

# 2017-2022年中国蜂产品行业全景调研及产业竞争格局报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2017-2022年中国蜂产品行业全景调研及产业竞争格局报告》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.abaogao.com/b/yuanliaoyao/E17161YVNS.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

蜂产品是蜜蜂的产物，按其来源和形成的不同可分为三大类：蜜蜂的采制物。如蜂蜜、蜂花粉、蜂胶等；蜜蜂的分泌物。如蜂王浆、蜂毒、蜂蜡等；蜜蜂自身生长发育各虫态的躯体。如蜜蜂幼虫、蜜蜂蛹等。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国蜂产品行业全景调研及产业竞争格局报告》共十章。首先介绍了蜂产品相关概念及发展环境，接着分析了中国蜂产品规模及消费需求，然后对中国蜂产品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国蜂产品面临的机遇及发展前景。您若想对中国蜂产品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章国内蜂产品行业品牌发展环境分析14

第一节产品/行业概况14

第二节经济环境分析14

一、中国GDP增长情况分析14

二、工业经济发展形势分析15

三、社会固定资产投资分析16

四、全社会消费品零售总额17

五、全国居民收入增长分析18

六、居民消费价格变化分析19

七、对外贸易发展形势分析20

第三节政策环境分析21

一、《中华人民共和国畜牧法》21

二、《中华人民共和国食品安全法》21

三、全国养蜂业“十二五”发展规划24

四、蜂产品行业“十二五”发展规划25

五、《关于促进发展养蜂业机械化的通知》27

## 六、2016年食品安全重点工作安排28

### 第四节社会环境分析29

#### 一、人口环境分析29

#### 二、中国城镇化率30

#### 三、消费水平分析31

#### 四、保健意识增强31

### 第五节技术环境分析32

## 第二章国内蜂产品行业发展分析35

### 第一节国内蜂产品行业发展总体概况35

### 第二节国内蜂产品行业发展存在问题35

#### 一、养殖技术方面存在的问题35

#### 二、销售经营环节中存在的问题36

#### 三、出口贸易中存在的问题37

### 第三节蜂蜜产销情况及市场预测38

#### 一、2015年蜂蜜市场回顾38

#### 二、我国蜂蜜市场现状39

#### 三、2016年蜂蜜市场预测39

### 第四节蜂胶产销情况及市场预测40

#### 一、2015年蜂胶市场回顾40

#### 二、蜂胶市场主要问题40

#### 三、对未来蜂胶市场的建议41

### 第五节蜂王浆产销情况及市场预测42

#### 一、2015年蜂王浆市场回顾42

#### 二、2016年蜂王浆市场预测43

### 第六节蜂花粉产销情况及市场预测43

#### 一、2015年蜂花粉市场回顾43

#### 二、2016年蜂花粉市场预测43

### 第七节国内蜂产品行业发展建议44

#### 一、重视蜂业发展，稳定蜂产品生产44

#### 二、重视蜂产品科研，完善产业服务44

#### 三、培育合作组织，加强组织建设44

- 四、培育内销市场，预防转基因蜂蜜问题44
- 五、实行规模化生产，提高机械化水平45
- 六、推进成熟蜂蜜的生产，提高蜂蜜品质45
- 七、大力推广蜜蜂授粉技术45
- 八、促进蜜蜂文化产业的发展45

