

中国燕窝市场供需调查及发展前景预测报告(2010-2015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《中国燕窝市场供需调查及发展前景预测报告(2010-2015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://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/109288109288.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

燕窝是东南亚金丝燕用唾液筑成的窝，作为一种独特的产品，具有与众不同的历史性和区域性。自明清以来，燕窝因其珍贵、滋补而一直被奉为美食中的至尊，其美名广泛流传于华人国家和地区。像新加坡、中国香港和台湾等燕窝的成熟消费地区，吃燕窝的概念已深入人心。中国内地随着生活水平的提高，对天然的健康滋补食品的需求也越来越高，以上海、江浙一带及广东地区为先，其他地区的燕窝消费也开始走俏。中国内地地域广阔，人口众多，加上经济迅猛发展，具有无可限量的强大市场潜力。

《中国燕窝市场供需调查及发展前景预测报告(2010-2015年)》系统全面的调研了燕窝的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，以产品微观部分作为调研重点，采用纵向分析和横向对比相结合的方法，分别对燕窝产品的国内外生产消费情况、原材料市场情况、产品技术情况、产品市场竞争情况、重点企业发展情况、产品品牌价值以及产品营销策略等方面进行深入的调研分析。

目录

第一章 燕窝基础概述	1
第一节 燕窝基本信息	1
一、燕窝主要成分	1
二、燕窝营养成分	1
三、燕窝具有很高的食用和药用价值	1
四、燕窝的功效	2
五、食疗价值	2
第二节 燕窝产品分类介绍	2
一、按采摘地点分类	3
二、按燕窝形状分类	4
三、按燕窝颜色分类	4
第三节 燕窝文化	4
第二章 2010年中国燕窝市场运行环境分析	5
第一节 2010年中国宏观经济环境分析	5
一、中国GDP分析	5
二、消费价格指数分析	11
三、城乡居民收入分析	12
四、社会消费品零售总额	13
五、全社会固定资产投资和工业投资分析	15
六、进出口总额及增长率分析	16
七、中国工业发展形势	16

第二节2010年中国燕窝市场政策环境分析	20
一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析	20
二、燕窝市场流通与监管	21
三、国家食药监局：燕窝是食品不能宣传疗效	21
四、燕窝进出口贸易政策分析	22
第三章 燕窝真伪鉴别方法及国内外研究进展	22
第一节 燕窝概述	22
一、燕窝分类	22
二、燕窝的掺假手段	24
三、假燕窝的识别	24
第二节 燕窝的真伪鉴别方法	24
一、经验鉴别法	24
二、显微鉴别法	24
三、理化方法	25
第三节 鉴别技术展望	25
一、现有鉴定技术之优缺点	25
二、分子生物技术及其在鉴定中的研究进展	25
第四章 燕窝行业技术制造工艺发展趋势分析	26
第一节 燕窝研究概述	26
一、燕窝的来源	26
二、燕窝的产地	26
三、燕窝的鉴别	27
四、燕窝化学成分研究	29
五、燕窝的药理作用	30
第二节 中国产燕窝总氮及氨基酸含量分析	31
一、材料与试剂	31
二、方法与结果	32
三、研究结论	33
第五章 燕窝中唾液酸检测分析研究	34
第一节 燕窝中唾液酸含量测定方法的研究	34
一、仪器和试剂	34
二、方法与结果	34
三、研究结论	38
第二节 唾液酸检测研究现状及其用于燕窝产品质控评析	38
一、唾液酸概述	38

