

2010-2015年中国花粉市场 深度调研与投资前景分析报告

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

《2010-2015年中国花粉市场深度调研与投资前景分析报告》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/201003/35683.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

正文目录

第一章 花粉相关概述	11
第一节 蜂花粉的保健作用	11
第二节 纯天然油菜花粉	11
第三节 花粉的特性及养颜美容	12
第四节 花粉是延年益寿之源	12
第五节 保健食品的功能概述	12
第二章 2009-2010年世界花粉行业整体运营状况分析	14
第一节 世界保健品行业相关政策法规解读	14
第二节 2009-2010年世界花粉行业市场发展格局	22
一、世界花粉市场特征分析	22
二、世界保健品产业分析	23
三、世界花粉市场动态分析	25
第三节 2009-2010年世界主要国家花粉类保健品市场运行分析	25
一、美国	25
二、日本	26
三、韩国	26
第四节 2010-2015年世界花粉类保健品行业发展趋势分析	27
第三章 2009-2010年中国花粉行业市场发展环境解析	28
第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析	28
一、中国GDP分析	28
二、中国汇率调整分析	32
三、中国CPI指数分析	34
五、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析	36
第二节 2009-2010年中国花粉市场政策环境分析	38
一、中国保健品行业相关政策解读	38
1、GMP认证	38
2、卫生部门行业管理	38
二、保健品行业相关政策法规	39
1、国家食品药品监督管理局管理	39

2、其他部门的管理	39
第三节2009-2010年中国花粉市场社会环境分析	43
一、人们自我保健意识的提高	43
二、消费观念	43
第四章 2009-2010年中国花粉行业市场运行态势剖析	45
第一节 2009-2010年中国花粉行业动态分析	45
一、国珍牌破壁松花粉“蓝帽子”装上市	45
二、国珍产品获航天专用保健食品称号	46
第二节2009-2010年中国花粉产业现状综述	47
一、对蜂花粉的科研水平一直领先于世界	47
二、松花粉产业规模的不断扩大	48
三、即溶花粉成女性饮品新时尚	48
第三节 花粉是“肠道警察”专家解读	49
第四节2009-2010年中国花粉加工新技术进展	50
一、玉米花粉饮料加工技术	50
二、花粉研发现新高潮	53
第五节 2009-2010年中国花粉市场典型营销案例分析	54
第五章 2009-2010年中国花粉类保健品市场运营态势分析	56
第一节2009-2010年花粉类保健品市场运行特点分析	56
第二节2009-2010年中国花粉类保健品市场供给态势分析	57
一、花粉类保健品市场整体供给情况	57
二、松花粉市场产能分析	58
三、蜂花粉市场产量分析	59
第三节2009-2010年中国花粉类保健品市场需求消费形势分析	60
一、花粉类保健品市场需求分析	60
二、中国蜂花粉消费者满意十佳产品	61
三、影响蜂花粉类保健品市场消费需求的主要因素	62
第四节2009-2010年中国花粉进出口贸易情况分析	62
一、花粉类保健品出口一枝独秀逆境飞扬	62
二、蜂花粉出口贸易额分析	63
三、韩国对我蜂花粉需求旺盛	64
第六章2009-2010年中国花粉类保健品市场销售渠道运行态势分析	65

