

2018年中国蜂市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

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年中国蜂市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/xumuye/346736346736.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

蜂业被誉为“农业之翼”，是一种不争田地、见效快速的空中畜牧业，具有百利而无一害、无污染、集约型发展等特点，是现代生态农业中的重要组成部分。我国是世界上的养蜂大国，蜂群数量、蜂业从业人员、蜂蜜产量、蜂蜜消费量和蜂蜜出口五个指标均居世界前列。

蜂产品是指有蜜蜂在外界采集的、经蜜蜂加工而成的，或由蜜蜂本身分泌出来的物质和蜜蜂本身的躯体。蜂产品加工行业属农副产品加工业，为国家鼓励行业。我国疆域辽阔，地形复杂，气候多样，资源丰富，蜜源植物丰富多彩，当前市场上常见蜂蜜种类包括油菜蜜、洋槐蜜、枣花蜜、荆花蜜、椴树蜜、紫云英蜜和荔枝蜜等。近年来又出现了许多以地理标志为特点的蜂蜜产品，如东北黑蜂蜂蜜、新疆黑蜂蜂蜜、京西白蜜、中蜂土蜂蜜等。

蜂产品依此可分为三类：一是由蜜蜂在外界采集的、经蜜蜂加工而成的物质，如蜂蜜、蜂花粉和蜂胶等；二是由蜜蜂本身分泌的物质，如蜂王浆、蜂蜡和蜂毒等；三是蜂蜜自身的躯体，如蜜蜂幼虫、雄蜂蛹和成蜂躯体等。“慈生堂”品牌主要产品为第一类蜂产品中的蜂蜜，其他各类蜂产品暂未经营。

主要法律法规 资料来源：观研天下数据中心整理

1、行业的竞争格局

蜂产品加工业是一个较为成熟的传统行业，在我国至今已有两千多年的历史。现代化养蜂业起始于19世纪，并在新中国成立后得到迅速发展，进入21世纪后，随着市场需求的持续增长，行业内参与者众多，市场竞争较激烈。根据国家食品药品监督管理总局管网2016年3月公布资料显示，我国蜂产品生产经营企业已超过3,000家，其中全国取得蜂产品生产许可证的企业有1,302家，并逐年增加。

根据消费者需求的不同，中外蜂产品市场定位呈现两极化：进口蜂蜜在中国主打高端市场，有逐渐抢夺中国蜂产品市场空间的趋势；而本土品牌主打低端市场，但也有广阔的市场需求。

2、代表性企业

2017年中国蜂蜜十大品牌企业 资料来源：观研天下数据中心整理

观研天下发布的《2018年中国蜂市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

第一章 2013-2017年全球蜂蜜行业发展分析

第一节 2013-2017年全球蜂蜜行业发展现状

第二节 2013-2017年全球蜂蜜行业主要品牌

一、全球蜂蜜行业主要品牌

二、全球蜂蜜行业主要品牌市场占有率格局

第二章 2013-2017年中国蜂蜜行业发展分析

第一节 2013-2017年中国蜂蜜行业发展现状

第二节 2013-2017年中国蜂蜜行业主要品牌

一、中国蜂蜜行业主要品牌

二、中国蜂蜜行业主要品牌市场占有率格局

第三章 2013-2017年中国蜂蜜行业发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

一、2013-2017年宏观经济运行情况

二、2013-2017年中国居民(消费者)收入情况

三、2013-2017年中国城市化率

第二节 2017年中国蜂蜜行业发展社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三节 蜂蜜行业相关政策

一、国家“十三五”产业政策

二、其他相关政策(标准、技术)

三、出口关税及相关税收政策

第四章 2013-2017年中国蜂蜜产业市场竞争现状分析

第一节 2013-2017年中国蜂蜜产业竞争现状分析

一、蜂蜜市场竞争情况分析

二、蜂蜜行业SWOT分析

第二节 2013-2017年中国 蜂蜜行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业区域分布集中度

三、行业市场消费区域集中度

第三节 我国蜂蜜行业外资进入情况

第四节 我国蜂蜜行业合作和并购情况

第五章 2013-2017年中国蜂蜜行业市场供需现状分析

第一节 2013-2017年中国蜂蜜行业市场规模

第二节 2013-2017年中国蜂蜜行业供求情况

一、2013-2017年中国蜂蜜行业产量情况

二、2013-2017年中国蜂蜜行业需求情况

三、2013-2017年中国蜂蜜行业市场规模

第三节 2018-2022年中国蜂蜜行业供求预测

第四节 2018-2022年中国蜂蜜行业市场规模预测

第六章 中国蜂蜜行业渠道分析

第一节 2013-2017年中国蜂蜜行业需求地域分布结构

第二节 2017年中国蜂蜜区域市场规模分析

- 一、2017年东北地区市场规模分析
- 二、2017年华北地区市场 规模分析
- 三、2017年华东地区市场规模分析
- 四、2017年华中地区市场规模分析
- 五、2017年华南地区市场规模分析
- 六、2017年西部地区市场规模分析

