

2017-2022年中国绿色食品行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国绿色食品行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告》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/295390.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

绿色食品，是指产自优良生态环境、按照绿色食品标准生产、实行全程质量控制并获得绿色食品标志使用权的安全、优质食用农产品及相关产品。

标准规定：

产品或产品原料的产地必须符合绿色食品的生态环境标准。

农作物种植、畜禽饲养、水产养殖及食品加工必须符合绿色食品的生产操作规程。

产品必须符合绿色食品的质量和卫生标准。

产品的标签必须符合中国农业部制定的《绿色食品标志设计标准手册》中的有关规定。

绿色食品的标志为绿色正圆形图案，上方为太阳，下方为叶片与蓓蕾，标志的寓意为保护。

在许多国家，绿色食品又有着许多相似的名称和叫法，诸如“生态食品”、“自然食品”、“蓝色天使食品”、“健康食品”、“有机农业食品”等。由于在国际上，对于保护环境和与之相关的事业已经习惯冠以“绿色”的字样，所以，为了突出这类食品产自良好的生态环境和严格的加工程序，在中国，统一被称作“绿色食品”。

绿色食品是指在无污染的条件下种植、养殖，施有机肥料，不用高毒性、高残留农药，在标准环境、生产技术、卫生标准下加工生产，经权威机构认定并使用专门标识的安全、优质、营养类食品的统称。

第二次世界大战以后，欧美和日本等发达国家在工业现代化的基础上，先后实现了农业现代化。一方面大大地丰富了这些国家的食品供应，另一方面也产生了一些负面影响。主要是随着农用化学物质源源不断地、大量地向农田中输入，造成有害化学物质通过土壤和水体在生物体内富集，并且通过食物链进入到农作物和畜禽体内，导致食物污染，最终损害人体健康。可见，过度依赖化学肥料和农药的农业(也叫做“石油农业”)，会对环境、资源以及人体健康构成危害，并且这种危害具有隐蔽性、累积性和长期性的特点。

中国绿色食品的发展前景中国提出发展绿色食品是有现实背景的。首先它顺应了世界食品贸易结构变化。当前世界食品工业正进入一个新的转折时期，即建立温饱时代消费者对食品需求时期。这一时期的特点是世界各国普遍加强了对食品科学研究，重视开发新产品，特别是运用新技术开发新产品。具有高技术含量的食品、无污染食品及保健食品成为90年代乃至21世纪国际市场最有发展潜力，为广大消费者所喜爱的食品。截止到2012年12月31日世界范围内绿色食品销量仅占整个食品销量的2% - 3%，预计这一比例21世纪二三十年代将达到10%。只要我们精心组织、大力发展生态农业，我国绿色食品开发将有广阔前景。其次，它符合我国的消费国情。近几年来，随着生产的发展，城乡人民收入大幅度提高，我国人民解决了“温饱”直奔“小康”。

从食品消费方面看，我国城乡居民的营养水平已接近世界平均水平，其中热量摄入部分已超过国际制定的平均热量摄入水平。公众对食物的要求由数量型转向质量型，并开始关注食品的安全保障问题。由于绿色食品是无污染的安全优质营养食品，这一特征决定了绿色食品

的生产开发有巨大的市场潜力。国家某权威机构调查发现，以下三部分人可望把日常消费食品的大部分提升到绿色食品的档次：一是收入稳定的知识分子阶层，他们了解绿色食品含义，出于对自身健康的长远考虑，愿意多花点钱消费绿色食品；二是在国内旅游暂住或定居的外国人以及少数回国华人，其中不少有食用绿色食品的习惯；三是追求时髦的富裕阶层，他们中部分人虽然并不了解绿色食品，但却追求时髦，也最具购买力。经推算，这三批人如果全国有100万，每人每年消费2000元绿色食品，便会形成200亿元的市场规模。再从目前我国绿色食品消费状况看，我国发达地区特别是大中城市居民食品消费中，绿色食品消费呈现上升势头。据有关部门对北京、上海两大城市调查，79%~84%的消费者希望购买到绿色食品。当然这里指的是A级绿色食品而不是AA级绿色食品。

