2018-2023年中国蜂蜜行业市场发展现状调查及投资战略评估研究报告

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国蜂蜜行业市场发展现状调查及投资战略评估研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：http://baogao.chinabaogao.com/yuanlinhuahui/306588306588.html

报告价格：电子版: 7200元　纸介版：7200元　电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联 系 人: 客服

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、报告目录及图表目录

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75%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。

中国蜂蜜产品标准体系建设

我国蜜蜂产品标准体系建设起步于20世纪70年代中后期。近年来，随着中国加入WTO，为适应国际贸易的需要，国家有关部门加强了检测方法标准的研究制订。截止到2013年8月1日，现行有效的蜜蜂产品国家标准有79项，行业标准122项，国家有关部门部门公告的指定标准5项，共计206项。

我国蜜蜂产品标准体系按照基础标准、产品标准、物流标准、方法标准和技术规程分为五类。

按产品分类，与蜂蜜相关的现行国家标准51项，占蜜蜂产品国家标准总量64.5%。

蜂蜜国家标准按标准归口管理部门分类，中华全国供销合作总社归口32个，国家质检总局归口15个，原卫生部归口3个，原产地域产品标准化工作组归口1个。

蜂蜜行业标准按标准归口单位分类，中国认证认可监督委员会归口55项，国家质量监督检验检疫总局归口5项，农业部归口5项，中华全国供销合作总社归口2项。

根据2009年6月颁布的《中华人民共和国食品安全法》第十九条规定，食品安全标准是强制执行的标准。除食品安全标准外，不得制定其他的食品强制性标准。按照这一要求，国家有关部门对现行的食用农产品质量安全标准、食品卫生标准、食品质量标准和有关食品的行业标准中强制执行的标准予以整合，统一公布为食品安全国家标准。

2011年4月20日，职能分工调整后的卫生部发布了《食品安全标准蜂蜜》（GB 14963-2011），该标准为我国唯一的《蜂蜜》强制性国家标准。

2012年3月13日，国家标准化管理委员会发布公告，根据国家《食品安全法》的要求，

废止了产品质量标准《蜂蜜》（GB 18796-2005）强制性国家标准。

2012年4月20日，中华全国供销合作总社为了规范我国蜂蜜行业的产品质量，颁布实施了《蜂蜜》（GH/T18796-2012）行业标准[12]。 总体看来，我国现行的蜜蜂产品国家标准、行业标准及相关标准基本涵盖了蜂蜜生产经营的收购、运输、生产、销售、检测等各个环节。

应该说，随着标准体系框架不断完善，逐步将产前、产中、产后全过程纳入标准化轨道，使每个环节都有标准可依、有规范可循。

蜂蜜的标准化工作正在落实预防为主、源头管理的工作思路，切实推动蜂蜜市场从粗放经营向集约经营转变，提高全行业的科技含量、产品质量和经营水平。通过标准的完善，为食品安全、质量检验、产品检测和市场监管工作提供了技术支撑和执法依据。

蜂蜜等级划分

资料来源：公开资料整理

我国蜂蜜行业发展趋势：

(一)蜜蜂产业发展空间巨大

在科学技术高度发达的今天，养蜂业作为一项保护自然资源、改善生态环境、提高农业生产综合效益、提供人类优质保健产品的绿色产业，已得到国内外的普遍公认，并逐步被广泛重视和扶持发展。

据统计，我国现有蜜粉源植物5.6亿亩，至少可容纳1500万群蜜蜂，目前我国饲养蜂群数只有800多万群，尚存在巨大的发展空间。

(二)蜜蜂产业规模化、现代化进程将进一步加快

近几年，政府对农业的扶持力度不断加强，各种惠农政策和补贴范围不断增加。随着中国农业现代化和产业化进程加快，实现规模化经营将成为趋势。2013年中共中央一号文件鼓励工商资本下乡，投资种养业，发展家庭农场，加大对专业大户、家庭农场和农民合作社等新型农业经营主体的支持力度，实行新增补贴向专业大户、家庭农场和农民合作社倾斜政策。鼓励和支持发展多种形式的适度规模经营。农业的规模化经营将会成为未来农村发展的主旋律，发展家庭农场又必将为规模化养蜂带来新的生机，蜜蜂产业规模化、现代化经营方式将在各级政府和相关部门的大力支持和扶持下，进一步加快发展。

