

2022-2027年中国有机食品行业市场运行现状及投资规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国有机食品行业市场运行现状及投资规划建议报告》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/foods/755566.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 有机农业及有机食品概述

1.1有机农业的概述

1.1.1有机农业定义

1.1.2有机农业分类

1.1.3有机农业的特性

1.1.4有机农业的优势

1.1.5有机农业发展意义

1.2有机食品的介绍

1.2.1有机食品的概念及种类

1.2.2有机食品的产生及其背景

1.2.3有机食品应该具备的条件

1.2.4中国有机食品标志的含义

1.2.5有机食品、绿色食品和无公害食品的不同点

第二章 2017-2021年国际有机食品行业发展状况分析

2.1国际有机食品行业发展综述

2.1.1主要有机食品种类

2.1.2有机食品行业特点

2.1.3有机食品市场规模

2.1.4有机食品供应情况

2.2美国

2.2.1有机食品行业概况

2.2.2美国有机食品认证

2.2.3美国有机食品标准

2.2.4有机食品管理制度

2.2.5有机食品行业规模

2.2.6行业发展态势分析

2.3欧洲

2.4德国

2.5法国

第三章 2017-2021年有机农业发展分析

3.1 2017-2021年全球有机农业发展状况分析

3.1.1有机农业发展历史

3.1.2有机农用地面积

3.1.3有机生产者数量

3.1.4行业标准及政策支持

3.2有机农业的重要意义

3.2.1促进农业可持续发展

3.2.2改善生态环境

3.2.3提高食品质量安全

3.2.4突破农产品“绿色壁垒”

