

2022-2027年中国绿色消费行业市场深度分析及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国绿色消费行业市场深度分析及投资战略咨询报告》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.huaon.com/channel/other/820752.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 绿色消费行业相关概述

1.1 绿色消费基本介绍

1.1.1 定义内涵

1.1.2 作用机理

1.1.3 目标指标

1.2 绿色消费相关概念

1.2.1 绿色产品

1.2.2 生态消费

1.2.3 低碳消费

1.2.4 可持续消费

第二章 2017-2021年中国绿色消费行业发展环境分析

2.1 政策环境

2.1.1 促进绿色消费实施方案

2.1.2 “十四五”现代能源体系规划

2.1.3 “双碳”国内国际标准化发展

2.1.4 推动城乡建设绿色发展的意见

2.1.5 绿色低碳循环发展经济体系意见

2.1.6 能源绿色低碳转型体制机制政策

2.2 经济环境

2.2.1 宏观经济运行

2.2.2 社会消费规模

2.2.3 居民收入水平

2.2.4 居民消费水平

2.2.5 宏观经济展望

2.3 生态环境

2.3.1 生态环境质量状况

2.3.2 绿色发展体系形成

2.3.3 美丽中国建设提速

2.3.4 生态环境挑战分析

2.3.5 生态环境发展态势

2.4 能源环境

2.4.1 能源供给状况

2.4.2 能源消费状况

2.4.3 能耗强度走势

2.4.4 消费领域的碳排放

2.4.5 消费领域环保压力

第三章 2017-2021年中国绿色消费领域发展状况深度梳理

3.1 后疫情时期的消费理念变革状况分析

3.1.1 由物质消费转向绿色消费

3.1.2 由感性消费转向理性消费

3.1.3 由追求便捷转向追求完善

3.2 消费转型背景下居民绿色消费特征

3.2.1 绿色消费环境持续改善

3.2.2 绿色消费习惯逐渐形成

3.2.3 技术赋能绿色消费方案

3.3 “双碳”目标下绿色消费行为影响要素分析

3.3.1 绿色消费行为信念

3.3.2 绿色消费主观规范

3.3.3 主体行为控制因素

3.3.4 绿色消费行为意向

3.4 共享经济对绿色消费的促进作用分析

3.4.1 共享经济基本内涵

3.4.2 共享消费核心特征

3.4.3 共享经济绿色消费逻辑

3.5 中国居民绿色消费发展瓶颈分析

3.5.1 绿色消费习惯尚未养成

3.5.2 铺张浪费现象仍然严重

3.5.3 绿色消费产品供应不足

3.5.4 绿色消费市场机制欠缺

3.6 提升中国居民绿色消费水平的相关建议

3.6.1 全链条全体系政策驱动安排

3.6.2 绿色消费水平综合提升方案

3.6.3 绿色消费市场能量拓展思路

3.6.4 政府部门绿色消费应对策略

3.6.5 绿色消费细分领域发展建议

第四章 2017-2021年中国食品相关领域绿色消费发展状况综合分析

4.1 食品领域绿色消费相关政策指引

4.1.1 绿色生产要求

4.1.2 全程减损要求

4.1.3 绿色餐饮要求

4.1.4 粮食节约要求

4.1.5 厨余回收要求

4.2 食品绿色消费生产环节——生态农业

4.2.1 生态农业基本概念

4.2.2 生态农业利好政策

4.2.3 生态农业发展状况

4.2.4 绿色产品发展瓶颈

4.2.5 绿色消费模式选择

4.2.6 生态农业前景展望

4.2.7 生态农业建设重点

4.3 食品绿色消费减损环节——高效农业

4.3.1 高效农业基本概念

4.3.2 高效农业利好政策

4.3.3 农业生产运行状况

4.3.4 设施农业发展状况

4.3.5 粮食机收减损要求

4.3.6 农业高效升级部署

4.3.7 农业高效发展建议

4.4 食品绿色消费餐饮环节——绿色餐饮

4.4.1 餐饮行业运行状况

4.4.2 餐饮行业转型方向

4.4.3 绿色餐饮概念介绍

4.4.4 绿色餐饮政策背景

4.4.5 绿色餐饮国家标准

4.4.6 公共机构绿色食堂