(三)生产管理和产品质量管理将更加规范

随着国家对食品安全和产品质量管理力度的加大，食品生产溯源体系的建立健全，2011年中国蜂产品协会开始实施的蜂产品生产溯源管理工作，就是从蜂产品生产的源头养蜂生产开始到产品进入消费者手中，实现全过程可追溯管理。符合要求的溯源产品还将使用中国蜂产品协会颁发的优质溯源产品证明标志，使消费者可以更加放心地享用优质的蜂蜜产品。

(四)中国蜂蜜人均消费水平将进一步提高

随着人民生活水平的不断提高，养生保健意识的不断增强，蜂蜜作为大自然赐予人类的营养佳品，以其纯天然、营养丰富的特性，满足不同消费人群的需求，已经被越来越多的人接受和认可。随着高端产品——天然成熟蜜的产量和销量的不断增加，预示着人们的消费观念、生活习惯已经开始改变，蜂蜜与其他保健产品相比，具有很强的市场生命力和巨大的市场潜力。按照前十年蜂产品消费年均增长的速度推算，未来十年我国年人均蜂蜜消费量有可能再实现翻一番。

(五)中国蜂蜜的营销模式将更加多样化

随着市场经济的快速发展，目前我国蜂蜜的营销方式已经发生了很大变化。蜂蜜产品的销售已经从传统的商超、店铺销售发展到专卖店销售、会议营销、团购和电子商务等。未来的蜂蜜销售方式还会进一步拓展，互动营销、体验式营销、个性化的健康管理、一对一的服务等新的营销方式，将会更大范围地满足我国不同人群的消费习惯和消费需求。

(六)中国蜂蜜未来前景会更加美好

我国土地辽阔，蜜源丰富，养蜂条件优越，能够生产蜂蜜的主要蜜源植物多达几十种。改革开放以来，我国的蜂产品行业发展迅速，无论是蜂产品科研水平还是产品研发种类都已经走在了世界前列。

观研天下发布的《2018-2023年中国蜂蜜行业市场发展现状调查及投资战略评估研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司

及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一部分 蜂蜜行业概况分析

第一章 中国蜂蜜行业概况分析
第一节 蜂蜜行业定义统计标准
一、蜂蜜定义、分类及主要生产地
二、蜂蜜行业统计部门和统计口径
三、蜂蜜行业产业链结构分析
四、蜂蜜行业发展周期分析
第二节 行业经济指标分析
一、赢利性
二、成长速度
三、附加值的提升空间
四、进入壁垒/退出机制
五、风险性
六、竞争激烈程度指标
七、当前行业发展所属周期阶段的判断
第三节 蜂蜜行业经济环境分析
一、国际宏观经济分析
1、国际宏观经济现状分析
2、国际宏观经济及对蜂蜜行业影响
二、国内宏观经济分析
1、国内宏观经济现状分析
2、国内宏观经济及对蜂蜜行业影响
三、蜂蜜行业在食品制造行业地位分析
第四节 中国蜂蜜行业社会环境分析
一、我国人口因素及对蜂蜜行业影响

二、蜂蜜人均消费及发展影响
三、国内生活方式及对蜂蜜行业影响
第五节 中国蜂蜜行业技术环境分析
一、行业生产技术
二、行业生产技术发展趋势

第二章 2016-2017年全球蜂蜜行业市场发展状况分析
第一节 2016-2017年世界蜂蜜行业发展状况
一、世界蜂蜜行业生产情况
二、世界蜂蜜消费及趋势分析
三、世界蜂蜜行业发展趋势分析
第二节 美国蜂蜜行业现状分析
一、美国蜂蜜行业的市场现状
二、美国蜂蜜行业的市场特征
第三节 日本蜂蜜行业现状分析
一、日本蜂蜜行业的市场规模
二、日本蜂蜜行业的市场特征
第四节 欧洲蜂蜜行业市场状况
一、欧洲蜂蜜行业的市场现状
二、欧洲蜂蜜行业的市场特征