- 二、唾液酸的保健作用 39
- 三、唾液酸检测方法研究现状 39
- 四、唾液酸检测方法用于燕窝产品质量控制可行性评析 41
- 第六章 2010年世界燕窝市场运行态势分析 43
 - 第一节 2010年国外市场运行总况 43
 - 一、全球燕窝产量分析 43
 - 二、国内外燕窝对比分析 44
 - 三、马来西亚“燕窝屋”吸引佛山投资者 44
 - 第二节 2010年全球燕窝主产国家分析 47
 - 一、印尼 47
 - 二、泰国 48
 - 三、马来西亚 48
 - 四、越南 49
- 第七章 2010年中国燕窝市场运行走势分析 49
 - 第一节 2010年中国燕窝产业运行概况 49
 - 一、中国燕窝文化分析 49
 - 二、中国燕窝市场分析 50
 - 第二节 2010年燕窝四大细分市场热点分析 50
 - 一、养生保健市场 50
 - 二、养颜美容市场 51
 - 三、礼品市场 52
 - 四、孕妇市场 53
 - 第三节 2010年中国燕窝市场透析 53
 - 一、燕窝市场开始进入了行业自律的健康发展阶段 53
 - 二、近年我国燕窝市场消费分析 54
 - 三、中国燕窝市场需求旺盛 54
 - 第四节 燕窝市场价格及利润分析 55
 - 第五节 2010年中国燕窝价格因素分析 56
 - 一、产地 56
 - 二、发头 56
 - 三、完整程度 56
 - 四、清洁品质 56
 - 五、口感 57
 - 六、含水率 57
- 第八章 2009年中国燕窝市场进出口数据分析 59

- 第一节 2009年中国燕窝进口统计 59
- 第二节 2009年中国燕窝进口价格对比 59
- 第三节 中国燕窝进出口主要来源地及出口目的地 59
- 第九章 2010年中国燕窝消费调研 60
 - 第一节 2010年中国保健品需求与消费状况分析 60
 - 一、2010年辅食、保健品消费市场分析 60
 - 二、2010年保健品消费行为调查分析 61
 - 三、青年人成保健品市场消费主力 62
 - 四、我国保健品大众化渐成新趋势 62
 - 五、2010年婴幼儿食品消费与质量调查 64
 - 第二节 2010年中国燕窝市场目标消费人群分析 71
 - 一、孕妇消费群体 71
 - 二、美容消费群体 71
 - 三、礼品消费群体 71
 - 四、儿童消费群体 71
 - 五、亚健康者消费群体 72
 - 六、老人消费群体 72
 - 第三节 最新燕窝市场前景调查 72
 - 第四节 2010年燕窝消费市场调查 73
 - 一、燕窝消费市场分析 73
 - 二、燕窝市场消费者分析 73
 - 三、燕窝市场专家观点 73
 - 第五节 燕窝孕妇需求调查 74
 - 第六节 燕窝消费乱象调查 75
- 第十章 2010年中国燕窝市场竞争新格局透析 78
 - 第一节 2010年中国燕窝市场竞争总况 78
 - 一、燕窝行业利润增加 竞争逐步趋向白热化 78
 - 二、2010年燕窝品牌排行 79
 - 第二节 2010年中国品牌燕窝热点分析 82
 - 一、燕思巢是最具升值空间的燕窝品牌 82
 - 二、康基燕窝开创滋补品蓝海战略新世代 82
 - 三、燕窝连锁品牌天赐福燕荣膺福建省优秀连锁企业 86
 - 第三节 燕窝主要消费区域分析 87
 - 一、香港、新加坡的燕窝市场分析 87
 - 二、中国燕窝市场的巨大潜力 87

