

中国 蜂蜜行业发展现状分析与投资前景研究报告 (2024-2031年)

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《中国 蜂蜜行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202408/724430.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

1.蜂蜜概述及产业链图解

蜂蜜又称甘蜜，是蜜蜂从开花植物的花中采得的花蜜在蜂巢中经过充分酿造而成的天然甜物质。其是一种天然食品，味道甜蜜，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。蜂蜜的分类有多种，大体上可以按生产季节、蜜源、生产方式及等级等分类。

资料来源：观研天下整理

从产业链看，蜂蜜产业链上游包括蜜蜂养殖，花蜜、蜜露和甘露等原材料；中游为蜜蜂采集与加工等；下游为超市、专卖店、电商平台等线下和线上销售渠道，最后到达终端消费者。

资料来源：观研天下整理

2.我国蜂蜜产量总体保持稳定，四川省产量跃居全国首位

我国是全球养蜂大国，蜜蜂饲养规模庞大，蜂群数量、养蜂从业人员数量均居全球前列，拥有约1200万群蜜蜂和超过300万的养蜂户，为蜂蜜行业的发展奠定了坚实基础。根据国家统计局发布的数据，近年来我国蜂蜜产量总体保持稳定，维持在44万吨-47万吨左右，2023年达到46.35万吨，同比增长0.35%。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

据悉，我国是世界第一大蜂蜜生产国，产区主要集中在华东、西南、华中等地区。其中，华东地区蜜蜂产量占比最大，2022年达到26.11%；其次是西南地区，占比22.19%。若从省份来看，河南省、浙江省和四川省的蜂蜜产量常年位居全国前三。具体来看，在2022年，四川省蜂蜜产量超过河南，国内排行第一，达到6.49万吨；浙江省产量排名第二，达到5.15万吨；河南省排名则从往年的首位降至第三，达到4.84万吨。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

数据来源：国家统计局、观研天下整理

3.我国蜂蜜市场需求总体稳定，但人均消费量相对较低

蜂蜜具有缓解疲劳、消积食、清肠道、润肺止咳等功效，被誉为“可直接食用的大自然中最完美的营养食品”，备受中老年消费者青睐。相关数据显示，近年来国内蜂蜜市场需求总体保持稳定，表观需求量维持在30万吨-33万吨左右，2023年达到31.46万吨，同比增长1.58%。

资料来源：观研天下整理

我国人口基数庞大，人均蜂蜜消费量相对较低，2021年不到250克。与发达国家相比，我国人均蜂蜜消费量还存在很大差距。据悉，2018年美国和德国的人均蜂蜜消费量就分别达到500克和1000克。由此可见，我国蜂蜜人均消费量提升空间大，且拥有巨大的潜在消费市场。另外，当前我国蜂蜜产品质量良莠不齐，消费者很难分辨出真假，这也制约着蜂蜜的消费，需要加强市场引导，不断推出质量、卫生等方面行业标准和辨别真假的检验方法和技术，扩大蜂蜜消费人群和提高人均消费量。

4.蜂蜜进口均价远高于出口均价，产业发展亟待转型升级

我国是蜂蜜净出口国，近年来其出口规模始终大于进口规模。具体来看，近年来我国蜂蜜进口量始终很小，不超过5000吨，且呈现波动变化态势，2023年达到3747吨，同比增长0.57%；进口额维持在4亿元以上，2023年达到4.49亿元，同比下降5.27%。出口方面，我国是全球最大的蜂蜜出口国，出口量占产量的比例达到27%以上，2023年达到32.92%。此外，2018年-2022年期间其出口量呈现逐年上升态势，2022年达到15.59万吨；但在2023年其出口量出现些许下滑，降至15.26万吨。出口额则呈现波动变化态势，2023年达到17.86亿元，同比下降2.93%。