第三章 2016-2017年我国蜂蜜行业现状及市场发展分析
第一节 2016-2017年我国蜂蜜行业发展现状
一、蜂蜜行业市场规模
二、蜂蜜行业产品发展现状
三、蜂蜜行业消费市场现状
第二节 2016-2017年蜂蜜行业发展特点分析
一、市场格局特点
二、产品创新特点
三、营销服务特点
四、市场品牌特点
第三节 2016-2017年蜂蜜市场结构和价格走势分析
一、2016-2017年我国蜂蜜市场结构和价格走势概述
二、2016-2017年我国蜂蜜市场结构分析
三、2016-2017年我国蜂蜜市场价格走势分析

第四节 2016-2017年重点城市蜂蜜市场发展情况

第四章 蜂蜜行业"十三五"规划概述
第一节 "十二五"蜂蜜行业发展回顾
一、"十二五"蜂蜜行业运行情况
二、"十二五"蜂蜜行业发展特点
三、"十二五"蜂蜜行业发展成就
第二节 蜂蜜行业"十三五"总体规划
一、蜂蜜行业"十三五"规划纲要
二、蜂蜜行业"十三五"规划指导思想
三、蜂蜜行业"十三五"规划主要目标
第三节 "十三五"规划解读
一、"十三五"规划的总体战略布局
二、"十三五"规划对经济发展的影响
三、"十三五"规划的主要精神解读
第二部分 蜂蜜行业市场分析

第五章 2016-2017年中国蜂蜜行业财务指标与供需情况分析
第一节 2016-2017年中国蜂蜜行业经济运行主要特点
第二节 2016-2017年蜂蜜行业财务指标分析
一、蜂蜜行业经营效益
二、蜂蜜行业盈利能力
三、蜂蜜行业运营能力
四、蜂蜜行业偿债能力
五、蜂蜜行业发展能力
第三节 2016-2017年全国蜂蜜行业供给情况分析
一、全国蜂蜜行业总产值分析
二、全国蜂蜜行业产成品分析
三、各地区蜂蜜行业供给情况分析
第四节 2016-2017年全国蜂蜜行业需求情况分析
一、全国蜂蜜行业销售产值分析
二、全国蜂蜜行业销售收入分析
三、各地区蜂蜜行业需求情况分析
四、全国蜂蜜行业产销率分析
第五节 2016-2017年中国蜂蜜行业进出口分析

一、行业出口分析
1、行业出口整体情况
2、行业出口产品结构
3、蜂蜜行业出口前景及建议
二、行业进口分析
1、行业进口整体情况
2、行业进口产品结构
3、蜂蜜行业进口前景及建议

第六章 蜂蜜区域市场情况分析
第一节 华北地区
一、2016-2017年行业发展现状分析
二、2016-2017年市场需求情况分析
三、2016-2017年市场规模情况分析
四、2016-2017年消费者的偏好分析
五、2018-2023年行业发展趋势分析
第二节 东北地区
一、2016-2017年行业发展现状分析
二、2016-2017年市场需求情况分析
三、2016-2017年市场规模情况分析
四、2016-2017年消费者的偏好分析
五、2018-2023年行业发展趋势分析
第三节 华东地区
一、2016-2017年行业发展现状分析
二、2016-2017年市场需求情况分析
三、2016-2017年市场规模情况分析
四、2016-2017年消费者的偏好分析
五、2018-2023年行业发展趋势分析
第四节 华南地区
一、2016-2017年行业发展现状分析
二、2016-2017年市场需求情况分析
三、2016-2017年市场规模情况分析
四、2016-2017年消费者的偏好分析
五、2018-2023年行业发展趋势分析
第五节 中南地区

一、2016-2017年行业发展现状分析
二、2016-2017年市场需求情况分析
三、2016-2017年市场规模情况分析
四、2016-2017年消费者的偏好分析
五、2018-2023年行业发展趋势分析
第六节 西南地区
一、2016-2017年行业发展现状分析
二、2016-2017年市场需求情况分析
三、2016-2017年市场规模情况分析
四、2016-2017年消费者的偏好分析
五、2018-2023年行业发展趋势分析
第七节 西北地区
一、2016-2017年行业发展现状分析
二、2016-2017年市场需求情况分析
三、2016-2017年市场规模情况分析
四、2016-2017年消费者的偏好分析
五、2018-2023年行业发展趋势分析

