

2024-2030年中国蜂产品行业竞争现状及投资决策 建议报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国蜂产品行业竞争现状及投资决策建议报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202110/979961.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解蜂产品行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国蜂产品行业竞争现状及投资决策建议报告》（以下简称《报告》）。报告对中国蜂产品市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保蜂产品行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2023年蜂产品行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能蜂产品从业者抢跑转型赛道。

蜂产品是指蜜蜂从花朵采集花粉、花蜜等天然物质，并经过加工转化而成的产品。按照《蜂产品生产许可审查细则（2022版）》来看，蜂产品包括四类，分别为：蜂蜜、蜂王浆（含蜂王浆冻干品）、蜂花粉、蜂产品制品。蜂产品制品中蜂蜜、蜂王浆（含蜂王浆冻干品）、蜂花粉或其混合物在成品中含量要大于50%，且以蜂蜜为原料生产蜂产品制品不得添加淀粉糖、糖浆、食糖。

蜂产品行业的上游行业为蜂农合作社、蜂场基地、个体蜂农等。下游则主要是终端消费者，包括家庭消费、团体消费、礼品及国外消费等。

从产业链上游蜂群来看，据FAO数据显示，自2012年以来全球蜂群数量保持稳定增长，2022年全球蜂群数量约为9836.3万群，同比增长1.5%。亚洲、欧洲和非洲依旧是全球蜂群的主要分布地，蜂群占比分别为46.3%、20.8%和19.1%。从产区分布来看，蜂群数量相对较多的国家/地区主要为印度、中国、土耳其、伊朗等，2022年我国蜂群数量约为933.4万群，占比9.5%。

我国是全球蜂产品出口大国，年均出口量在15万吨以上，进口量在5万吨以下。据中国海关数据，2022年我国蜂产品行业总体运行平稳，不同种类的蜂产品出口数量差异较大，蜂产品出口总量为17.01万吨，同比增长6.24%。其中，蜂蜜出口15.60万吨，同比增长6.93%；蜂王浆出口683.11吨，同比下降11.16%；蜂王浆冻干粉出口195.44吨，同比下降20.08%；蜂王浆制剂出口269.97吨，同比下降20.75%；蜂花粉出口2945.34吨，同比下降2.16%；蜂蜡出口9653.27吨，同比增长1.50%；其他蜂产品（蜂胶类、蜂蛹类、花粉提取物及其他蜂产品制品）出口321.51吨，同比增长1.78%。

我国蜂群主要分布在华东、华中和西南地区，目前，我国蜂产品加工企业主要集中在浙江，河南、江苏、四川、安徽等地。数据显示，国内华东、华中、西南地区蜂产品企业占比超过75%，分别为30.6%、28.2%、16.8%，其次华南、华北、华东、西北地区占比分别为7.4%

、7.4%、5.1%、4.6%。

具体来看，国内蜂产品行业集中度不高，行业内企业规模较小，比较知名的生产企业有汪氏蜜蜂园，百花蜂和冠生园等品牌。由于行业利润可观，进入壁垒较低，吸引了一大批新企业的加入，行业市场竞争日益激烈。随着电子商务时代的到来，传统蜂产品面临转型升级的挑战，传统蜂产品企业开始寻求新的互联网渠道推广其产品，部分企业依靠线上渠道快速实现市场份额增长。

《2024-2030年中国蜂产品行业竞争现状及投资决策建议报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是蜂产品领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 蜂产品行业发展概述