4.4.7 校园绿色餐饮装备

4.4.8 绿色餐饮发展目标

4.4.9 绿色餐饮企业战略

4.4.10 餐饮浪费治理案例

4.5 食品绿色消费处理环节——餐厨垃圾处理

4.5.1 餐厨垃圾基本概念

4.5.2 餐厨垃圾处理产业链

4.5.3 厨余垃圾行业发展

4.5.4 厨余垃圾行业规模

4.5.5 厨余垃圾处理效益

4.5.6 厨余垃圾处理技术

4.5.7 餐厨垃圾处理项目

4.5.8 餐厨垃圾处理市场化

4.5.9 餐厨垃圾资源化措施

第五章 2017-2021年中国家装建筑领域绿色消费发展状况综合分析

5.1 家装建筑领域绿色消费相关政策指引

5.1.1 绿色建材

5.1.2 绿色建筑

5.1.3 绿色家装

5.1.4 绿色家电

5.2 2017-2021年中国绿色建材行业发展分析

5.2.1 建材行业运行状况

5.2.2 建材行业绿色转型

5.2.3 绿色建材基本概念

5.2.4 绿色建材类别划分

5.2.5 绿色建材优势分析

5.2.6 绿色建材细分市场

5.2.7 绿色建材发展趋势

5.3 2017-2021年中国绿色建筑行业发展分析

5.3.1 发展背景分析

5.3.2 节能发展规划

5.3.3 绿色装配建筑

5.3.4 典型案例分析

5.3.5 行业标准建设

5.3.6 发展瓶颈分析

5.3.7 市场发展机遇

5.4 2021年中国城市绿色建筑发展竞争力分析

5.4.1 评价体系构建

5.4.2 竞争力指数排名

5.4.3 低碳成就指数排名

5.4.4 高质量发展指数排名

5.4.5 发展潜力指数排名

5.4.6 协同创新指数排名

5.5 2017-2021年中国绿色家装行业发展分析

5.5.1 基本概念介绍

5.5.2 绿色家装意义

5.5.3 相关政策梳理

5.5.4 市场运行状况

5.5.5 验收团体标准

5.5.6 绿色纺织家装

5.5.7 绿色家装材料

5.5.8 未来发展路径

5.6 2017-2021年中国绿色家电行业发展分析

5.6.1 基本概念介绍

5.6.2 家电产业规划

5.6.3 家电市场运行

5.6.4 绿色评价体系

5.6.5 绿色家电市场

5.6.6 绿色家电材料

5.6.7 家电绿色循环

5.6.8 绿色发展趋势

第六章 2017-2021年中国交通运输领域绿色消费发展状况综合分析

6.1 交通运输领域绿色消费相关政策指引

6.1.1 提升公共交通

6.1.2 发展新能源汽车

6.1.3 二手汽车

6.1.4 城市慢行系统

6.1.5 加强基础配套

6.2 2017-2021年中国公共交通行业发展分析

6.2.1 基本概念介绍

6.2.2 行业政策环境

6.2.3 市场运行情况

6.2.4 细分市场发展

- 6.2.5 企业注册情况
- 6.2.6 慢行交通发展
- 6.2.7 地区应用案例
- 6.2.8 行业发展动态
- 6.2.9 行业发展困境
- 6.2.10 高效发展要求
- 6.3 2017-2021年中国新能源汽车行业发展分析
 - 6.3.1 基本概念介绍
 - 6.3.2 生命周期分析
 - 6.3.3 行业政策环境
 - 6.3.4 产业链价值链
 - 6.3.5 市场规模
 - 6.3.6 企业销售排名
 - 6.3.7 行业发展机遇
 - 6.3.8 行业发展前景
- 6.4 2017-2021年中国二手汽车行业发展分析
 - 6.4.1 行业发展历程
 - 6.4.2 市场交易规模
 - 6.4.3 消费用户画像
 - 6.4.4 品牌供需格局
 - 6.4.5 区域发展格局
 - 6.4.6 经营模式对比
 - 6.4.7 环保壁垒分析
 - 6.4.8 行业发展趋势
 - 6.4.9 市场发展空间
- 6.5 2017-2021年中国充电桩行业发展分析
 - 6.5.1 充电桩产品的类型划分
 - 6.5.2 充电桩产业链情况分析
 - 6.5.3 充电基础设施总体情况
 - 6.5.4 新能源汽车充电桩配比
 - 6.5.5 随车配建充电设施情况
 - 6.5.6 充电设施主体竞争格局
 - 6.5.7 区域充电设施发展情况
 - 6.5.8 充电产业融合发展态势
 - 6.5.9 充电桩市场的发展空间

