

2014-2019年中国蜂蜜市场 调研与发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国蜂蜜市场调研与发展趋势预测报告》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/201404/103163.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，是昆虫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，在体内转化酶的作用下经过30分钟的发酵，回到蜂巢中吐出，蜂巢内温度经常保持在35℃左右，经过一段时间，水份蒸发，成为水分含量少于20%的蜂蜜，存贮到巢洞中，用蜂蜡密封。蜂蜜的成分除了葡萄糖、果糖之外还含有各种维生素、矿物质和氨基酸。1千克的蜂蜜含有2940卡的热量。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。

蜂蜜出自《名医别录》：石蜜，生武都山谷、河源山谷及诸山石中。蜂蜜色白如膏者良。陶弘景：石蜜即崖蜜也，高山岩石间作之。蜂蜜色青赤，味小碱，食之心烦。其蜂黑色似虻。又木蜜呼为食蜜，悬树枝作之。色青白。树空及人家养作之者亦白，而浓厚味美。《本草拾遗》：按寻常蜜亦有木中作者，亦有土中作者，北方地燥，多在土中，南方地湿，多在木中，各随土地所有而生，色黄味苦，主目热，蜂衔黄连花作之。其蜜一也。宣州有黄连蜜，西凉有梨花蜜，色白如凝脂，亦梨花作之，各逐所出。《本草图经》：食蜜有两种，一种在山林木上作房，一种人家作窠槛收养之。其蜂甚小而微黄，蜜浓厚而味美。《纲目》：凡试蜜，以烧红火箸插入，提出起气是真，起烟是伪。

蜂蜜(honey)，又叫冬酿。主要是因为蜜蜂采集和酿造的艰辛。宋代大词人苏辙《次韵王适元日并示曹焕二首》中写道：“井底屠酥浸旧方，床头冬酿压琼浆”。意思是：“酒窖里的按照传统的方式炮制的屠苏酒，再加上点蜂蜜，她的滋味超过了神仙喝的美酒”。词中的冬酿就是特指蜂蜜。

蜂蜜产业市场调研报告内容严谨、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、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研究分析。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。

【目录】

第一章蜂蜜行业相关概述

第一节蜂蜜行业概念

第二节蜂蜜行业特点及分类

第二章 2013年全球蜂蜜行业发展分析

第一节 2013年全球蜂蜜行业发展概况

第二节 2013年球分地区蜂蜜行业发展分析

一、欧洲

二、北美

三、亚洲

第三节 2013年全球蜂蜜行业发展趋势分析

第三章 2013年中国蜂蜜行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节蜂蜜行业主管部门、行业监管体

第三节蜂蜜行业主要法律法规及政策

第四章 2013年中国蜂蜜行业市场发展状况分析

第一节 2013年中国蜂蜜行业发展概述

第二节 2011-2013年中国蜂蜜行业产销量分析

第三节 未来我国蜂蜜行业发展趋势分析

第五章 2013年中国蜂蜜行业相关产业发展分析

第一节 2013年中国蜂蜜上游行业发展分析

第二节 2013年中国蜂蜜下游行业发展分析

第三节 2013年蜂蜜行业上下游产业关联性分析

第六章蜂蜜行业技术发展分析

第一节蜂蜜行业技术发展现状

第二节蜂蜜行业技术特点分析

第三节蜂蜜行业技术发展趋势

第七章 2013年蜂蜜行业竞争格局分析

第一节蜂蜜行业SWOT分析

第二节蜂蜜行业五力竞争模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节蜂蜜行业行业集中度分析

一、蜂蜜行业市场集中度分析

二、蜂蜜行业区域集中度分析

第八章 中国蜂蜜行业重点企业竞争力分析

第一节 企业**

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节企业**

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节企业**

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节企业**

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节企业**

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节企业**

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九章 2014-2019年中国蜂蜜行业发展预测分析

第一节 中国蜂蜜行业发展机会分析

第二节 中国蜂蜜行业供需预测

- 一、2014-2019年蜂蜜行业产量预测
- 二、2014-2019年蜂蜜行业需求量预测
- 第三节 中国蜂蜜行业发展趋势分析

第十章 2014-2019年中国蜂蜜行业投资风险分析

- 第一节 政策和体制风险
- 第二节 市场竞争风险
- 第三节 原材料压力风险
- 第四节 技术发展风险
- 第五节 其他风险

第十一章 2014-2019年蜂蜜行业发展建议及投产策略分析

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

第三节 投资建议分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103163.html>