第十一章 2010年中国燕窝行业主要生产企业、经销商透析 88

第一节 苏门至品 88

一、企业概况 88

二、企业文化 89

三、加盟分析 89

四、投资优势 92

第二节 同仁堂总统牌 93

一、企业概况 93

二、企业文化 93

三、系列产品 94

第三节 燕之屋 95

一、企业概况 95

二、企业文化 95

三、品牌历史 95

四、加盟分析 96

第四节 官燕栈 97

一、企业概况 97

二、企业文化 97

三、加盟分析 98

第五节 老行家 98

一、企业概况 98

二、品牌历史 99

四、加盟分析 99

第六节 盏记 100

一、企业概况 100

二、企业文化 100

三、全球健康补品专家“盏记”登陆内地市场 101

第七节 燕之家 102

一、企业概况 102

二、成就及奖项 102

第八节 燕思巢 103

一、企业概况 103

二、企业文化 104

第九节 康基KINGE 104

一、企业概况 104

二、企业文化 105

三、加盟分析 106

第十节 丝巢 107

一、企业概况 107

二、发展简史 108

三、丝巢优势 108

四、企业文化 110

五、加盟分析 111

第十二章 2010年中国燕窝加工企业运行关键性财务指标分析 113

第一节 广西贺州西麦生物食品有限公司 113

一、企业概况 113

二、企业主要经济指标分析 113

三、企业盈利能力分析 114

四、企业偿债能力分析 114

五、企业运营成本费用分析 115

六、企业成长能力分析 115

第二节 深圳万基药业有限公司 116

一、企业概况 116

二、企业主要经济指标分析 116

三、企业盈利能力分析 116

四、企业偿债能力分析 117

五、企业运营成本费用分析 117

六、企业成长能力分析 118

第三节 东方红(中山)保健食品厂有限公司 118

一、企业概况 118

二、企业主要经济指标分析 118

三、企业盈利能力分析 119

四、企业偿债能力分析 119

五、企业运营成本费用分析 120

六、企业成长能力分析 120

第四节 佛山市三水永裕食品有限公司 120

一、企业概况 120

二、企业主要经济指标分析 121

三、企业盈利能力分析 121

四、企业偿债能力分析 122

五、企业运营成本费用分析	122
六、企业成长能力分析	123
第五节 馥园杨姐食品（上海）有限公司	123
一、企业概况	123
二、企业主要经济指标分析	123
三、企业盈利能力分析	124
四、企业偿债能力分析	124
五、企业运营成本费用分析	125
六、企业成长能力分析	125
第六节 广州市佳龄保健品有限公司	125
一、企业概况	125
二、企业主要经济指标分析	126
三、企业盈利能力分析	126
四、企业偿债能力分析	127
五、企业运营成本费用分析	127
六、企业成长能力分析	128
第七节 和平县保健营养剂厂	128
一、企业概况	128
二、企业主要经济指标分析	128
三、企业盈利能力分析	129
四、企业偿债能力分析	129
五、企业运营成本费用分析	130
六、企业成长能力分析	130
第十三章 2011-2015年中国燕窝产业前景展望与趋势预测	130
第一节 燕窝行业现状分析	130
第二节 燕窝消费热潮分析	132
第三节 中国燕窝市场利润分析	133
第四节 中国燕窝行业发展前景预测分析	134
第十四章 燕窝企业管理及营销策略分析	135
第一节 提高燕窝企业竞争力的策略	135
一、加大燕窝企业宣传	135
二、加大燕窝市场培育	135
三、提高中国燕窝企业核心竞争力的对策	135
四、影响燕窝企业核心竞争力的因素及提升途径	138
五、提高燕窝企业竞争力的策略	139

六、企业终端策略	139
第二节 燕窝经营策划预案	140
一、经营方针	140
二、目标客户群定位	140
三、销售模式	140
四、开店选址分析	142
五、营销方式	142
六、建立特许经营模式	144
第三节 燕窝市场营销策划方案	144
一、市场分析	144
二、产品策略	144
三、产品价格策略	145
四、市场定位	145
第四节 燕窝行业营销模式	146
第十五章 燕窝行业投资风险及防范措施	147
第一节 燕窝连锁经营SWOT分析	147
一、存在机会	147
二、存在威胁	148
三、发展建议	148
第二节 2011-2015年中国燕窝行业投资风险预警	149
一、中国燕窝市场存在的问题分析	149
二、燕窝政策风险	149
三、燕窝消费的障碍分析	150
四、燕窝市场的规范势在必行	151
五、燕窝风险规避和操作方法	153
第三节 2011-2015年中国燕窝行业投资战略研究	153
一、燕窝连锁行业发展走向战略探讨	153
二、燕窝其他经营模式创新分析研究	155
图表目录	
图表 1：2010年12月份及全年主要统计数据	7
图表 2：燕窝种类分析图解	23
图表 3：样品产地与性状	32
图表 4：样品水分、灰分、总氮量含量测定结果	32
图表 5：样品氨基酸含量测定	33
图表 6：因素水平表	34