第七章 中国蜂蜜行业消费市场分析
第一节 中国蜂蜜消费者收入分析
一、我国市民生活习惯分析
二、2016-2017年消费者收入水平
三、2016年消费者信心指数分析
第二节 蜂蜜行业产品目标客户群体调查
一、不同收入水平消费者偏好调查
二、不同年龄的消费者偏好调查
三、不同地区的消费者偏好调查
第三节 蜂蜜市场消费需求分析
一、蜂蜜市场的消费需求变化
二、蜂蜜行业的需求情况分析
三、2016年蜂蜜品牌市场消费需求趋势
第四节 蜂蜜消费市场状况分析
一、蜂蜜行业消费特点
二、蜂蜜消费者分析
三、蜂蜜消费结构分析

四、蜂蜜消费的市场变化
五、蜂蜜市场的消费方向
第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析
一、价格敏感程度
二、品牌的影响
三、购买方便的影响
四、广告的影响程度
五、包装的影响程度
第六节 蜂蜜行业产品的品牌市场调查
一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
四、消费者经常购买的品牌调查
五、蜂蜜行业品牌忠诚度调查
六、蜂蜜行业品牌市场占有率调查
七、消费者的消费理念调研
第三部分 蜂蜜行业竞争分析

第八章 蜂蜜行业竞争格局与竞争策略分析
第一节 波特五力模型分析
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第二节 行业集中度分析
一、市场集中度分析
二、企业集中度分析
三、区域集中度分析
第三节 2016-2017年蜂蜜行业竞争格局分析
一、2016-2017年国内外蜂蜜竞争分析
二、2016-2017年我国蜂蜜市场竞争分析
三、2016-2017年我国蜂蜜市场集中度分析
四、2018-2023年国内主要蜂蜜企业动向
五、2016年国内蜂蜜拟在建项目分析

第四节 蜂蜜市场竞争策略分析
一、2016年蜂蜜市场增长潜力分析
二、2016年蜂蜜主要潜力品种分析
三、现有蜂蜜产品竞争策略分析
四、典型企业品牌竞争策略分析
第五节 蜂蜜企业竞争策略分析
一、蜂蜜行业竞争格局的影响因素分析
二、2018-2023年我国蜂蜜市场竞争趋势
三、2018-2023年蜂蜜行业竞争策略分析
四、2018-2023年蜂蜜企业竞争策略分析

第九章 主要蜂蜜企业竞争分析
第一节 江西汪氏蜜蜂园有限公司
一、企业概况
二、主营产品概况
三、公司运营情况
四、公司优劣势分析
第二节 北京百花蜂业科技发展股份公司
一、企业概况
二、主营产品概况
三、公司运营情况
四、公司优劣势分析
第三节 冠生园（集团）有限公司
一、企业概况
二、主营产品概况
三、公司运营情况
四、公司优劣势分析
第四节 南京老山药业股份有限公司
一、企业概况
二、主营产品概况
三、公司运营情况
四、公司优劣势分析
第五节 颐寿园（北京）蜂产品有限公司
一、企业概况
二、主营产品概况

三、公司运营情况
四、公司优劣势分析
第六节 杭州蜂之语蜂业股份有限公司
一、企业概况
二、主营产品概况
三、公司运营情况
四、公司优劣势分析
第七节 湖南省明园蜂业有限公司
一、企业概况
二、主营产品概况
三、公司运营情况
四、公司优劣势分析
第八节 广州市宝生园股份有限公司
一、企业概况
二、主营产品概况
三、公司运营情况
四、公司优劣势分析

第十章 蜂蜜行业发展趋势与前景预测
第一节 我国蜂蜜行业前景与机遇分析
一、我国蜂蜜行业发展前景
二、我国蜂蜜发展机遇分析
第二节 2018-2023年中国蜂蜜市场趋势分析
一、2016-2017年蜂蜜市场趋势总结
二、2018-2023年蜂蜜市场发展空间
三、2018-2023年蜂蜜产业政策趋向
四、2018-2023年蜂蜜技术革新趋势
五、2018-2023年蜂蜜价格走势分析
六、2018-2023年国际环境对行业的影响
七、2018-2023年蜂蜜发展趋势分析
第三节 未来蜂蜜需求与消费预测
一、2018-2023年蜂蜜产品消费预测
二、2018-2023年蜂蜜市场规模预测
三、2018-2023年蜂蜜行业总产值预测
四、2018-2023年蜂蜜行业销售收入预测