6.6 2017-2021年其他低碳交通配套设施发展分析

6.6.1 充换电

6.6.2 加氢站

6.6.3 车船用LNG

第七章 2017-2021年中国其他绿色消费发展状况综合分析

7.1 其他重点领域绿色消费相关政策指引

7.1.1 鼓励绿色衣着消费

7.1.2 推进过度包装治理

7.1.3 促进绿色用品消费

7.1.4 激发绿色电力潜力

7.1.5 提升生态旅游消费

7.2 2017-2021年中国绿色衣着消费市场发展分析

7.2.1 绿色服装概念界定

7.2.2 服装绿色发展意义

7.2.3 行业绿色发展政策

7.2.4 绿色衣着消费问题

7.2.5 再生服装消费心理

7.2.6 绿色服装设计分析

7.2.7 SPA服装绿色营销

7.2.8 服装企业绿色发展

7.3 2017-2021年中国绿色包装应用市场发展分析

7.3.1 绿色包装基本概念

7.3.2 包装行业政策环境

7.3.3 包装行业运行状况

7.3.4 绿色包装年度名录

7.3.5 绿色包装项目投资

7.3.6 绿色包装市场动态

7.3.7 低碳发展难点分析

7.3.8 绿色包装技术路径

7.3.9 包装绿色升级建议

7.3.10 细分领域环保策略

7.4 2017-2021年中国绿色电力交易市场发展分析

7.4.1 基本概念介绍

7.4.2 绿色电力证书

7.4.3 相关支持政策

7.4.4 交易背景分析

7.4.5 市场运行情况

7.4.6 行业发展机遇

7.4.7 行业发展困境

7.4.8 行业发展建议

7.4.9 行业发展趋势

7.4.10 市场发展空间

7.5 2017-2021年中国生态旅游消费市场发展分析

7.5.1 基本概念界定

7.5.2 行业驱动因素

7.5.3 行业发展规划

7.5.4 市场运行状况

7.5.5 发展指数分析

7.5.6 产业联盟机构

7.5.7 发展趋势分析

7.5.8 行业发展机遇

7.5.9 主要发展困境

7.5.10 行业发展建议

第八章 2017-2021年中国废旧物资回收加工行业综合分析

8.1 废旧物资回收相关概念分析

8.1.1 基本内涵介绍

8.1.2 行业构成要素

8.1.3 关键系统划分

8.1.4 核心体系构成

8.1.5 协同运作机制

8.2 2017-2021年中国废旧物资回收加工市场发展分析

8.2.1 行业重点事件回顾

8.2.2 回收利用支持政策

8.2.3 再生资源回收规模

8.2.4 细分市场发展状况

8.2.5 废弃资源利用收益

8.2.6 行业税收管理情况

8.2.7 行业发展机遇分析

8.3 2017-2021年中国再生资源加工装备行业公司财务数据

8.3.1 上市公司规模

- 8.3.2 上市公司分布
- 8.3.3 经营状况分析
- 8.3.4 盈利能力分析
- 8.3.5 营运能力分析
- 8.3.6 成长能力分析
- 8.3.7 现金流量分析
- 8.4 A股及新三板上市公司在资源循环利用行业投资动态分析
- 8.5 资源循环利用行业上市公司投资动态分析
- 8.6 中国再生资源回收利用发展痛点分析
- 8.7 中国废旧物资回收利用发展趋势分析
- 8.8 加快废旧物资循环利用体系建设的指导意见
- 8.9 中国废旧物资回收再利用发展思路
- 第九章 2017-2021年中国公共机构节能减排发展状况及案例分析
- 9.1 公共机构节能减排政策指引