数据来源：数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

数据来源：海关总署、观研天下整理

虽然蜂蜜的出口规模要高于进口规模，但其进口均价却远高于出口均价，约为出口均价的8-10倍左右。数据显示，近年来我国蜂蜜进口均价维持在11万元/吨以上，且从2021年开始逐年下降，2023年降至11.99万元/吨，同比下降5.81%；出口均价则始终不超过1.4万元/吨，2023年达到1.17万元/吨。原因在于，一方面，当前传统养蜂方式存在效益低、质量差、易造假等固有弊端，对蜂蜜品质和价格影响较大；另一方面，我国蜂蜜出口以蜂蜜原浆为主，产品附加值低，国际市场竞争力较弱。因此，我国蜂蜜产业发展亟待转型升级，通过调整传统产业结构、提升加工技术、注重产品创新、推进产品品牌建设、拓展产品精深加工等方式，不断提高行业的经济效益。

数据来源：海关总署、观研天下整理（WJ）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国 蜂蜜行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国 蜂蜜行业发展概述

第一节 蜂蜜行业发展情况概述

一、 蜂蜜行业相关定义

二、 蜂蜜特点分析

三、 蜂蜜行业基本情况介绍

四、 蜂蜜行业经营模式

1、 生产模式

2、 采购模式

3、 销售/服务模式

五、 蜂蜜行业需求主体分析

第二节 中国 蜂蜜行业生命周期分析

一、 蜂蜜行业生命周期理论概述

二、 蜂蜜行业所属的生命周期分析

第三节 蜂蜜行业经济指标分析

一、 蜂蜜行业的赢利性分析

二、 蜂蜜行业的经济周期分析

三、 蜂蜜行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球 蜂蜜行业市场发展现状分析

第一节全球 蜂蜜行业发展历程回顾

第二节全球 蜂蜜行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲 蜂蜜行业地区市场分析

一、亚洲 蜂蜜行业市场现状分析

二、亚洲 蜂蜜行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲 蜂蜜行业市场前景分析

第四节北美 蜂蜜行业地区市场分析

一、北美 蜂蜜行业市场现状分析

二、北美 蜂蜜行业市场规模与市场需求分析

三、北美 蜂蜜行业市场前景分析

第五节欧洲 蜂蜜行业地区市场分析

一、欧洲 蜂蜜行业市场现状分析

二、欧洲 蜂蜜行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲 蜂蜜行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界 蜂蜜行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球 蜂蜜行业市场规模预测

第三章 中国 蜂蜜行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对 蜂蜜行业的影响分析

第三节中国 蜂蜜行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对 蜂蜜行业的影响分析

第五节中国 蜂蜜行业产业社会环境分析

第四章 中国 蜂蜜行业运行情况

第一节中国 蜂蜜行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国 蜂蜜行业市场规模分析

一、影响中国 蜂蜜行业市场规模的因素

二、中国 蜂蜜行业市场规模

三、中国 蜂蜜行业市场规模解析

第三节中国 蜂蜜行业供应情况分析

一、中国 蜂蜜行业供应规模

二、中国 蜂蜜行业供应特点

第四节中国 蜂蜜行业需求情况分析

一、中国 蜂蜜行业需求规模

二、中国 蜂蜜行业需求特点

第五节中国 蜂蜜行业供需平衡分析

第五章 中国 蜂蜜行业产业链和细分市场分析

第一节中国 蜂蜜行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、 蜂蜜行业产业链图解

第二节中国 蜂蜜行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对 蜂蜜行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对 蜂蜜行业的影响分析

第三节我国 蜂蜜行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国 蜂蜜行业市场竞争分析

第一节中国 蜂蜜行业竞争现状分析

一、中国 蜂蜜行业竞争格局分析

二、中国 蜂蜜行业主要品牌分析

第二节中国 蜂蜜行业集中度分析

一、中国 蜂蜜行业市场集中度影响因素分析

二、中国 蜂蜜行业市场集中度分析

第三节中国 蜂蜜行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国 蜂蜜行业模型分析

第一节中国 蜂蜜行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国 蜂蜜行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国 蜂蜜行业SWOT分析结论