第四节 2018-2023年中国蜂蜜行业供需预测
一、2018-2023年中国蜂蜜供给预测
二、2018-2023年中国蜂蜜需求预测
三、2018-2023年中国蜂蜜供需平衡预测
四、2018-2023年中国蜂蜜产品价格趋势
五、2018-2023年主要蜂蜜产品进出口预测

第十一章 蜂蜜行业投资现状与投资环境分析
第一节 2016-2017年蜂蜜行业投资情况分析
一、2016-2017年总体投资及结构
二、2016-2017年投资规模及增长率分析
三、2016-2017年分行业投资分析
四、2016-2017年分地区投资分析
五、2016-2017年外商投资情况
第二节 我国融资环境分析

第十二章 蜂蜜行业投资机会与风险分析
第一节 行业活力系数比较及分析
一、2016年相关产业活力系数比较
二、2016-2017年行业活力系数分析
第二节 行业投资收益率比较及分析
一、2016年相关产业投资收益率比较
二、2016-2017年行业投资收益率分析
第三节 蜂蜜行业投资效益分析
一、2016-2017年蜂蜜行业投资状况分析
二、2018-2023年蜂蜜行业投资效益分析
三、2018-2023年蜂蜜行业投资趋势预测
四、2018-2023年蜂蜜行业的投资方向
五、2018-2023年蜂蜜行业投资的建议
六、新进入者应注意的障碍因素分析
第四节 影响蜂蜜行业发展的主要因素
一、2018-2023年影响蜂蜜行业运行的有利因素分析
二、2018-2023年影响蜂蜜行业运行的不利因素分析
三、2018-2023年我国蜂蜜行业发展面临的挑战分析
四、2018-2023年我国蜂蜜行业发展面临的机遇分析

第五节 蜂蜜行业投资风险及控制策略分析
一、2018-2023年蜂蜜行业市场风险及控制策略
二、2018-2023年蜂蜜行业政策风险及控制策略
三、2018-2023年蜂蜜行业经营风险及控制策略
四、2018-2023年蜂蜜行业技术风险及控制策略
五、2018-2023年蜂蜜行业同业竞争风险及控制策略
六、2018-2023年蜂蜜行业其他风险及控制策略

第十三章 蜂蜜行业投资战略研究
第一节 蜂蜜行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第二节 对我国蜂蜜品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、蜂蜜实施品牌战略的意义
三、蜂蜜企业品牌的现状分析
四、我国蜂蜜企业的品牌战略
五、蜂蜜品牌战略管理的策略
第三节 蜂蜜经营策略分析
一、蜂蜜市场细分策略
二、蜂蜜市场创新策略
三、蜂蜜品牌定位与品类规划
四、蜂蜜新产品差异化战略

第十四章 投资战略研究
第一节 2016年蜂蜜行业投资战略
第二节 2018-2023年蜂蜜行业投资战略
图表目录
图表：2016年我国蜂蜜行业主要经济指标
图表：2016年我国蜂蜜出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2016年蜂蜜销售收入
图表：2016年蜂蜜销售收入增长趋势图
图表：2016年蜂蜜不同规模企业销售额
图表：2016年蜂蜜不同规模企业销售额对比图
图表：2016年蜂蜜不同规模企业销售额对比图
图表：2016-2017年蜂蜜不同所有制企业销售额
图表：2016年蜂蜜不同所有制企业销售额
图表：2016年蜂蜜不同所有制企业销售额对比图
图表：2016-2017年蜂蜜利润总额
图表：2016年蜂蜜利润总额增长趋势图
图表：2016年蜂蜜不同规模企业利润总额
图表：2016年蜂蜜不同规模企业利润总额对比图
图表：2016-2017年蜂蜜不同所有制企业利润总额
图表：2016-2017年蜂蜜不同所有制企业利润总额对比图
图表：2016-2017年蜂蜜资产总额
图表：2011-2017年蜂蜜总资产增长趋势图
图表：2016-2017年蜂蜜不同规模企业总资产
图表：2016-2017年蜂蜜不同规模企业总资产对比图
图表：2016-2017年蜂蜜不同所有制企业总资产
图表：2016-2017年蜂蜜不同所有制企业总资产对比图
图表：2016-2017年蜂蜜亏损面
图表：2016年蜂蜜亏损企业亏损总额
图表：2016年蜂蜜销售毛利率趋势图
图表：2016年蜂蜜成本费用率
（GYfsw）
图表详见正文
特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/yuanlinhuahui/306588306588.html