- 图表 7：正交试验表 35
- 图表 8：方差分析表 35
- 图表 9：唾液酸对照品溶液(A)和样品溶液(B)的色谱图 36
- 图表 10：唾液酸回收率 37
- 图表 11：唾液酸基本分子结构 38
- 图表 12：全球燕窝产量和产地分布 43
- 图表 13：血燕的价格 57
- 图表 14：白燕的价格 58
- 图表 15：燕饼的价格 58
- 图表 16：即食白燕的价格 58
- 图表 17：2009年中国燕窝进口统计 59
- 图表 18：2009年中国燕窝进口价格对比 59
- 图表 19：2009年中国燕窝进口主要来源地统计 59
- 图表 20：日常消费食品类型 64
- 图表 21：日常消费食品类型年龄差异 64
- 图表 22：婴幼儿食品质量安全状况与上年相比变化情况 65
- 图表 23：婴幼儿食品质量安全状况与上年相比变化情况市场差异 65
- 图表 24：质量与消费方面出现的问题 66
- 图表 25：处理质量和消费问题的方式 66
- 图表 26：受访者最喜爱的奶粉品牌 67
- 图表 27：奶粉质量与消费总体满意度及市场差异（10分制） 67
- 图表 28：市场主流奶粉品牌质量与消费满意度 68
- 图表 29：受访者最喜爱的辅食品牌 68
- 图表 30：辅食质量与消费总体满意度及市场差异（10分制） 68
- 图表 31：市场主流辅食品牌质量与消费满意度 69
- 图表 32：受访者最喜爱的营养保健品品牌 69
- 图表 33：营养保健品质量与消费总体满意度及市场差异（10分制） 70
- 图表 34：市场主流辅食品牌质量与消费满意度 70
- 图表 35：广西贺州西麦生物食品有限公司概况 113
- 图表 36：2008-2009年广西贺州西麦生物食品有限公司主要经济指标 113
- 图表 37：2008-2009年 广西贺州西麦生物食品有限公司工业总产值及存货产成品指标表 114
- 图表 38：2008-2009年广西贺州西麦生物食品有限公司利润指标表 114
- 图表 39：2008-2009年广西贺州西麦生物食品有限公司盈利比率（能力）指标表 114
- 图表 40：2008-2009年广西贺州西麦生物食品有限公司偿债能力指标表 114

- 图表 41：2008-2009年广西贺州西麦生物食品有限公司偿债比率指标表 115
- 图表 42：2008-2009年广西贺州西麦生物食品有限公司主营收入及各项成本指标表 115
- 图表 43：2008-2009年广西贺州西麦生物食品有限公司成长性指标 115
- 图表 44：深圳万基药业有限公司概况 116
- 图表 45：2008-2009年深圳万基药业有限公司主要经济指标 116
- 图表 46：2008-2009年深圳万基药业有限公司工业总产值及存货产成品指标表 116
- 图表 47：2008-2009年深圳万基药业有限公司利润指标表 116
- 图表 48：2008-2009年深圳万基药业有限公司盈利比率（能力）指标表 117
- 图表 49：2008-2009年深圳万基药业有限公司偿债能力指标表 117
- 图表 50：2008-2009年深圳万基药业有限公司偿债比率指标表 117
- 图表 51：2008-2009年深圳万基药业有限公司主营收入及各项成本指标表 117
- 图表 52：2008-2009年深圳万基药业有限公司成长性指标 118
- 图表 53：东方红(中山)保健食品厂有限公司概况 118
- 图表 54：2008-2009年东方红(中山)保健食品厂有限公司主要经济指标 118
- 图表 55：2008-2009年 东方红(中山)保健食品厂有限公司工业总产值及存货产成品指标表 119
- 图表 56：2008-2009年东方红(中山)保健食品厂有限公司利润指标表 119
- 图表 57：2008-2009年东方红(中山)保健食品厂有限公司盈利比率（能力）指标表 119
- 图表 58：2008-2009年东方红(中山)保健食品厂有限公司偿债能力指标表 119
- 图表 59：2008-2009年东方红(中山)保健食品厂有限公司偿债比率指标表 119
- 图表 60：2008-2009年东方红(中山)保健食品厂有限公司主营收入及各项成本指标表 120
- 图表 61：2008-2009年东方红(中山)保健食品厂有限公司成长性指标 120
- 图表 62：佛山市三水永裕食品有限公司概况 120
- 图表 63：2008-2009年佛山市三水永裕食品有限公司主要经济指标 121
- 图表 64：2008-2009年佛山市三水永裕食品有限公司工业总产值及存货产成品指标表 121
- 图表 65：2008-2009年佛山市三水永裕食品有限公司利润指标表 121
- 图表 66：2008-2009年佛山市三水永裕食品有限公司盈利比率（能力）指标表 121
- 图表 67：2008-2009年佛山市三水永裕食品有限公司偿债能力指标表 122
- 图表 68：2008-2009年佛山市三水永裕食品有限公司偿债比率指标表 122
- 图表 69：2008-2009年佛山市三水永裕食品有限公司主营收入及各项成本指标表 122
- 图表 70：2008-2009年佛山市三水永裕食品有限公司成长性指标 123
- 图表 71：馥园杨姐食品（上海）有限公司概况 123
- 图表 72：2008-2009年馥园杨姐食品（上海）有限公司主要经济指标 123
- 图表 73：2008-2009年 馥园杨姐食品（上海）有限公司工业总产值及存货产成品指标表 123