第三节中国 蜂蜜行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国 蜂蜜行业需求特点与动态分析

第一节中国 蜂蜜行业市场动态情况

第二节中国 蜂蜜行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 蜂蜜行业成本结构分析

第四节 蜂蜜行业价格影响因素分析

- 一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国 蜂蜜行业价格现状分析

第六节中国 蜂蜜行业平均价格走势预测

一、中国 蜂蜜行业平均价格趋势分析

二、中国 蜂蜜行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国 蜂蜜行业所属行业运行数据监测

第一节中国 蜂蜜行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国 蜂蜜行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国 蜂蜜行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国 蜂蜜行业区域市场现状分析

第一节中国 蜂蜜行业区域市场规模分析

一、影响 蜂蜜行业区域市场分布的因素

二、中国 蜂蜜行业区域市场分布

第二节中国华东地区 蜂蜜行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 蜂蜜行业市场分析

(1) 华东地区 蜂蜜行业市场规模

(2) 华东地区 蜂蜜行业市场现状

(3) 华东地区 蜂蜜行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区 蜂蜜行业市场分析

(1) 华中地区 蜂蜜行业市场规模

(2) 华中地区 蜂蜜行业市场现状

(3) 华中地区 蜂蜜行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 蜂蜜行业市场分析

(1) 华南地区 蜂蜜行业市场规模

(2) 华南地区 蜂蜜行业市场现状

(3) 华南地区 蜂蜜行业市场规模预测

第五节华北地区 蜂蜜行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 蜂蜜行业市场分析

(1) 华北地区 蜂蜜行业市场规模

(2) 华北地区 蜂蜜行业市场现状

(3) 华北地区 蜂蜜行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区 蜂蜜行业市场分析

(1) 东北地区 蜂蜜行业市场规模

(2) 东北地区 蜂蜜行业市场现状

(3) 东北地区 蜂蜜行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区 蜂蜜行业市场分析

(1) 西南地区 蜂蜜行业市场规模

(2) 西南地区 蜂蜜行业市场现状

(3) 西南地区 蜂蜜行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区 蜂蜜行业市场分析
 - (1) 西北地区 蜂蜜行业市场规模
 - (2) 西北地区 蜂蜜行业市场现状
 - (3) 西北地区 蜂蜜行业市场规模预测

第十一章 蜂蜜行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优势分析

第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国 蜂蜜行业发展前景分析与预测

第一节中国 蜂蜜行业未来发展前景分析

一、 蜂蜜行业国内投资环境分析

二、中国 蜂蜜行业市场机会分析

三、中国 蜂蜜行业投资增速预测

第二节中国 蜂蜜行业未来发展趋势预测

第三节中国 蜂蜜行业规模发展预测

- 一、中国 蜂蜜行业市场规模预测
 - 二、中国 蜂蜜行业市场规模增速预测
 - 三、中国 蜂蜜行业产值规模预测
 - 四、中国 蜂蜜行业产值增速预测
 - 五、中国 蜂蜜行业供需情况预测
- ### 第四节中国 蜂蜜行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国 蜂蜜行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国 蜂蜜行业进入壁垒分析

- 一、 蜂蜜行业资金壁垒分析
- 二、 蜂蜜行业技术壁垒分析
- 三、 蜂蜜行业人才壁垒分析
- 四、 蜂蜜行业品牌壁垒分析
- 五、 蜂蜜行业其他壁垒分析

第二节 蜂蜜行业风险分析

- 一、 蜂蜜行业宏观环境风险
- 二、 蜂蜜行业技术风险
- 三、 蜂蜜行业竞争风险
- 四、 蜂蜜行业其他风险

第三节中国 蜂蜜行业存在的问题

第四节中国 蜂蜜行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国 蜂蜜行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国 蜂蜜行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国 蜂蜜行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 蜂蜜行业营销策略分析

- 一、 蜂蜜行业产品策略
- 二、 蜂蜜行业定价策略
- 三、 蜂蜜行业渠道策略

四、 蜂蜜行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202408/724430.html>