



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国燕窝市场供需调查及发展前景预测报告（2011-2015年）

一、调研说明

《中国燕窝市场供需调查及发展前景预测报告（2011-2015年）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/181632.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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（2011-2015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、仪器和试药 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

通过《中国燕窝市场供需调查及发展前景预测报告（2011-2015年）》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/181632.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。