

# 2018-2023年中国蜂蜜行业 市场深度分析与投资规划建议咨询研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2018-2023年中国蜂蜜行业市场深度分析与投资规划建议咨询研究报告》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.bosidata.com/report/E6477586Y4.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2018-04-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国蜂蜜行业市场深度分析与投资规划建议咨询研究报告》介绍了蜂蜜行业相关概述、中国蜂蜜产业运行环境、分析了中国蜂蜜行业的现状、中国蜂蜜行业竞争格局、对中国蜂蜜行业做了重点企业经营状况分析及中国蜂蜜产业发展前景与投资预测。您若想对蜂蜜产业有个系统的了解或者想投资蜂蜜行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 蜂蜜行业相关概述1.1 蜂蜜的定义及分类1.1.1 蜂蜜的定义1.1.2 蜂蜜的分类1、根据等级划分（1）一等蜜（2）二等蜜（3）三等蜜（4）四等蜜2、根据采蜜蜂种（1）意蜂蜜（2）中蜂蜜3、根据来源（1）天然蜜（2）甘露蜜4、根据物理状态（1）结晶蜜（2）液态蜜5、根据生产方式（1）分离蜜（2）巢蜜（3）压榨蜜6、根据颜色7、根据蜜源植物（1）单花蜜（2）杂花蜜1.2 蜂蜜的营养价值1.2.1 营养成分1.2.2 营养功效 第二章 2015-2017年中国蜂蜜行业发展环境分析2.1 中国宏观经济发展环境分析2.1.1 2015-2017年中国GDP增长情况分析2.1.2 2015-2017年工业经济发展形势分析2.1.3 2015-2017年全社会固定资产投资分析2.1.4 2015-2017年社会消费品零售总额分析2.1.5 2015-2017年城乡居民收入与消费分析2.1.6 2015-2017年对外贸易的发展形势分析2.2 中国蜂蜜市场政策环境分析2.2.1 《中华人民共和国畜牧法》蜂条款2.2.2 《食品安全法》促进保健品市场规范2.2.3 中国蜂产品企业税收优惠政策分析2.2.4 新《蜂蜜》食品安全国家标准公布2.2.5 农业部推动全国蜜蜂授粉产业发展2.2.6 农业部出台养蜂管理办法2.2.7 蜂蜜新国标出台2.3 中国蜂蜜市场社会环境分析2.3.1 居民消费支出情况2.3.2 人们保健意识增强2.3.3 保健食品市场现状2.3.4 中国人口老龄化明显2.4 中国蜂蜜行业技术环境分析2.4.1 行业技术发展现状2.4.2 行业主要技术发展趋势 第三章 2015-2017年世界蜂蜜整体行业市场运行格局透析3.1 世界蜜蜂养殖市场概况3.1.1 蜜蜂养殖规模3.1.2 养殖区域分布3.1.3 全球蜂蜜贸易情况3.1.4 全球蜜蜂消失现象愈演愈烈3.2 世界蜂蜜市场运行分析3.2.1 全球蜂蜜产量分析3.2.2 国外开始关注中国蜂产品3.2.3 世界蜂蜜进出口贸易情况分析3.2.4 世界蜂蜜市场的进出口主体结构3.3 世界主要国家蜂蜜市场调研3.3.1 美国蜂蜜生产发展3.3.2 澳大利亚养蜂业3.3.3 日本蜂蜜市场调研3.3.4 巴西的蜂业现状3.3.5 阿根廷蜂蜜市场3.3.6 新西兰蜂蜜市场3.4 2018-2023年世界蜂蜜贸易发展趋势分析 第四章 2015-2017年中国蜜蜂养殖产业运行形势分析4.1 2015-2017年中国蜜蜂养殖整体行业概述4.1.1 中国蜂养殖规模及区域分布4.1.2 国内主要的蜜蜂品种、品系分析4.1.3 蜜蜂的饲养管理4.1.4 蜂产品功效及采集介绍4.1.5 中国养蜂产业发展瓶颈1、低质低价是影响蜂产品行业健康发展的主要障碍2、掺杂使假的蜂产品仍然占据着一定的市场3、消费者对国产蜂产品的信任危机加剧4、传统的销售

方式仍是当前的主要销售渠道5、蜂产品研发进展缓慢，缺少新品和精品4.2 2015-2017年中国蜜蜂养殖整体行业现状分析4.2.1 中国蜂产业发展历程4.2.2 中国养蜂业发展成就4.2.3 养蜂业发展欠佳缘由4.2.4 