1.1 蜂产品行业概述

1.1.1 蜂产品的定义

1.1.2 蜂产品的特性

1.2 中国蜜蜂养殖行业概述

1.2.1 国内主要的蜜蜂品种、品系分析

1.2.2 蜜蜂的饲养管理

1.2.3 蜂产品功效及采集介绍

第二章 蜂产品行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场化程度

2.1.2 行业利润水平

2.1.3 行业产品价格变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

2.3.2 行业的区域性

第三章 2019-2023年中国蜂产品行业发展环境分析

3.1 蜂产品行业政治法律环境

3.1.1 行业监管体制分析

3.1.2 行业主要法律法规

3.1.3 相关产业政策分析

3.2 蜂产品行业经济环境分析

3.2.1 宏观经济形势分析

1、中国GDP增长情况分析

2、工业经济发展形势分析

3、社会固定资产投资分析

4、全社会消费品零售总额

5、城乡居民收入增长分析

6、居民消费价格变化分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 蜂产品行业社会环境分析

3.3.1 蜂产品产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

3.3.2 社会环境对行业的影响

第四章 2019-2023年全球蜂产品发展概述

4.1 2019-2023年全球蜂产品行业发展情况概述

4.1.1 全球蜂产品行业发展现状

4.1.2 全球蜂产品行业发展特征

4.2 2019-2023年全球主要地区蜂产品行业发展状况

4.2.1 欧洲蜂产品行业发展情况概述

4.2.2 美国蜂产品行业发展情况概述

4.2.3 日韩蜂产品行业发展情况概述

4.3 2024-2030年全球蜂产品行业发展前景预测

4.3.1 全球蜂产品行业市场规模预测

4.3.2 全球蜂产品行业发展前景分析

4.3.3 全球蜂产品行业发展趋势分析

第五章 2019-2023年中国蜂产品行业发展概述

5.1 中国蜂产品行业发展状况分析

5.1.1 中国蜂产品行业发展阶段

5.1.2 中国蜂产品行业发展总体概况

5.1.3 中国蜂产品行业发展特点分析

5.2 2019-2023年蜂产品行业发展现状

5.2.1 2019-2023年中国蜂产品行业市场规模

5.2.2 2019-2023年中国蜂产品行业发展分析

5.2.3 2019-2023年中国蜂产品企业发展分析

5.3 2024-2030年中国蜂产品行业面临的困境及对策

5.3.1 中国蜂产品行业面临的困境及对策

5.3.2 中国蜂产品企业发展困境及策略分析

第六章 2019-2023年中国蜂产品所属行业市场运行分析

6.1 2019-2023年中国蜂产品所属行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2019-2023年中国蜂产品所属行业产销情况分析

6.2.1 中国蜂产品所属行业总产值

6.2.2 中国蜂产品所属行业销售产值

6.2.3 中国蜂产品所属行业产销率

6.3 2019-2023年中国蜂产品所属行业市场供需分析

6.3.1 中国蜂产品所属行业供给分析

6.3.2 中国蜂产品所属行业需求分析

6.3.3 中国蜂产品所属行业供需平衡

6.4 2019-2023年中国蜂产品所属行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 2019-2023年蜂产品行业区域细分市场分析