### 第三章国内蜂产品行业品牌需求与消费者偏好调查46

#### 第一节消费者基本情况调查分析46

- 一、性别情况46
- 二、年龄分布46
- 三、适合人群47
- 四、食用频率48

#### 第二节蜂产品的品牌市场运营状况分析48

- 一、品牌忠诚度调查48
- 二、品牌认知渠道调查49
- 三、购买品牌调研50

#### 第三节购买蜂产品的影响因素50

- 一、选择价格调查50
- 二、购买渠道情况51
- 三、消费理念调研52

#### 第四节蜂产品的认知功效调查分析52

- 一、产品认知情况52
- 二、功效认知情况53

### 第四章国内蜂产品行业品牌产品市场供需渠道分析54

#### 第一节销售渠道概况分析54

- 一、销售渠道定义54
- 二、销售渠道分类54
- 三、渠道选择因素58
- 四、渠道基本要素59

#### 第二节销售渠道对行业品牌发展的重要性61

- 一、销售渠道对品牌传播的影响61

二、不同销售渠道对品牌建设的作用63

第三节行业销售渠道的重要环节分析65

一、批发商65

二、零售商67

三、代理商69

第四节销售渠道发展趋势分析70

一、渠道运作趋势发展70

二、渠道支持趋势发展72

三、渠道格局趋势发展74

四、渠道结构趋势发展74

第五节销售渠道策略分析76

一、直接渠道或间接渠道的营销策略76

二、长渠道或短渠道的营销策略76

三、宽渠道或窄渠道的营销策略77

四、单一销售渠道和多销售渠道策略77

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略78

第六节国内蜂产品的主要销售渠道模式79

第五章中国蜂产品行业进出口市场情况分析81

第一节2009-2016年中国天然蜂蜜行业进出口分析81

一、2009-2016年中国天然蜂蜜行业进口分析81

(一)天然蜂蜜进口数量情况81

(二)天然蜂蜜进口金额情况81

(三)天然蜂蜜进口来源分析82

(四)天然蜂蜜进口均价分析83

二、2009-2016年中国天然蜂蜜行业出口分析84

(一)天然蜂蜜出口数量情况84

(二)天然蜂蜜出口金额情况84

(三)天然蜂蜜出口流向分析85

(四)天然蜂蜜出口均价分析86

第二节2009-2016年中国鲜蜂王浆行业进出口市场调研86

一、2009-2016年中国鲜蜂王浆行业进口86

(一) 鲜蜂王浆进口数量情况86

(二) 鲜蜂王浆进口金额情况87

(三) 鲜蜂王浆进口均价分析87

二、2009-2016年中国鲜蜂王浆行业出口88

(一) 鲜蜂王浆出口数量情况88

(二) 鲜蜂王浆出口金额情况88

(三) 鲜蜂王浆出口流向分析89

(四) 鲜蜂王浆出口均价分析90

第三节2009-2016年中国鲜蜂王浆粉行业进出口市场调研90

一、2010-2015年中国鲜蜂王浆粉行业进口分析90

(一) 鲜蜂王浆粉进口数量情况90

(二) 鲜蜂王浆粉进口金额情况91

(三) 鲜蜂王浆粉进口均价分析91

二、2009-2016年中国鲜蜂王浆粉行业出口分析91

(一) 鲜蜂王浆粉出口数量情况91

(二) 鲜蜂王浆粉出口金额情况92

(三) 鲜蜂王浆粉出口流向分析92

(四) 鲜蜂王浆粉出口均价分析93

第四节2009-2016年中国蜂花粉行业进出口市场调研94

一、2009-2016年中国蜂花粉行业进口分析94

(一) 蜂花粉进口数量情况94

(二) 蜂花粉进口金额情况95

(三) 蜂花粉进口来源分析95

(四) 蜂花粉进口均价分析96

二、2009-2016年中国蜂花粉行业出口分析97

(一) 蜂花粉出口数量情况97

(二) 蜂花粉出口金额情况97

(三) 蜂花粉出口流向分析98

(四) 蜂花粉出口均价分析99

第五节2009-2016年中国其他蜂产品行业进出口市场调研99

一、2009-2016年中国其他蜂产品行业进口分析99

(一) 其他蜂产品进口数量情况99

(二) 其他蜂产品进口金额情况	100
(三) 其他蜂产品进口来源分析	100
(四) 其他蜂产品进口均价分析	101
二、2009-2016年中国其他蜂产品行业出口分析	102
(一) 其他蜂产品出口数量情况	102
(二) 其他蜂产品出口金额情况	102
(三) 其他蜂产品出口流向分析	103
(四) 其他蜂产品出口均价分析	104
第六节2009-2016年中国蜂蜡行业进出口市场调研	104
一、2009-2016年中国蜂蜡行业进口分析	104
(一) 蜂蜡进口数量情况	104
(二) 蜂蜡进口金额情况	105
(三) 蜂蜡进口来源分析	105
(四) 蜂蜡进口均价分析	106
二、2009-2016年中国蜂蜡行业出口分析	107
(一) 蜂蜡出口数量情况	107
(二) 蜂蜡出口金额情况	107
(三) 蜂蜡出口流向分析	108
(四) 蜂蜡出口均价分析	109
第六章中国蜂产品行业优势品牌企业分析	110
第一节江西老蜂农蜂业有限公司(老蜂农)	110
一、企业发展基本情况	110
二、企业品牌发展历程	110
三、公司产品情况分析	111
四、企业销售收入分析	111
五、企业盈利能力分析	112
六、企业经营优势分析	112
第二节江西汪氏蜜蜂园有限公司(汪氏蜜蜂园)	113
一、企业发展基本情况	113
二、公司产品情况分析	113
三、企业销售收入分析	114