中国养蜂业现存问题4.2.5 养蜂业歉收原因分析4.2.6 养蜂业发展的促进措施4.3 2015-2017年中国蜜蜂养殖组织形式分析4.3.1 养蜂专业户4.3.2 合作社形式4.3.3 专业股份合作经济组织4.4 2015-2017年中国蜜蜂养殖业中热点问题探讨4.4.1 蜜蜂养殖技术要点分析4.4.2 模式化蜜蜂养殖档案管理分析4.4.3 2015-2017年蜂类产品质量合格情况4.4.4 中国蜂产品安全问题及对策分析 第五章 2015-2017年中国蜂蜜市场动态分析5.1 2015-2017年中国蜂蜜产品市场运行特点分析5.1.1 2015-2017年中国蜂蜜生产情况分析5.1.2 中国蜂胶市场基本情况5.1.3 2015-2017年中国蜂王浆市场调研5.1.4 2015-2017年中国蜂花粉市场调研5.2 2015-2017年中国蜂蜜市场运行动态透析5.2.1 “土蜂蜜”丰收找销路5.2.2 2015-2017年四川养蜂业发展规模5.2.3 龙门生产的蜂蜜醋销往港澳5.2.4 武汉本地蜂蜜酒抢滩高端市场5.2.5 慈生堂改变中国蜂蜜市场格局5.3 2015-2017年中国蜂蜜市场消费情况分析5.3.1 蜂蜜市场消费群特点5.3.2 中国蜂蜜市场消费现状5.3.3 2015-2017年蜂蜜市场价格分析5.4 2015-2017年中国蜂产品保健市场调研5.4.1 蜂产业苦寻消费大众化新路径5.4.2 海南蜂产业纳入全国规划5.4.3 延吉安图县打造蜂产业基地5.4.4 蜂类保健食品存在的主要问题5.4.5 蜂类保健食品发展对策及建议5.5 2015-2017年中国主要蜂产品市场格局 第六章 2015-2017年中国蜂蜜进出口贸易市场调研6.1 2015-2017年中国蜂蜜进出口贸易市场综述6.1.1 日照市优质蜂产品出口国内领先6.1.2 欧洲进口中国蜂蜜增加新检测项目6.1.3 2015-2017年朝阳蜂蜜产品出口大幅增长6.1.4 2015-2017年河南蜂蜜出口重返欧盟市场6.1.5 2015-2017年宁波蜂蜜出口欧盟实现零如破6.2 2015-2017年中国天然蜂蜜进出口分析6.2.1 2015-2017年中国天然蜂蜜进口分析6.2.2 2015-2017年中国天然蜂蜜出口分析6.2.3 2015-2017年中国天然蜂蜜进出口均价分析6.2.4 2015-2017年中国天然蜂蜜进出口流向分析6.2.5 2015-2017年中国天然蜂蜜进出口省市分析6.3 2015-2017年中国蜜蜂出口问题及对策分析 第七章 中国蜂蜜品牌消费者偏好深度调查7.1 中国蜂蜜产品目标客户群体调查7.1.1 不同收入水平消费者偏好调查7.1.2 不同收入水平消费者偏好调查7.1.3 不同地区的消费者偏好调查7.2 中国蜂蜜产品的品牌市场运营状况分析7.2.1 消费者对品牌消费意识形态调研7.2.2 消费者对蜂蜜产品的品牌偏好调查7.2.3 消费者对蜂蜜品牌的首要认知渠道7.2.4 消费者经常购买的品牌调查7.2.5 蜂蜜品牌忠诚度调查7.2.6 蜂蜜品牌市场占有率调查7.2.7 消费者的消费理念调研7.3 不同客户购买相关的态度及影响分析7.3.1 价格敏感程度7.3.2 品牌的影响7.3.3 购买方便的影响7.3.4 广告的影响程度7.3.5 包装的影响程度7.5.2 细分市场建议 第八章 中国蜂蜜行业上、下游产业链分析8.1 蜂蜜行业产业链概述8.1.1 产业链定义8.1.2 蜂蜜行业产业链8.2 蜂蜜行业主要上游产业发展分析8.2.1 上游产业发展现状8.2.2 上游产业供给分析8.2.3 上游供给价格分析8.2.4 主要供给企业分析8.3 蜂蜜行业主要下游产业发展分析8.3.1 下游（应用行业）产业发

展现状8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析8.3.4  
下游（应用行业）最具前景产品/行业调研 第九章 中国蜂蜜行业市场竞争格局分析9.1  
2015-2017年中国蜂蜜整体行业竞争现状分析9.1.1 蜂蜜品牌竞争力分析9.1.2 蜂蜜销售渠道竞争  
分析9.1.3 蜂蜜产品价格竞争分析9.2 2015-2017年中国蜂蜜整体行业集中度分析9.2.1 区域集中  
度分析9.2.2 销售集中度分析9.2.3 资产集中度分析9.2.4 利润集中度分析9.3 2015-2017年中国蜂  