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。

报告目录：

第一部分 绿色食品行业概述

第一章 绿色食品行业相关概述

第一节 绿色食品行业定义

第二节 绿色食品产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 无公害食品

一、无公害食品的概念

二、无公害食品的范围和要求

三、无公害食品的行业标准

第四节 有机食品

一、有机食品的概念

二、有机食品的范围特点

三、有机食品与其他食品的区别

第五节 无公害农产品、绿色食品、有机食品对比

一、有机食品和无公害食品、绿色食品的异同

二、无公害食品、绿色食品、有机食品的共性与区别

第二章 中国绿色食品行业运行环境分析

第一节 2014-2016年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、中国汇率调整
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2014-2016年中国绿色食品行业政策环境分析

- 一、《生产绿色食品的农药使用准则》
- 二、《生产绿色食品的肥料使用准则》
- 三、《绿色食品生产操作规程》
- 四、《关于扶持农业产业化经营重点龙头企业的意见》

第三节 2014-2016年中国绿色食品行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2016年中国绿色食品技术环境分析

- 一、A级绿色食品春小麦栽培技术
- 二、A级绿色食品红花籽生产技术
- 三、绿色畜禽产品的综合生产技术

第三章 全球绿色食品行业发展分析

第一节 2014-2016年全球绿色食品市场分析

- 一、全球绿色食品市场分析
- 二、全球绿色食品市场需求分析

第二节 2016年世界绿色食品

- 一、全球绿色食品产值分析
- 二、经济全球化时代的绿色食品营销
- 三、全球绿色食品市场动态分析

四、绿色食品包装概述

第三节 2014-2016年全球重点地区绿色食品市场发展分析

一、德国

二、美国

三、俄罗斯

四、日本绿色食品的生产流通体系分析

第四节 2013-2018年世界绿色食品发展趋势分析

第二部分 行业深度分析

第四章 中国绿色食品行业发展现状分析

第一节 2014-2016年绿色食品行业发展现状

一、绿色食品行业发展概况

二、绿色食品行业生产状况分析

三、中国精制茶分地区生产统计

第二节 2014-2016年绿色食品企业发展分析

一、绿色食品企业发展动态分析

二、绿色食品企业发展存在的问题

三、绿色食品企业战略发展分析

第三节 2014-2016年绿色食品行业经济运行分析

一、2014-2016年绿色食品行业产值分析

二、2014-2016年绿色食品行业效益分析

三、2014-2016年绿色食品行业进口分析

四、2014-2016年绿色食品行业出口分析

第四节 2014-2016年绿色食品市场发展分析

一、2016年绿色食品市场分析

二、2016年绿色食品市场变化分析

三、2017-2022年绿色食品市场走势分析

第五节 绿色食品行业面临的挑战及发展建议

一、绿色食品行业发展面临的难题

二、绿色食品行业发展建议

第五章 中国绿色食品消费市场分析

第一节 2014-2016年绿色食品消费者特征分析

一、人口结构分析

二、年龄结构分析

三、学历结构分析

四、职业结构分析

五、收入结构分析

第二节 2014-2016年绿色食品消费者对绿色食品选择的调查

一、消费者对绿色食品种类的选择率调查

二、消费者对绿色食品品牌选择的调查

三、消费者对绿色食品消费满意度调查

第三节 2014-2016年绿色食品行业影响消费者选购因素分析

一、价格因素

二、品牌的影响

三、广告的影响

四、包装的影响

五、质量因素分析

第四节 2014-2016年绿色食品市场消费者渠道分析

一、连锁药店、社区药店

二、普通商场、超市

三、批发市场

四、专卖店

五、其他渠道

第六章 中国绿色食品行业市场营销战略分析

第一节 2016年中国绿色食品营销概述分析

一、2016年中国绿色食品市场营销的主要影响因素分析

二、2016年中国绿色食品市场营销的基础和优势分析

三、2016年发展中国绿色食品对外贸易的作用分析

四、2016年中国绿色食品对外贸易中应强化政府作用

第二节 2016年中国绿色食品品牌营销状况分析

一、绿色食品品牌的重要作用分析

二、绿色食品的品牌战略思路

三、绿色食品品牌营销要素分析

四、绿色食品品牌营销中存在的问题分析

五、绿色食品品牌营销对策分析

第三节 2016年中国绿色食品营销渠道分析

一、绿色食品的营销渠道定位

二、绿色食品的渠道销售策略分析

三、绿色食品营销渠道分析