第三节 2013-2017年中国蜂蜜行业经销模式

第四节 2013-2017年中国蜂蜜行业渠道形式

第五节 2013-2017年中国蜂蜜行业渠道格局

第六节 2013-2017年中国蜂蜜行业渠道要素对比

第七章 蜂蜜行业进出口分析

第一节 出口分析

- 一、2015-2017年蜂蜜出口总况分析
- 二、2015-2017年蜂蜜出口量及增长情况
- 三、2015-2017年蜂蜜细分行业出口情况
- 四、出口价格特征分析
- 五、出口流向结构
- 六、2018-2022年中国蜂蜜产业出口预测

第二节 进口分析

- 一、2015-2017年蜂蜜进口总况分析
- 二、2015-2017年蜂蜜进口量及增长情况
- 三、2015-2017年蜂蜜细分行业进口情况
- 四、国家进口结构
- 五、进口产品结构
- 六、2018-2022年中国蜂蜜产业进口预测

第八章 中国蜂蜜行业技术分析

第一节 国内外蜂蜜行业技术发展现状

第二节 蜂蜜产业技术竞争分析

第三节 蜂蜜产业最新动态分析

第四节 蜂蜜行业市场项目情况

第五节 蜂蜜 行业技术发展趋势

第九章 2013-2017年中国蜂蜜行业重点企业分析

第一节 企业一

- 一、企业概况
- 二、企业主营业务及产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销渠道和销售网络
- 五、企业发展优势劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第二节 企业二

- 一、企业概况
- 二、企业主营业务及产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销渠道和销售网络
- 五、企业发展优势劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第三节 企业三

- 一、企业概况
- 二、企业主营业务及产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销渠道和销售网络
- 五、企业发展优势劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第四节 企业四

- 一、企业概况
- 二、企业主营业务及产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销渠道和销售网络
- 五、企业发展优势劣势分析
- 六、企业最新发展动向分析

第五节 企业五

- 一、企业概况
- 二、企业主营业务及产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销渠道和销售网络
- 五、企业发展优势劣势分析

六、企业最新发展动向分析

.....

第十章 蜂蜜行业产业链分析

第一节 2013-2017年主要上游产业发展分析

一、A行业发展分析

1、市场规模情况

2、行业价格分析

3、行业生产情况

二、B行业发展分析

1、市场规模情况

2、行业价格分析

3、行业生产情况

.....

第二节 2013-2017年主要下游产业发展分析

一、A行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

二、B行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

.....

第三节 2013-2017年中国蜂蜜行业上下游关系分析

第十一章 2013-2017年中国蜂蜜行业竞争情况分析

第一节 中国蜂蜜行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒/退出机制

四、行业周期

第二节 中国蜂蜜行业竞争结构分析

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

第三节 2018-2022年中国蜂蜜行业市场竞争策略展望分析

- 一、2018-2022年中国蜂蜜行业市场竞争趋势分析
- 二、2018-2022年中国蜂蜜行业市场竞争格局展望分析
- 三、2018-2022年中国蜂蜜行业市场竞争策略分析

第十二章 2018-2022年中国蜂蜜行业发展预测分析

第一节 2018-2022年中国蜂蜜行业未来发展预测分析

- 一、2013-2017年中国蜂蜜行业发展规模分析
- 二、2018-2022年中国蜂蜜行业发展趋势分析

第二节 2018-2022年中国蜂蜜产业产需预测

- 一、蜂蜜行业市场产量预测
- 二、蜂蜜行业市场需求预测

第十三章 2018-2022年蜂蜜行业投资机会分析

第一节 2018-2022年蜂蜜行业主要区域投资机会

第二节 2018-2022年蜂蜜行业企业的多元化投资机会

第三节 中国蜂蜜产品原材料投资机会分析

- 一、我国蜂蜜产品主要原材料价格情况
- 二、我国蜂蜜产品主要原材料价格走势预测

第十四章 2018-2022年中国蜂蜜行业投资风险与策略分析

第一节 2018-2022年中国蜂蜜行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料风险分析
- 三、政策/体制风险分析
- 四、进入/退出风险分析
- 五、经营管理风险分析

第二节 产品定位策略

- 一、市场细分策略
- 二、目标市场的选择

第三节 产品开发策略

- 一、销售模式分类
- 二、市场投资建议

第四节 品牌经营策略

一、不同品牌经营模式

二、如何切入开拓品牌

第五节 服务策略

第十五章 2018-2022年中国蜂蜜行业发展战略分析

第一节 蜂蜜行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 蜂蜜行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第十六章 2018-2022年中国蜂蜜行业投资建议

第一节 盈利模式建议

第二节 资金投入规模建议（FSW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xumuye/346736346736.html>