蜜出口竞争力国际比较9.4 2015-2017年中国蜂蜜整体行业竞争趋势分析9.5 2015-2017年中国蜂  
产业市场竞争战略9.5.1 一个中心9.5.2 四个基本点 第十章 中国蜂蜜行业领先企业竞争力分  
析10.1 江西汪氏蜜蜂园有限公司10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业主要产品分析10.1.3 企业  
竞争优势分析10.1.4 企业经营状况分析10.1.5 企业最新发展动态10.1.6 企业投资前景分析10.2  
北京百花蜂业科技发展股份公司10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业主要产品分析10.2.3 企业  
竞争优势分析10.2.4 企业经营状况分析10.2.5 企业最新发展动态10.2.6 企业投资前景分析10.3  
上海冠生园蜂制品有限公司10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业主要产品分析10.3.3 企业竞争  
优势分析10.3.4 企业经营状况分析10.3.5 企业最新发展动态10.3.6 企业投资前景分析10.4 南京  
老山药业股份有限公司10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业主要产品分析10.4.3 企业竞争优势  
分析10.4.4 企业经营状况分析10.4.5 企业最新发展动态10.4.6 企业投资前景分析10.5 颐寿园(北  
京)蜂产品有限公司10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业主要产品分析10.5.3 企业竞争优势分  
析10.5.4 企业经营状况分析10.5.5 企业最新发展动态10.5.6 企业投资前景分析10.6 杭州蜂之语  
蜂业股份有限公司10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业主要产品分析10.6.3 企业竞争优势分  
析10.6.4 企业经营状况分析10.6.5 企业最新发展动态10.6.6 企业投资前景分析10.7 北京慈生堂  
食品有限公司10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业主要产品分析10.7.3 企业竞争优势分析10.7.4  
企业经营状况分析10.7.5 企业最新发展动态10.7.6 企业投资前景分析10.8 陕西老蜂农生物科  
技有限责任公司10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业主要产品分析10.8.3 企业竞争优势分  
析10.8.4 企业经营状况分析10.8.5 企业最新发展动态10.8.6 企业投资前景分析10.9 广州市宝生  
园股份有限公司10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业主要产品分析10.9.3 企业竞争优势分  
析10.9.4 企业经营状况分析10.9.5 企业最新发展动态10.9.6 企业投资前景分析10.10 湖南省明  
园蜂业有限公司10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业主要产品分析10.10.3 企业竞争优势分  
析10.10.4 企业经营状况分析10.10.5 企业最新发展动态10.10.6 企业投资前景分析 第十一章  
2018-2023年中国蜂蜜行业发展趋势与前景分析11.1 2018-2023年中国蜂蜜市场趋势预测11.1.1  
养蜂业具有较大发展潜力11.1.2 蜂蜜生产和贸易发展趋势11.1.3 中国系列蜂产品前景探析11.2  
2018-2023年中国蜂产业趋势预测展望11.3 2018-2023年中国蜂蜜整体行业趋势预测分析11.3.1  
蜂蜜市场供给预测分析11.3.2 蜂蜜行业现状分析11.3.3 蜂蜜产品贸易预测分析11.4 2018-2023年  
