中的多糖转变成人体可直接吸收的单糖葡萄糖、果糖，水分含量少于23%存贮到巢洞中，用蜂蜡密封。蜂蜜是糖的过饱和溶液，低温时会产生结晶，生成结晶的是葡萄糖，不产生结晶的部分主要是果糖。

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、行业偿债能力分析与预测 67

### 三、行业营运能力分析与预测 68

### 四、行业发展能力分析与预测 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年我国蜂蜜市场需求预测 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年中国蜂蜜行业发展态势分析 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 蜂蜜行业前景预测

#### 第十二章 蜂蜜行业投资与发展前景分析 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 蜂蜜行业投资策略

### 第十四章 2016-2022年蜂蜜行业态势投资风险分析 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风险分析 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、产品投资风险 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 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

图表：2014年货物进出口总额及其增长速度 23

图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度 23

图表：2014年主要商品进口数量、金额及其增长速度 24

图表：2014年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 24

图表：2014-2015年货物进出口总额 24

图表：2014年非金融领域外商直接投资及其增长速度 25

图表：2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 26

图表：2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 26

图表：2014-2015年年末电话用户数 27

图表：2014年全部金融机构本外币存及其增长速度 28

图表：2014-2015年城乡居民人民币储蓄存款及其增长速度 28

图表：2014-2015年普通高等教育、中等职业教育极普通高中招生人数 29

图表：2014-2015年农村居民人均纯收入及其增长速度 32

图表：2014-2015年城镇居民人均纯收入及其增长速度 32

图表：2014年我国进出口总额 37

图表：2014年我国进出口总额 37

图表：2014年我国进出口总额 38

图表：2014年我国进出口总额 38

图表：2014年我国进出口总额 39

图表：2014年我国进出口总额 39

图表：2014年我国进出口总额 40

图表：2014年我国进出口总额 40

图表：2014年我国进出口总额 41

图表：2014年我国进出口总额 41

图表：2014年我国进出口总额 42

图表：2014年我国进出口总额 42

图表：2014年我国固定资产完成额（本期累计数比2013年同期增长） 46

图表：2014年我国固定资产完成额（本期累计数比2013年同期增长） 47

图表：2014年我国固定资产完成额（本期累计数比2013年同期增长） 47

图表：2014年我国固定资产完成额（本期累计数比2013年同期增长） 48

图表：2014年我国固定资产完成额（本期累计数比2013年同期增长） 48

图表：2014年我国固定资产完成额（本期累计数比2013年同期增长） 49

图表：2014年我国固定资产完成额（本期累计数比2013年同期增长） 49

图表：2014年我国固定资产完成额（本期累计数比2013年同期增长） 50

图表：2014年我国固定资产完成额（本期累计数比2013年同期增长） 50

图表：2014年我国固定资产完成额（本期累计数比2013年同期增长） 51

图表：2014年我国固定资产完成额（本期累计数比2013年同期增长） 51

图表：2014-2015年社会消费品零售总额 61

图表：2014-2015年商品零售价格分类指数 61

图表：2014年我国各省（区、市）城乡居民收入比较 62

图表：2014-2015年中国保健品行业单位规模情况 65

图表：2014-2015年中国保健品行业人员规模情况 65

图表：2014-2015年中国保健品行业资产规模情况 65

图表：2014-2015年中国保健品行业市场规模情况 66

图表：2014-2015年蜂蜜行业盈利能力 67

图表：2014-2015年蜂蜜行业偿债能力 67

图表：2014-2015年蜂蜜行业运营能力 68

图表：2014-2015年蜂蜜行业成长能力 68

图表：2014-2015年中国蜂蜜行业产值 69

图表：2016-2022年中国蜂蜜行业产值预测 69

图表：2014-2015年中国蜂蜜产量统计 70

图表：2016-2022年中国蜂蜜产量预测 70

图表：2013-2015年我国进口蜂蜜数量统计 72

图表：2014年我国蜂蜜出口数据统计 72

图表：2013年我国天然蜂蜜进出口金额 73

图表：2013年我国天然蜂蜜进出口金额 73

图表：2013年我国天然蜂蜜进出口金额 73

图表：2013年我国天然蜂蜜进出口金额 73

图表：2013年我国天然蜂蜜进出口金额 73

图表：2013年我国天然蜂蜜进出口金额 73

图表：2013年我国天然蜂蜜进出口金额 74

图表：2013年我国天然蜂蜜进出口金额 75

图表：2013年我国天然蜂蜜进出口金额 75

图表：2013年我国天然蜂蜜进出口金额 75

图表：2013年我国天然蜂蜜进出口数量 75

图表：2013年我国天然蜂蜜进出口数量 75

图表：2013年我国天然蜂蜜进出口数量 75





图表：2014-2015年我国天然蜂蜜出口金额 84

图表：2014-2015年我国天然蜂蜜出口数量 84

图表：2014-2015年我国天然蜂蜜出口数量 84

图表：2014-2015年我国天然蜂蜜出口数量 84

图表：2014-2015年我国天然蜂蜜出口数量 84

图表：2014-2015年我国天然蜂蜜出口数量 84

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201603/130994.html>