四、企业盈利能力分析	114
五、企业经营优势分析	115
第三节上海冠生园蜂制品有限公司（冠生园）	115
一、企业发展基本情况	115
二、公司产品情况分析	116
三、企业销售收入分析	117
四、企业盈利能力分析	118
五、企业经营优势分析	118
第四节南京老山药业股份有限公司（老山牌）	119
一、企业发展基本情况	119
二、公司产品情况分析	119
三、企业销售收入分析	120
四、企业盈利能力分析	120
五、企业经营优势分析	120
第五节颐寿园（北京）蜂产品有限公司（颐园牌）	121
一、企业发展基本情况	121
二、公司产品情况分析	121
三、企业销售收入分析	122
四、企业盈利能力分析	122
五、企业经营优势分析	123
第六节广州市宝生园股份有限公司（宝生园）	123
一、企业发展基本情况	123
二、企业品牌发展历程	124
三、公司产品情况分析	124
四、企业销售收入分析	125
五、企业盈利能力分析	125
六、企业经营优势分析	125
第七节安徽省百春制药有限公司（百春）	126
一、企业发展基本情况	126
二、公司产品情况分析	126
三、企业销售收入分析	127
四、企业盈利能力分析	127

## 五、企业经营优势分析127

### 第八节北京百花蜂业科技发展股份公司（百花牌）128

#### 一、企业发展基本情况128

#### 二、企业品牌发展历程128

#### 三、公司产品情况分析129

#### 四、企业销售收入分析130

#### 五、企业盈利能力分析130

#### 六、公司产销情况分析131

#### 七、企业经营优势分析131

### 第九节杭州蜂之语蜂业股份有限公司（蜂之语）132

#### 一、企业发展基本情况132

#### 二、公司产品情况分析133

#### 三、企业销售收入分析133

#### 四、企业盈利能力分析134

#### 五、企业经营优势分析134

### 第十节新疆天山黑蜂产业股份有限公司135

#### 一、企业发展基本情况135

#### 二、公司产品情况分析135

#### 三、企业销售收入分析136

#### 四、企业盈利能力分析136

#### 五、企业经营优势分析137

## 第七章国内蜂产品行业品牌竞争格局分析138

### 第一节蜂产品行业竞争现状分析138

#### 一、蜂产品品牌竞争力分析138

#### 二、蜂产品销售渠道竞争分析138

#### 三、蜂产品价格竞争分析139

### 第二节蜂产品行业集中度分析140

#### 一、区域集中度分析140

#### 二、销售集中度分析140

### 第三节蜂产品出口竞争力分析141

### 第四节蜂产品行业竞争趋势分析142

- 一、从单纯做产品到做功效142
- 二、从泛品牌到专属品牌142
- 三、从专一化到多元化143

## 第八章2017-2022年国内蜂产品行业发展预测144

### 第一节2017-2022年国内蜂产品行业发展趋势144

- 一、蜂产品产业进入新的转型期144
- 二、蜂产品产业转变生产经营方式145
- 三、蜂产品产业创新营销方式145
- 四、推动蜂产品价值的回归146
- 五、净化蜂产品的市场运营146

### 第二节2017-2022年国内蜂产品行业趋势预测147

- 一、养蜂业具有较大发展潜力147
- 二、蜂蜜生产和贸易发展趋势147
- 三、中国系列蜂产品前景探析148

### 第三节2017-2022年国内蜂产品行业发展预测分析148

- 一、蜂产品产量预测分析148
  - (一) 蜂蜜产量预测分析148
  - (二) 蜂胶产量预测分析149
  - (三) 蜂王浆产量预测分析150
  - (四) 蜂花粉产量预测分析150
- 二、蜂产品需求预测分析151
- 三、蜂产品盈利预测分析151

