

2012-2016年中国有机食品行业市场调查与未来前景预测研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国有机食品行业市场调查与未来前景预测研究报告》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/detail/102001.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

有机食品(Organic Food)也叫生态或生物食品等。有机食品是目前国标上对无污染天然食品比较统一的提法。有机食品通常来自于有机农业生产体系，根据国际有机农业生产要求和相应的标准生产加工的。除有机食品外，目前国际上还把一些派生的产品如有机化妆品、纺织品、林产品或有机食品生产而提供的生产资料，包括生物农药、有机肥料等，经认证后统称有机产品。

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。

目录

第一部分 行业运行现状 1

第一章 中国有机食品行业发展概述 1

第一节 有机食品行业发展情况 1

一、有机食品定义 1

二、有机食品行业发展历程 1

第二节 有机食品产业链分析 3

一、产业链模型介绍 3

二、有机食品产业链模型分析 4

第二章 中国有机食品发展环境分析 6

第一节 国内宏观经济环境分析 6

一、GDP历史变动轨迹分析 6

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 7

三、2011年中国宏观经济发展预测分析 9

第二节 中国有机食品行业政策环境分析 13

第三章 中国有机食品市场运行分析 20

第一节 有机食品行业市场发展基本情况 20

一、市场发展现状分析 20

二、市场特点分析 21

三、市场技术发展状况 22

第二节 行业市场工业总产值分析 23

一、2010-2011年市场工业总产值分析 23

二、2010-2011年不同规模企业工业总产值分析 23

三、2010-2011年不同所有制企业工业总产值比较 23

四、2010-2011年行业市场工业总产值地区分布	24
第三节 行业市场产品价格分析	24
一、2008年市场产品价格走势	24
二、2009年市场产品价格走势	25
三、2010年上半年市场产品价格走势	26
四、2010-2015年市场产品价格趋势预测	27
第四章 中国有机食品行业的国际比较分析	28
第一节 中国有机食品市场发展情况分析	28
一、2009年中国有机食品市场发展分析	28
二、2009年中国有机食品市场统计分析	29
三、2010年上半年中国有机食品市场分析	29
四、2010年上半年中国有机食品细分市场	29
第二节 中国有机食品行业的国际比较分析	31
一、中国有机食品行业竞争力指标分析	31
二、国际有机食品行业竞争力指标分析	31
三、中国有机食品行业经济指标国际比较分析	32
第三节 全球有机食品行业市场需求分析	32
一、市场规模现状	32
二、需求结构分析	33
三、重点需求客户	33
四、市场前景展望	33
第五章 中国有机食品行业经济运行指标分析	34
第一节 2011年中国有机食品行业总体规模分析	34
一、企业数量结构分析	34
二、行业生产规模分析	34
第二节 2011年中国有机食品行业产销分析	34
一、行业产成品情况总体分析	34
二、行业产品销售收入总体分析	35
第三节 2011年中国有机食品行业财务指标总体分析	35
一、行业盈利能力分析	35
二、行业偿债能力分析	35
三、行业营运能力分析	35
四、行业发展能力分析	36
第二部分 市场供需分析	37
第六章 中国有机食品生产现状分析	37

第一节 2009年中国有机食品产量数据分析	37
一、2009年全国有机食品产量数据分析	37
二、2009年有机食品重点省市数据分析	37
第二节 2010年中国有机食品产量数据分析	39
一、2010年全国有机食品产量数据分析	39
二、2010年有机食品重点省市数据分析	39
第三节 2011年中国有机食品产量数据分析	40
一、2011年全国有机食品产量数据分析	40
二、2011年有机食品重点省市数据分析	41
第七章 中国有机食品市场供需分析	43
第一节 2010年有机食品市场需求分析	43
一、有机食品行业需求市场	43
二、有机食品行业客户结构	43
三、有机食品行业需求的地区差异	44
第二节 2010年有机食品市场供给分析	44
第三节 2010-2015年供求平衡分析及未来发展趋势	51
一、2010-2015年有机食品行业的需求预测	51
二、2010-2015年有机食品行业的供应预测	51
三、2009-2010年有机食品供求平衡分析	52
四、2010-2015年有机食品供求平衡预测	52
第八章 区域市场情况深度研究	53
第一节 长三角区域市场情况分析	53
第二节 珠三角区域市场情况分析	54
第三节 环渤海区域市场情况分析	55
第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析	55
第五节 有机食品行业主要市场大区发展状况及竞争力研究	56
一、华北大区市场分析	56
二、华中大区市场分析	56
三、华南大区市场分析	56
四、华东大区市场分析	57
五、东北大区市场分析	57
六、西南大区市场分析	57
七、西北大区市场分析	58
第六节 有机食品重点地区销售分析	58
一、有机食品各地区对比销售分析	58

二、有机食品“重点地区——上海”销售分析	58
三、有机食品“重点地区——北京”销售分析	59
四、有机食品“重点地区——广东”销售分析	61
五、有机食品“重点地区——浙江”销售分析	61
六、有机食品“重点地区——山东”销售分析	64
七、有机食品“重点地区——江苏”销售分析	65
第九章 有机食品产业链的分析	67
第一节 上游原材料供应状况分析	67
一、主要原材料	67
二、2008-2010年主要原材料价格及供应情况	67
三、2010-2015年主要原材料未来价格及供应情况预测	69
第二节 有机食品产业链的分析	70
一、行业集中度	70
二、主要环节的增值空间	70
三、行业进入壁垒和驱动因素	71
四、上下游行业影响及趋势分析	71
第三部分 行业竞争分析	74
第十章 有机食品市场竞争格局分析	74
第一节 行业竞争结构分析	74
一、现有企业间竞争	74
二、潜在进入者分析	74
三、替代品威胁分析	75
四、供应商议价能力	75
五、客户议价能力	75
第二节 行业集中度分析	76
一、市场集中度分析	76
二、企业集中度分析	76
三、区域集中度分析	77
第三节 行业国际竞争力比较	77
一、生产要素	77
二、需求条件	78
三、支援与相关产业	78
四、企业战略、结构与竞争状态	79
五、政府的作用	80
第四节 有机食品产品竞争力优势分析	82