中国蜂蜜市场盈利预测分析 第十二章 2018-2023年中国蜂蜜行业行业前景调研12.1 2018-2023

年中国蜂蜜市场投资环境分析12.1.1 “十三五”中国宏观经济形势预测分析12.1.2 中国营养保健品市场仍将保持快速增长12.1.3 居民用于保健方面的支出比例大大提高12.1.4 蜂产品将成为保健品整体行业珍品和主力军12.2 2018-2023年中国蜂蜜整体行业投资机会分析12.2.1 中国蜂蜜市场投资潜力分析12.2.2 蜂蜜深加工产品投资吸引力分析12.2.3 蜂产业成为投资创业“小蓝海”12.3 2018-2023年中国蜂蜜整体行业投资前景分析12.3.1 产业政策风险12.3.2 市场竞争风险12.3.3 质量安全风险12.3.4 市场运营风险12.4 蜂蜜行业投资潜力与建议12.4.1 蜂蜜行业投资潜力分析12.4.2 蜂蜜行业最新投资动态12.4.3 蜂蜜行业投资机会与建议 第十三章 2018-2023年中国蜂蜜企业投资规划建议与客户策略分析13.1 对我国蜂蜜品牌的战略思考13.1.1 企业品牌的重要性13.1.2 蜂蜜实施品牌战略的意义13.1.3 蜂蜜企业品牌的现状分析13.1.4 我国蜂蜜企业的品牌战略13.1.5 蜂蜜品牌战略管理的策略13.2 蜂蜜经营策略分析13.2.1 蜂蜜市场细分策略13.2.2 蜂蜜市场创新策略13.2.3 蜂蜜品牌定位与品类规划13.2.4 蜂蜜新产品差异化战略13.3 蜂蜜企业战略规划策略分析13.3.1 战略综合规划13.3.2 技术开发战略13.3.3 区域战略规划13.3.4 产业战略规划13.3.5 营销品牌战略13.3.6 竞争战略规划 第十四章 研究结论及建议14.1 研究结论14.2 建议14.2.1 行业投资策略建议14.2.2 行业投资方向建议14.2.3 行业投资方式建议 图表目录  
图表：蜂蜜行业特点  
图表：蜂蜜行业生命周期  
图表：蜂蜜行业产业链分析  
图表：2015-2017年蜂蜜行业市场规模分析  
图表：2018-2023年蜂蜜行业市场规模预测  
图表：中国蜂蜜行业盈利能力分析  
图表：中国蜂蜜行业运营能力分析  
图表：中国蜂蜜行业偿债能力分析  
图表：中国蜂蜜行业发展能力分析  
图表：中国蜂蜜行业经营效益分析  
图表：2015-2017年蜂蜜重要数据指标比较  
图表：2015-2017年中国蜂蜜行业销售情况分析  
图表：2015-2017年中国蜂蜜行业利润情况分析  
图表：2015-2017年中国蜂蜜行业资产情况分析  
图表：2015-2017年蜂蜜市场运营状况分析  
对象情况  
图表：2015-2017年蜂蜜消费者消费习惯调查  
图表：2015-2017年消费者对蜂蜜产品价格认同情况调查  
图表：2015-2017年消费者购买渠道情况调查  
图表：2015-2017年蜂蜜消费者品牌状况调查  
图表：2015-2017年中国消费者蜂蜜品牌构成  
图表：2015-2017年蜂蜜消费者性别比例  
图表：2015-2017年蜂蜜消费者年龄分布  
图表：2015-2017年蜂蜜消费者购买频率  
图表：2015-2017年蜂蜜消费者购买蜂蜜的规格  
图表：2015-2017年蜂蜜消费者购买蜂蜜消费金额  
图表：2015-2017年消费者蜂蜜关注度调查  
图表：2015-2017年影响消费者购买的因素调查  
图表：2018-2023年中国蜂蜜产能预测  
图表：2018-2023年中国蜂蜜消费量预测  
图表：2018-2023年中国蜂蜜市场趋势分析  
图表：2018-2023年中国蜂蜜市场价格走势预测  
图表：2018-2023年中国蜂蜜趋势预测分析  
图表：2015-2017年中国蜂蜜竞争力分析  
图表：2018-2023年中国蜂蜜产能预测  
图表：2018-2023年中国蜂蜜消费量预测  
图表：2018-2023年中国蜂蜜市场趋势分析  
图表：2018-2023年中国蜂蜜市场价格走势预测  
图表：2018-2023年中国蜂蜜趋势预测分析  
图表：三..胜.投资建议  
图表：区域投资前景规划略.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/E6477586Y4.html>