3.2.5提高农民收入

3.2.6帮助贫困地区脱贫致富

3.3 2017-2021年中国有机农业发展分析

3.3.1行业产业链分析

3.3.2行业生产标准

3.3.3产业发展状况

3.3.4投入物质分析

3.3.5投入产出效益

3.4中国有机产品的认证及监管

3.4.1有机产品认证政策

3.4.2有机产品认证数量

3.4.3有机产品认证价值

3.4.4有机产品认证困局

3.4.5有机产品认证对策

3.5中国有机农业产业化发展模式分析

3.5.1有机订单农业

3.5.2有机农场模式

3.5.3产业化发展前景

3.6有机农业发展存在的问题

3.6.1行业制约瓶颈

3.6.2生产制约因素

3.6.3市场制约因素

3.6.4行业面临困境

3.6.5行业发展挑战

3.7有机农业发展对策建议

3.7.1行业发展对策

3.7.2市场完善策略

3.7.3加强认证管理

3.7.4行业应对措施

3.7.5行业完善方法

第四章 2017-2021年中国有机食品行业分析

4.1 2017-2021年中国绿色食品行业运行情况

4.2 2017-2021年中国有机食品市场分析

4.2.1有机食品产量分析

4.2.2有机食品产业链分析

4.2.3有机食品发展潜力

4.3中国有机食品消费情况

4.3.1有机食品的消费现状

4.3.2有机食品消费动机分析

4.3.3有机食品消费行为分析

4.3.4有机食品消费制约因素

4.4有机食品供应链管理建设分析

4.4.1供应链管理模式的内涵及意义

4.4.2供应链管理建设存在的问题

4.4.3加强供应链管理建设的措施

4.5有机食品营销策略分析

4.5.1发达国家有机食品营销经验

4.5.2有机食品营销市场表现情况

4.5.3有机食品市场营销策略

4.6有机食品行业存在的问题与挑战

4.6.1有机食品行业存在的难题

4.6.2有机食品市场发展的掣肘

4.6.3有机食品盈利难的原因

4.6.4有机食品行业面临的挑战

4.6.5有机肥的安全质量问题

4.7中国有机食品行业发展的策略

4.7.1有机食品行业发展战略

4.7.2有机食品产业健康发展建议

4.7.3有机食品发展科技创新策略

4.7.4有机食品产业发展道路分析

第五章 中国有机食品认证情况及相关标准介绍

5.1有机食品认证情况分析

5.1.1有机食品认证机构

5.1.2有机食品认证标准

5.1.3有机食品认证现状

5.1.4有机认证机构数量

5.1.5有机食品认证流程

5.2有机种植标准介绍

5.2.1种植环境要求

5.2.2外来污染防治

5.2.3使用种苗规定

5.2.4农药使用标准

5.2.5施用肥料要求

5.2.6其他认证说明

5.3有机养殖标准解析

5.3.1有机养殖条件

5.3.2饲料喂养要求

5.3.3饮用水质标准

5.3.4养殖方式选择

5.3.5动物福利要求

5.3.6其他说明

5.4有机食品加工标准分析

5.4.1有机加工环境标准

5.4.2有机加工配料要求

5.4.3有机加工设备条件

5.4.4有机加工防虫方法

5.4.5有机加工包装标准

5.4.6有机加工其他说明

第六章 2017-2021年有机蔬菜行业发展分析

6.1有机蔬菜相关概述

6.2 2017-2021年中国有机蔬菜行业现状分析

6.2.1供需规模分析

6.2.2商业模式特征

6.2.3销售渠道分析

6.2.4关键种植技术

6.2.5国际经验借鉴

6.2.6行业发展前景

6.3有机蔬菜发展面临的问题及发展策略

6.3.1行业主要问题

6.3.2产业发展对策

6.3.3发展政策建议

6.3.4规范发展对策

6.3.5产业发展路径

第七章 2017-2021年有机茶行业发展分析

7.1有机茶相关概述

7.1.1有机茶相关介绍

7.1.2有机茶发展意义

7.1.3有机茶种植方法

7.1.4有机茶开发探析

7.2 2017-2021年有机茶行业发展分析

7.2.1行业发展概述

7.2.2发展有利条件

7.2.3产业升级发展

7.2.4市场发展状况

7.2.5市场发展机会

7.3 2017-2021年部分地区有机茶发展状况

7.3.1浙江省武义县

7.3.2广西省昭平县

7.3.3安徽省休宁县

7.3.4江西省婺源县

7.4中国部分茶企有机茶发展状况

7.4.1亿健茶业

7.4.2北京更香茶叶

7.4.3宜宾川红茶业

7.4.4湖南省茶业集团

7.4.5黄山松萝有机茶

7.5中国有机茶市场营销传播分析

7.5.1营销影响因素

7.5.2模式存在问题

7.5.3营销策略分析

7.6有机茶发展中存在的问题及发展策略

7.6.1市场打假问题

7.6.2出口面临挑战

7.6.3市场开拓策略

7.6.4可持续发展建议

7.6.5产业化发展策略

7.7有机茶行业标准情况

7.7.1《有机茶》标准

7.7.2《有机茶产地环境条件》

7.7.3《有机茶生产技术规程》

7.7.4《有机茶加工技术规程》

7.7.5《有机茶标识管理章程》

第八章 其它有机食品行业发展分析

8.1有机果品

8.1.1有机果品定义

8.1.2市场规模分析

8.1.3市场竞争格局

8.1.4行业发展前景

8.2有机大米

8.2.1有机稻谷产量

8.2.2市场占比情况

8.2.3市场需求分析

8.2.4品牌发展情况

8.2.5行业发展建议

8.3有机小麦

8.4有机玉米

8.5有机奶制品

8.6有机养殖

第九章 中国有机农业重点地区发展分析

9.1黑龙江省

9.1.1行业发展特征

9.1.2行业发展现状

9.1.3相关政策分析

9.1.4区域发展状况

9.1.5行业面临问题

9.1.6发展建议分析

9.1.7未来发展思路

9.1.8市场发展潜力

9.2吉林省

9.3福建省

9.4贵州省

9.5西藏自治区

9.6山西省

9.7其他地区

9.7.1湖南省

9.7.2新疆自治区

9.7.3重庆市

9.7.4江苏省

9.7.5湖北省

9.7.6青海省

第十章 2017-2021年中国有机食品电子商务分析

10.1 2017-2021年中国食品电商市场分析

10.1.1市场发展规模

10.1.2消费人群特征

10.1.3商业模式分类

10.1.4电商食品营销

10.1.5加强市场监管

10.1.6市场发展前景

10.2 2017-2021年中国有机电商发展综述

10.2.1行业发展阶段

10.2.2产业链分析

10.2.3成本优势分析

10.2.4典型案例分析

10.2.5行业前景展望

10.3有机食品电子商务商业模式分析

10.3.1总体框架模式

10.3.2目标客户分析

10.3.3 O2O模式兴起

10.3.4盈利模式分析

10.3.5物流配送模式

10.4有机食品电子商务发展的关键环节

10.4.1产品采购与组织

10.4.2网站建设

10.4.3品牌建设及营销

10.4.4物流配送体系

10.4.5增值服务

10.5有机食品电子商务风险因素分析

10.5.1配送速度

10.5.2货源及成本

10.5.3用户习惯

第十一章 有机食品重点企业分析

11.1黑龙江北大荒农业股份有限公司

11.1.1企业发展概况

11.1.2经营效益分析

11.1.3业务经营分析

11.2东方集团股份有限公司

11.3西王食品股份有限公司

11.4中国圣牧有机奶业有限公司

11.5北京兴农泰华有机农业有限公司

第十二章 2022-2027年有机食品行业投资分析与前景趋势展望

12.1有机农业投资价值综合评估

12.1.1市场投资机会分析

12.1.2行业进入壁垒分析

12.1.3行业进入时机判断

12.1.4投资价值综合评估

12.1.5行业投资策略建议

12.2中国有机食品发展前景展望

12.2.1有机食品发展机遇

12.2.2有机食品消费趋势

12.2.3有机食品深加工前景大

12.2.4有机食品需求潜力

12.3 2022-2027年中国有机食品行业预测分析

12.3.1 2022-2027年中国有机食品行业影响因素分析

12.3.2 2022-2027年中国有机农业产值规模预测

12.3.3 2022-2027年中国有机产品销售额预测

第十三章 中国有机食品产业相关政策分析

13.1有机食品政策标准概况

13.2有机食品认证标准及要求

13.2.1有机产品认证概述

13.2.2有机产品认证程序

13.2.3有机食品认证基本要求

13.2.4有机产品认证实施规则

13.2.5有机食品认证收费管理细则

13.2.6有机产品认证目录

13.3有机食品相关规范要求

13.3.1有机食品技术规范

13.3.2有机（天然）食品运输技术规范

13.3.3有机（天然）食品贮藏技术规范

13.3.4有机（天然）食品销售技术规范

13.3.5有机食品检测技术规范

图表目录：

图表1我国有机农业产品分类

图表2中国有机食品标志

图表3中国有机产品标志

图表4有机食品、绿色食品及无公害食品标志

图表5 2021年全球有机食品份额占比

图表6 2021年世界各大洲有机食品销售额

图表7 2021年有机农场土地面积国家TOP10

图表8 2021年各大洲有机农场土地占比

图表9 2017-2021年德国有机食品销售额

图表10 2017-2021年德国有机商品销售额所有食品销售额中所占份额

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/foods/755566.html>