第一节2009-2010年中国花粉保健品市场营销模式分析	65
一、直销模式	65
二、传统模式	66
三、传统模式与直销模式在保健品领域应用的差异	66
四、直销有助于保健品行业发展	72
第二节2009-2010年中国花粉行业市场销售渠道分析	72
第三节 林松花粉四种营销模式巧入市	81
第四节2009-2010年中国花粉产业发展策略分析	88
一、改变思路	88
二、精做产品	89
三、强化营销	89
四、升级经营	90
五、招聘人才	90
六、拓展渠道	90
第七章 中国花粉类保健品行业市场消费者调查分析	92
第一节 花粉类保健品消费者基本情况调查分析	92
一、年龄分布	92
二、收入情况	92
第二节 2009年中国重点省市消费者调查研究	92
第三节2009年中国分渠道消费者调查分析	93
第四节2009年影响中国消费者购买因素分析	93
第八章 2009-2010年中国花粉市场竞争格局透析	95
第一节2009-2010年中国花粉市场竞争格局	95
一、即溶花粉叫板咖啡与茶	95
二、北方最大的油松花粉加工基地落户承德县	96
第二节2009-2010年中国花粉行业竞争现状	97
一、品牌竞争分析	97
二、价格竞争分析	98
三、营销方式竞争分析	98
第三节 花粉类保健食品竞争市场优势分析	101
第四节2010-2015年中国花粉行业竞争趋势分析	101
第九章 2009-2010年中国花粉优势生产企业竞争力及关键性数据分析	104

第一节 烟台新时代健康产业有限公司	104
一、企业基本情况	104
二、企业经营与财务状况分析	104
三、2009-2010年企业竞争优势分析	107
第二节 南京大渊美容保健有限公司	107
一、企业基本情况	107
二、企业经营与财务状况分析	108
三、2009-2010年企业竞争优势分析	111
四、企业未来发展战略与规划	111
第三节 安徽鸿汇食品集团有限公司	112
一、企业基本情况	112
二、企业经营与财务状况分析	112
三、2009-2010年企业竞争优势分析	115
第四节 四川南宝蜂有限公司	116
一、企业基本情况	116
二、企业经营与财务状况分析	116
三、2009-2010年企业竞争优势分析	119
第五节 德州生达医药花粉类保健品有限公司	119
一、企业基本情况	119
二、企业经营与财务状况分析	120
三、2009-2010年企业竞争优势分析	122
四、企业未来发展战略与规划	123
第六节 北京东方颐园蜂产品有限公司	123
一、企业基本情况	123
二、企业经营与财务状况分析	124
三、2009-2010年企业竞争优势分析	126
第七节 中国林业科学研究院松花粉研究开发中心	126
一、企业基本情况	126
二、企业经营与财务状况分析	127
三、2009-2010年企业竞争优势分析	129
四、企业未来发展战略与规划	130
第八节 伊犁百信草原蜂业有限责任公司	130

一、企业基本概况	130
二、企业经营与财务状况分析	130
三、2009-2010年企业竞争优势分析	133
四、企业未来发展战略与规划	134
第九节 大连大阁花粉类保健品有限公司	134
一、企业基本概况	134
二、企业经营与财务状况分析	134
三、2009-2010年企业竞争优势分析	137
四、企业未来发展战略与规划	137
第十节 东莞市养生源蜂业有限公司	138
一、企业基本概况	138
二、企业经营与财务状况分析	138
三、2009-2010年企业竞争优势分析	141
第十章 2010-2015年中国花粉行业发展趋势与前景展望	143
第一节 2010-2015年中国花粉行业发展前景分析	143
一、花粉利用开发前景广阔	143
二、花粉的食用•药用价值及开发前景分析	147
三、玉米花粉制作防辐射保健食品前景广阔	151
四、蜂花粉加工有待创新生物技术前景看好	152
第二节 2010-2015年中国花粉行业发展趋势分析	153
一、现代社会营养趋势分析	153
二、保健食品新技术开发趋势	155
三、蜂产品必将成为花粉类保健品行业的珍品和主力军	156
第三节 2010-2015年中国花粉行业市场预测分析	156
一、花粉产业整体市场供需情况预测分析	157
二、松花粉市场预测分析	158
三、蜂花粉市场预测分析	158
第四节 2010-2015年中国花粉市场盈利预测分析	159
第十一章 2010-2015年中国花粉行业投资机会与风险规避指引	160
第一节 2010-2015年中国花粉行业投资周期分析	160
第二节 2010-2015年中国花粉行业投资机会分析	161
一、蜂产业成为投资创业“小蓝海”	161