四、整合绿色食品渠道销售网络

第四节 2016年中国绿色食品营销对策分析

一、绿色食品市场培育及营销对策分析

二、绿色食品营销战略分析

三、中国绿色食品产业的发展与营销策略

四、绿色食品市场产品营销策略

第三部分 市场运行分析

第七章 中国绿色食品行业数据监测

第一节 绿色食品行业总体规模分析

一、2014-2016年绿色食品企业数量结构分析

二、2014-2016年绿色食品行业生产规模分析

一、2014-2016年绿色食品行业产成品情况总体分析

二、2014-2016年绿色食品行业产品销售收入总体分析

第三节 2014-2016年绿色食品行业盈利能力分析

一、绿色食品行业销售利润率

二、绿色食品行业成本费用利润率

三、绿色食品行业亏损面

第四节 2014-2016年绿色食品行业偿债能力分析

一、绿色食品行业资产负债比率

二、绿色食品行业利息保障倍数

第五节 2014-2016年绿色食品行业营运能力分析

一、绿色食品行业应收账款周转率

二、绿色食品行业总资产周转率

第六节 2014-2016年绿色食品行业发展能力分析

一、绿色食品行业总资产增长率

二、绿色食品行业利润总额增长率

三、绿色食品行业主营业务收入增长率

第七节 2014-2016年绿色食品市场发展分析

一、2015年绿色食品市场运行分析

二、2015年绿色食品市场发展分析

三、2016年绿色食品市场走势分析

第八章 中国绿色食品饮品行业发展分析

第一节 2014-2016年绿色食品行业发展现状

- 一、绿色食品行业的发展史
- 二、绿色食品市场变化分析
- 三、绿色食品质量情况分析
- 四、绿色食品市场现状分析

第二节 2014-2016年绿色食品市场供需分析

- 一、绿色食品产值分析
- 二、绿色食品需求分析
- 三、影响绿色食品市场需求的因素

第三节 绿色食品行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析
- 四、2014-2016年产品及原材料产能情况分析

第九章 中国绿色食品行业发展分析

第一节 2014-2016年绿色食品市场发展分析

- 一、绿色食品发展分析
- 二、绿色食品市场发展因素分析
- 三、绿色食品市场消费特点分析

第二节 2014-2016年绿色食品出口状况分析

- 一、绿色食品出口数量及金额分析
- 二、绿色食品主要出口市场分析

第三节 2014-2016年绿色食品行业存在的问题及对策

- 一、绿色食品产品问题分析
- 二、绿色食品行业存在的问题
- 三、针对绿色食品的解难分析
- 四、绿色食品行业品牌策略分析
- 五、提高绿色食品市场竞争力策略分析

第四部分 竞争格局分析

第十章 中国绿色食品行业竞争格局分析

第一节 2014-2016年绿色食品行业竞争结构分析

- 一、绿色食品种类品牌竞争
- 二、绿色食品技术创新竞争

三、绿色食品销售渠道竞争

第二节 2014-2016年绿色食品区域市场格局分析

第十一章 中国绿色食品市场竞争分析

第一节 2014-2016年绿色食品行业集中度分析

一、绿色食品市场集中度分析

二、绿色食品区域集中度分析

三、绿色食品企业集中度分析

第二节 2014-2016年绿色食品市场竞争分析

一、绿色食品市场竞争现状分析

二、绿色食品企业竞争动态分析

三、绿色食品企业发展存在的问题

四、绿色食品行业竞争策略研究

第十二章 主要绿色食品企业竞争分析

第一节 大连天宝绿色食品股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 黑龙江北大荒农业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 山东九发食用菌股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 哈尔滨高科技（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 海南椰岛（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 维维食品饮料股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 中粮屯河股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 中国绿色食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 安琪酵母股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 易食集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五部分 行业前景展望