- 9.1.1 推进消费绿色转型
- 9.1.2 积极推行绿色办公
- 9.2 2017-2021年中国公共结构能源消耗状况分析
- 9.2.1 公共机构耗能状况分析
- 9.2.2 公共机构能源使用缺陷
- 9.2.3 公共机构节能应用市场化
- 9.2.4 公共机构节能发展规划
- 9.2.5 公共机构节能工作部署
- 9.2.6 公共机构节能减排建议
- 9.3 节约型公共机构示范创建案例深度研究
- 9.3.1 北京市通信管理局案例
- 9.3.2 湖北省通信管理局案例
- 9.3.3 中国信息通信研究院案例
- 9.3.4 中国电子技术标准化研究院案例
- 9.4 公共机构绿色化改造案例深度研究
- 9.4.1 北京航空航天大学案例
- 9.4.2 哈尔滨工业大学案例
- 9.4.3 南京航空航天大学案例
- 第十章 新发展格局背景下绿色消费营销创新策略研究
- 10.1 绿色品牌生态系统综合分析
- 10.1.1 概念内涵介绍

- 10.1.2 系统品牌载体
- 10.1.3 品牌赋能类别
- 10.1.4 “丽水山耕”品牌案例
- 10.1.5 “五常大米”品牌案例
- 10.1.6 “武夷山水”品牌案例
- 10.1.7 绿色品牌案例共性分析
- 10.2 大学生网络绿色消费行为引导策略探析
 - 10.2.1 大学生网络消费行为特点
 - 10.2.2 绿色消费教育必要性分析
 - 10.2.3 绿色消费观培养引导路径
- 10.3 新发展格局背景下绿色营销面临的挑战
 - 10.3.1 绿色营销观念相对滞后
 - 10.3.2 绿色产品信息不对称
 - 10.3.3 绿色消费需求动力不足
 - 10.3.4 绿色营销专业人才较少
- 10.4 新发展格局背景下绿色营销的创新策略
 - 10.4.1 产品策略
 - 10.4.2 定价策略
 - 10.4.3 渠道策略
 - 10.4.4 促销策略
- 10.5 基于绿色品牌生态系统建设的研究方向分析
 - 10.5.1 反生态脆弱性治理研究
 - 10.5.2 产业生态集聚模式研究
 - 10.5.3 高原特色农业现代化研究
 - 10.5.4 生态城市品牌塑造研究
 - 10.5.5 生态补偿机制研究
 - 10.5.6 循环经济模式研究
 - 10.5.7 生物多样性保护研究
- 第十一章 2022-2027年中国绿色消费行业发展趋势及投资潜力分析
 - 11.1 绿色消费行业发展趋势(HJ HT)
 - 11.2 中国绿色消费行业投资机遇
 - 11.2.1 绿色金融体系逐渐完善
 - 11.2.2 双碳目标推动生态建设
 - 11.2.3 新型技术促进消费转型
 - 11.2.4 财税政策提供发展支撑

11.3 中国绿色消费行业投资重点

11.3.1 投资领域概述

11.3.2 绿色饮食领域

11.3.3 绿色建筑领域

11.3.4 绿色出行领域

11.3.5 绿色家用领域

11.3.6 绿色衣着领域

11.3.7 绿色旅游领域

图表目录：

图表 绿色消费经济效应作用机理

图表 中国绿色消费指标体系框架

图表 2021年GDP初步核算数据

图表 2021年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表 2021年社会消费品零售总额主要数据

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/other/820752.html>