- 一、整体产品竞争力评价 82
- 二、产品竞争力评价结果分析 82
- 三、竞争优势评价及构建建议 82
- 第五节 有机食品行业竞争格局分析 84
 - 一、2010年有机食品行业竞争分析 84
 - 二、2010年国内外有机食品竞争分析 84
 - 三、2010年中国有机食品市场竞争分析 85
 - 四、2010年中国有机食品市场集中度分析 85
- 第十一章 有机食品行业产业结构分析 86
 - 第一节 产业结构分析 86
 - 一、市场细分充分程度的分析 86
 - 二、各细分市场领先企业排名 86
 - 三、各细分市场占总市场的结构比例 86
 - 四、领先企业的结构分析（所有制结构） 87
 - 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 88
 - 一、产业价值链的构成 88
 - 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 88
 - 第三节 产业结构发展预测 90
 - 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策） 90
 - 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 90
 - 三、中国有机食品行业参与国际竞争的战略市场定位 91
- 第十二章 前十大领先企业发展分析 93
 - 第一节 沈阳好厚道绿色有机食品有限公司 93
 - 一、企业概况 93
 - 二、市场定位情况 93
 - 三、企业优劣势分析 93
 - 四、2009-2010年经营状况分析 93
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 95
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 96
 - 第二节 泰安绿龙有机食品有限公司 96
 - 一、企业概况 96
 - 二、市场定位情况 96
 - 三、企业优劣势分析 96
 - 四、2009-2010年经营状况分析 97
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 98

- 六、2010-2015年公司发展战略分析 99
- 第三节 福建省闽中有机食品有限公司 100
 - 一、企业概况 100
 - 二、市场定位情况 100
 - 三、企业优劣势分析 101
 - 四、2009-2010年经营状况分析 101
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 102
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 103
- 第四节 辽宁绿色芳山有机食品有限公司 103
 - 一、企业概况 103
 - 二、市场定位情况 104
 - 三、企业优劣势分析 105
 - 四、2009-2010年经营状况分析 105
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 107
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 107
- 第五节 泰安泰山亚细亚食品有限公司 108
 - 一、企业概况 108
 - 二、市场定位情况 108
 - 三、企业优劣势分析 108
 - 四、2009-2010年经营状况分析 108
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 110
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 111
- 第六节 荷商飞牛有机食品（大连）有限公司 111
 - 一、企业概况 111
 - 二、市场定位情况 111
 - 三、企业优劣势分析 111
 - 四、2009-2010年经营状况分析 112
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 113
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 114
- 第七节 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司 114
 - 一、企业概况 114
 - 二、市场定位情况 115
 - 三、企业优劣势分析 115
 - 四、2009-2010年经营状况分析 115
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 117

- 六、2010-2015年公司发展战略分析 118
- 第八节 安图长白山宇农生态农业开发有限公司 118
 - 一、企业概况 118
 - 二、市场定位情况 119
 - 三、企业优劣势分析 119
 - 四、2009-2010年经营状况分析 119
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 121
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 121
- 第九节 陕西天人有机食品股份有限公司泾阳分公司 122
 - 一、企业概况 122
 - 二、市场定位情况 122
 - 三、企业优劣势分析 122
 - 四、2009-2010年经营状况分析 123
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 124
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 125
- 第十节 内蒙古北大荒有机食品有限公司 125
 - 一、企业概况 125
 - 二、市场定位情况 126
 - 三、企业优劣势分析 126
 - 四、2009-2010年经营状况分析 126
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 128
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 129
- 第四部分 投资趋势预测 130
- 第十三章 2010-2015年有机食品行业发展趋势及影响因素 130
- 第一节 有机食品未来发展预测分析 130
 - 一、中国有机食品发展方向分析 130
 - 二、2010-2015年中国有机食品行业发展规模 132
 - 三、2010-2015年中国有机食品行业发展趋势预测 132
- 第二节 2010-2015年有机食品行业供给预测 132
 - 一、2010-2015年有机食品行业供给预测 132
 - 二、2010-2015年有机食品行业需求预测 133
 - 三、2010-2015年有机食品行业进出口预测 133
- 第三节 影响企业生产与经营的关键趋势 134
 - 一、市场整合成长趋势 134
 - 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 134

- 三、企业区域市场拓展的趋势 134
- 四、科研开发趋势及替代技术进展 134
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 135
- 六、中国有机食品行业SWOT分析 135
- 第十四章 2010-2015年有机食品行业投资方向与风险分析 139
 - 第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 139
 - 第二节 产业发展的空白点分析 140
 - 第三节 投资回报率比较高的投资方向 140
 - 第四节 新进入者应注意的障碍因素 140
 - 第五节 营销分析与营销模式推荐 141
 - 一、渠道构成 141
 - 二、销售贡献比率 146
 - 三、覆盖率 147
 - 四、销售渠道效果 147
 - 五、价值流程结构 147
 - 第六节 2010-2015年中国有机食品行业投资风险分析 148
 - 一、市场竞争风险 148
 - 二、原材料压力风险分析 148
 - 三、技术风险分析 149
 - 四、政策和体制风险 149
 - 五、外资进入现状及对未来市场的威胁 150

通过《2012-2016年中国有机食品行业市场调查与未来前景预测研究报告》，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.huaon.com/detail/102001.html>