第十三章 中国绿色食品行业发展前景分析

第一节 2017-2022年绿色食品市场发展前景分析

一、2017-2022年绿色食品市场发展潜力分析

二、2017-2022年绿色食品市场发展前景分析

第二节 2017-2022年绿色食品产品市场发展前景分析

第十四章 中国绿色食品行业发展趋势分析

第一节 对绿色食品市场发展预测

一、2017-2022年绿色食品市场供给预测

二、2017-2022年绿色食品市场销量预测

三、2017-2022年绿色食品市场规模预测

第二节 2017-2022年中国绿色食品发展展望

一、绿色食品是中国未来食品工业发展中一个非常有潜力的产业

二、无污染、无公害的绿色食品将成为国际食品贸易的主流

三、向社会化、市场化、国际化发展趋势

第三节 2017-2022年中国绿色食品加速发展的动因分析

一、中国许多地方的政府和部门进一步重视绿色食品的发展

二、广大消费者对绿色食品认知程度越来越高

三、新闻媒体主动宣传、报道绿色食品；

四、理论界和学术界也日益重视对绿色食品的探讨

第四节 2017-2022年中国绿色食品市场前景展望分析

一、绿色食品产业发展潜力巨大

二、绿色食品产业的发展面临机遇

三、中国绿色食品具有发展前景

第十五章 绿色食品整体行业发展规划分析

第一节 2017-2022年绿色食品行业发展规划分析

一、绿色食品行业发展机会分析

二、绿色食品行业发展机遇分析

三、绿色食品行业发展规划分析

第二节 2017-2022年绿色食品行业投资分析

一、绿色食品市场投资现状

二、绿色食品市场投资机会分析

三、对绿色食品市场投资分析

第三节 2017-2022年绿色食品行业投资风险分析

一、2017-2022年绿色食品行业市场风险预测

二、2017-2022年绿色食品行业政策风险预测

三、2017-2022年绿色食品行业经营风险预测

四、2017-2022年绿色食品行业竞争风险预测

五、2017-2022年绿色食品行业其他风险预测

第四节 2017-2022年绿色食品行业投资战略分析

一、绿色食品市场投资策略分析

二、绿色食品细分市场投资策略分析

三、对绿色食品行业的发展建议

第六部分 发展战略研究

第十六章 中国绿色食品行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

一、绿色食品价格策略分析

二、绿色食品渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 重点客户实施战略

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第四节 对我国绿色食品品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性分析
- 二、绿色食品实施品牌战略的意义
- 三、绿色食品企业品牌的现状分析
- 四、我国绿色食品企业的品牌战略
- 五、绿色食品品牌战略管理的策略

第五节 绿色食品企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理

图表目录：

图表：绿色食品产业链分析

图表：绿色食品产品开发分类

图表：2014-2016年绿色食品行业工业产值分析

图表：2014-2016年绿色食品行业利润总额分析

图表：2014-2016年绿色食品市场销售收入分析

图表：2014-2016年绿色食品加工企业数量结构按规模分析

图表：2014-2016年绿色食品行业生产规模分析

图表：2014-2016年绿色食品行业产成品产值分析

图表：2014-2016年绿色食品行业产品销售收入总体分析

图表：2014-2016年绿色食品行业销售利润率分析

图表：2014-2016年绿色食品行业成本费用利润率分析

图表：2014-2016年绿色食品行业亏损面分析

图表：2014-2016年绿色食品行业资产负债率分析

图表：2014-2016年绿色食品行业利息保障倍数分析

图表：2014-2016年绿色食品行业应收账款周转率分析

图表：2014-2016年绿色食品行业总资产周转率分析

图表：2014-2016年绿色食品行业总资产增长率分析

图表：2014-2016年绿色食品行业利润总额增长率

图表：2014-2016年绿色食品行业主营业务收入增长率

图表：2014-2016年绿色食品行业工业产值分析

图表：2014-2016年绿色食品行业需求分析

图表：2014-2016年绿色食品产能分析

图表：2014-2016年绿色食品出口数量分析

图表：2014-2016年绿色食品出口金额分析

图表：2017-2022年绿色食品产能预测

图表：2017-2022年绿色食品销量预测

图表 2017-2022年绿色食品市场规模预测

图表：2016年主要绿色食品品牌情况

略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295390.html>