- 图表 74：2008-2009年馥园杨姐食品（上海）有限公司利润指标表 124
- 图表 75：2008-2009年馥园杨姐食品（上海）有限公司盈利比率（能力）指标表 124
- 图表 76：2008-2009年馥园杨姐食品（上海）有限公司偿债能力指标表 124
- 图表 77：2008-2009年馥园杨姐食品（上海）有限公司偿债比率指标表 124
- 图表 78：2008-2009年馥园杨姐食品（上海）有限公司主营收入及各项成本指标表 125
- 图表 79：2008-2009年馥园杨姐食品（上海）有限公司成长性指标 125
- 图表 80：广州市佳龄保健品有限公司概况 125
- 图表 81：2008-2009年广州市佳龄保健品有限公司主要经济指标 126
- 图表 82：2008-2009年广州市佳龄保健品有限公司工业总产值及存货产成品指标表 126
- 图表 83：2008-2009年广州市佳龄保健品有限公司利润指标表 126
- 图表 84：2008-2009年广州市佳龄保健品有限公司盈利比率（能力）指标表 126
- 图表 85：2008-2009年广州市佳龄保健品有限公司偿债能力指标表 127
- 图表 86：2008-2009年广州市佳龄保健品有限公司偿债比率指标表 127
- 图表 87：2008-2009年广州市佳龄保健品有限公司主营收入及各项成本指标表 127
- 图表 88：2008-2009年广州市佳龄保健品有限公司成长性指标 128
- 图表 89：和平县保健营养剂厂概况 128
- 图表 90：2008-2009年和平县保健营养剂厂主要经济指标 128
- 图表 91：2008-2009年和平县保健营养剂厂工业总产值及存货产成品指标表 128
- 图表 92：2008-2009年和平县保健营养剂厂利润指标表 129
- 图表 93 2008-2009年和平县保健营养剂厂盈利比率（能力）指标表 129
- 图表 94：2008-2009年和平县保健营养剂厂偿债能力指标表 129
- 图表 95：2008-2009年和平县保健营养剂厂偿债比率指标表 129
- 图表 96：2008-2009年和平县保健营养剂厂主营收入及各项成本指标表 130
- 图表 97：2008-2009年和平县保健营养剂厂成长性指标 130
- 图表 98：丝巢燕窝新创特色经营模式示意图 156

《中国燕窝市场供需调查及发展前景预测报告(2010-2015年)》系统全面的调研了燕窝的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/109288109288.html>