### 第四节2017-2022年国内蜂产品行业投资机会分析152

- 一、蜜蜂养殖市场投资潜力分析152
- 二、蜂蜜深加工产品投资吸引力分析153
- 三、蜂产业成为投资创业“小蓝海”153

### 第五节2017-2022年影响蜂产品行业发展的主要因素154

- 一、行业发展的有利因素154
  - (一) 下游需求市场前景广阔154
  - (二) 国家政策的支持154
  - (三) 经济保持持续发展155

(四) 科技进步的促进作用155

二、行业发展的不利因素155

(一) 原蜜价格波动较大155

(二) 资金实力不足155

(三) 创新能力不足156

第九章2017-2022年国内蜂产品行业品牌投资价值与投资前景研究分析157

第一节行业SWOT模型分析157

一、优势分析157

二、劣势分析158

三、机会分析159

四、风险分析160

第二节行业发展的PEST分析161

一、政治法律环境161

二、经济发展环境161

三、社会文化环境163

四、技术发展环境164

第三节行业发展的投资方向分析164

一、推进蜂产品企业体制机制创新164

二、着力提高蜂产品的质量和效益165

三、推进蜂产品市场的规范宣传166

四、推进蜂产品的品牌战略166

五、实现企业营销与互联网的融合167

六、推进蜂产品产业链的延伸167

第四节行业发展的投资前景分析168

一、产业政策风险168

二、市场竞争风险169

三、质量安全风险169

四、市场运营风险169

第五节行业发展的投资前景研究分析170

一、不断提高加工技术水平170

二、建立多元赢利体系170

### 三、蜂蜜企业以品牌价值实现资本运营171

## 第十章业内专家对国内蜂产品行业总结及企业经营战略建议172(ZYWZY)

### 第一节蜂产品行业企业的标杆管理172

#### 一、“杜峰王”的成功经验借鉴172

(一) 建设现代的生产管理制度172

(二) 采用科学的养蜂技术173

(三) 坚持严格的质量控制173

(四) 积极参与行业合作174

(五) 注意科研投入与产品创新175

(六) 持续多年的出口美誉度175

#### 二、“杜峰王”对建立蜂产品高端品牌的探索175

(一) “杜峰王”品牌的定位175

(二) “杜峰王”品牌的推广176

### 第二节蜂产品行业企业的资本运作模式177

#### 一、资本市场的运作方式177

(一) 首次发行股份上市177

(二) 上市后的再融资177

#### 二、资本市场的运作建议178

### 第三节蜂产品行业企业的营销模式探讨179

#### 一、规范的产品市场179

#### 二、建设营销团队179

#### 三、建立自身的营销模式180

### 第四节蜂产品市场的重点客户战略180

#### 一、实施重点客户战略的必要性180

#### 二、合理确立重点客户181

#### 三、重点客户战略管理182

#### 四、对重点客户的营销策略184

### 部分图表目录：

图表12011-2016年中国国内生产总值及增长速度15

图表22014-2016年中国国内生产总值及构成15

图表32011-2016年中国固定资产投资及增长速度17  
图表42011-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度18  
图表52011-2016年中国居民人均可支配收入及增长速度19  
图表62011-2016年中国货物进出口总额变化趋势图20  
图表72011-2015年中国人口总量趋势图29  
图表82015年中国人口数及构成情况30  
图表92011-2015年中国城镇化率变化趋势图30  
图表102011-2015年我国蜂蜜产量情况38  
图表112011-2015年中国主要蜜源与蜂农见面价情况38  
图表12我国蜂产品行业消费者受访者性别情况46  
图表13我国蜂产品行业消费者受访者年龄分布情况47  
图表14我国蜂产品行业适合人群情况47  
图表15我国蜂产品消费者的食用频率情况48  
图表16消费者购买蜂产品的品牌忠诚度情况49  
图表17消费者获得蜂产品品牌的认知渠道情况49  
图表18消费者购买蜂产品时选择的品牌情况50  
图表19消费者购买蜂产品时选择的价格段情况51  
图表20消费者购买蜂产品的渠道调研情况51  
图表21消费者购买蜂产品时的消费理念调研情况52  
图表22消费者对蜂产品的产品认知情况53  
图表23对蜂产品的功效认知情况53  
图表24生活消费品的销售渠道介绍55  
图表25生产资料的销售渠道介绍55  
图表26传统销售渠道模式的优缺点情况55  
图表27垂直销售渠道模式优缺点介绍56  
图表28垂直销售渠道模式分类情况56  
图表29批发商的分类情况66  
图表30零售商具体形式分类情况67  
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yuanliaoyao/E17161YVNS.html>