二、蜂产品行业崭露投资价值	161
三、与产业链相关的投资机会分析	162
第三节 2010-2015年中国花粉行业投资风险预警	162
一、宏观调控政策风险	163
二、市场竞争风险	165
三、原料供给风险	165
四、市场运营机制风险	167
第四节 2010-2015年中国花粉行业投资规划指引	168

图表目录

图表 1 2003-2009年中国GDP总量及增长趋势图	26
图表 2 2009-2010年上半年各产业GDP总量对比图	26
图表 3 2009年上半年重要宏观经济数据统计表	27
图表 4 2009年上半年主要宏观经济经济数据	28
图表 5 2009-2010年中国各季度GDP增长率统计表	30
图表 6 2009年6月CPI指数	33
图表 7 2003-2009年我国农村人均纯收入增长趋势图	34
图表 8 2003-2009年我国城镇居民可支配收入增长趋势图	34
图表 9 1978-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图	35
图表 10 国珍牌破壁松花旧包装	42
图表 11 国珍牌破壁松花新包装	43
图表 12 国珍专营运营模式	52
图表 13 中国蜂花粉消费者满意十佳产品	58
图表 14 2006年~2009年5月我国蜂花粉出口贸易额	60
图表 15 消费者判断保健食品好与不好的主要条件	91
图表 16 中国主要蜂花粉品牌情况	94
图表 17 2009-2010年烟台新时代健康产业有限公司盈利结构	100
图表 18 2009-2010年烟台新时代健康产业有限公司资产结构	100
图表 19 2009-2010年烟台新时代健康产业有限公司成本费用	101
图表 20 2009-2010年南京大渊美容保健有限公司盈利结构	103
图表 21 2009-2010年南京大渊美容保健有限公司资产结构	104
图表 22 2009-2010年南京大渊美容保健有限公司成本费用	105

图表 23	2009-2010年安徽鸿汇食品集团有限公司盈利结构	107
图表 24	2009-2010年安徽鸿汇食品集团有限公司资产结构	108
图表 25	2009-2010年安徽鸿汇食品集团有限公司成本费用	109
图表 26	2009-2010年四川南宝蜂有限公司盈利结构	111
图表 27	2009-2010年四川南宝蜂有限公司资产结构	112
图表 28	2009-2010年四川南宝蜂有限公司成本费用	113
图表 29	2009-2010年德州生达医药保健品有限公司盈利结构	115
图表 30	2009-2010年德州生达医药保健品有限公司资产结构	115
图表 31	2009-2010年德州生达医药保健品有限公司成本费用	116
图表 32	2009-2010年北京东方颐园蜂产品有限公司盈利结构	119
图表 33	2009-2010年北京东方颐园蜂产品有限公司资产结构	119
图表 34	2009-2010年北京东方颐园蜂产品有限公司成本费用	120
图表 35	2009-2010年中国林业科学研究院松花粉研究开发中心盈利结构	122
图表 36	2009-2010年中国林业科学研究院松花粉研究开发中心资产结构	122
图表 37	2009-2010年中国林业科学研究院松花粉研究开发中心成本费用	123
图表 38	2009-2010年伊犁百信草原蜂业有限责任公司盈利结构	125
图表 39	2009-2010年伊犁百信草原蜂业有限责任公司资产结构	126
图表 40	2009-2010年伊犁百信草原蜂业有限责任公司成本费用	127
图表 41	2009-2010年大连大阁保健品有限公司盈利结构	129
图表 42	2009-2010年大连大阁保健品有限公司资产结构	130
图表 43	2009-2010年大连大阁保健品有限公司成本费用	131
图表 44	2009-2010年东莞市养生源蜂业有限公司盈利结构	133
图表 45	2009-2010年东莞市养生源蜂业有限公司资产结构	134
图表 46	2009-2010年东莞市养生源蜂业有限公司成本费用	135
图表 47	混合花粉与食品中的氨基酸含量比较(mg/100g)	137
图表 48	混合花粉与食品中的维生素含量比较(mg/100g)	138
图表 49	公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证	166
图表 50	公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书	167
图表 51	公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证	168

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201003/35683.html>