7.1 华北地区

7.1.1 市场发展现状概述

7.1.2 行业市场需求分析

7.1.3 产品市场潜力分析

7.2 华东地区

7.2.1 市场发展现状概述

7.2.2 行业市场需求分析

7.2.3 产品市场潜力分析

7.3 华南地区

7.3.1 市场发展现状概述

7.3.2 行业市场需求分析

7.3.3 产品市场潜力分析

7.4 华中地区

7.4.1 市场发展现状概述

7.4.2 行业市场需求分析

7.4.3 产品市场潜力分析

7.5 西部地区

7.5.1 市场发展现状概述

7.5.2 行业市场需求分析

7.5.3 产品市场潜力分析

第八章 中国蜂产品行业品牌需求与消费者偏好分析

8.1 中国蜂产品行业消费者基本情况分析

8.1.1 性别情况

8.1.2 年龄分布

8.1.3 适合人群

8.1.4 食用频率

8.2 购买蜂产品的影响因素分析

8.2.1 购买渠道情况

8.2.2 消费理念

8.3 蜂产品的认知功效分析

8.3.1 产品认知情况

8.3.2 功效认知情况

第九章 中国蜂产品行业市场竞争分析

9.1 中国蜂产品行业历史竞争格局概况

9.1.1 蜂产品行业集中度分析

9.1.2 蜂产品行业竞争程度分析

9.2 中国蜂产品行业竞争分析

9.2.1 蜂产品行业竞争概况

9.2.2 中国蜂产品产业集群分析

9.2.3 中外蜂产品企业竞争力比较

9.2.4 蜂产品行业品牌竞争分析

9.3 蜂产品行业竞争关键因素

9.3.1 价格

9.3.2 渠道

9.3.3 产品/服务质量

9.3.4 品牌

第十章 中国蜂产品行业领先企业竞争力分析

10.1 江西老蜂农蜂业有限公司

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 企业发展战略分析

10.2 江西汪氏蜜蜂园有限公司

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 企业发展战略分析

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 企业发展战略分析
- 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 企业发展战略分析
- 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 企业发展战略分析
- 10.6 广州市宝生园股份有限公司
 - 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 企业发展战略分析
- 10.7 安徽省百春制药有限公司
 - 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 企业发展战略分析
- 10.8 北京百花蜂业科技发展股份公司
 - 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 企业发展战略分析
- 10.9 杭州蜂之语蜂业股份有限公司
 - 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 企业发展战略分析
- 10.10 新疆天山黑蜂产业股份有限公司
 - 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 企业发展战略分析

第十一章 2024-2030年中国蜂产品行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2024-2030年中国蜂产品市场发展前景
 - 11.1.1 2024-2030年蜂产品市场发展潜力
 - 11.1.2 2024-2030年蜂产品市场发展前景展望
 - 11.1.3 2024-2030年蜂产品细分行业发展前景分析
- 11.2 2024-2030年中国蜂产品市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2024-2030年蜂产品行业发展趋势
 - 11.2.2 2024-2030年蜂产品市场规模预测
 - 11.2.3 2024-2030年蜂产品行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2024-2030年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2024-2030年中国蜂产品行业供需预测
 - 11.3.1 2024-2030年中国蜂产品行业供给预测
 - 11.3.2 2024-2030年中国蜂产品行业需求预测
 - 11.3.3 2024-2030年中国蜂产品供需平衡预测

第十二章 2024-2030年中国蜂产品行业投资前景

- 12.1 蜂产品行业投资现状分析
 - 12.1.1 蜂产品行业投资规模分析

- 12.1.2 蜂产品行业投资资金来源构成
- 12.1.3 蜂产品行业投资项目建设分析
- 12.2 蜂产品行业投资特性分析
 - 12.2.1 蜂产品行业进入壁垒分析
 - 12.2.2 蜂产品行业盈利模式分析
 - 12.2.3 蜂产品行业盈利因素分析
- 12.3 蜂产品行业投资机会分析
 - 12.3.1 产业链投资机会
 - 12.3.2 细分市场投资机会
 - 12.3.3 重点区域投资机会
- 12.4 蜂产品行业投资风险分析
 - 12.4.1 行业政策风险
 - 12.4.2 宏观经济风险
 - 12.4.3 市场竞争风险
 - 12.4.4 关联产业风险
 - 12.4.5 产品结构风险
 - 12.4.6 技术研发风险
 - 12.4.7 其他投资风险

第十三章 2024-2030年中国蜂产品企业投资战略分析

- 13.1 蜂产品企业发展战略规划背景意义
 - 13.1.1 企业转型升级的需要
 - 13.1.2 企业做大做强的需要
 - 13.1.3 企业可持续发展需要
- 13.2 蜂产品企业战略规划制定依据
 - 13.2.1 国家政策支持
 - 13.2.2 行业发展规律
 - 13.2.3 企业资源与能力
- 13.3 蜂产品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 行业发展策略建议

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：部分

图表1：蜂产品分类表

图表2：蜂产品行业产业链

图表3：2019-2023年我国蜂蜜市场均价走势图

图表4：2019-2023年我国及全球蜂群总数统计

图表5：2019-2023年我国蜂蜜产量走势

图表6：2019-2023年我国主要蜂产品需求量统计图

图表7：行业适用的主要产业政策

图表8：2019-2023年我国主要蜂产品进出口量

图表9：2019-2023年我国蜂产品行业市场规模

图表10：我国蜂产品行业重点企业

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/979961.html>