

2018-2024年中国有机食品市场行情动态分析及发展前景趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国有机食品市场行情动态分析及发展前景趋势预测报告》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/337562.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

报告目录：	第一章有机农业及有机食品概述21	1.1有机农业概述21
1.1.1有机农业的定义21	1.1.2有机农业的特征22	1.1.3有机农业具有的优势23
1.2有机食品的介绍24	1.2.1有机食品的概念及种类24	1.2.2有机食品产生的历史背景25
1.2.3有机食品应该具备的条件25	1.2.4有机食品、绿色食品和无公害食品的区别26	
1.3中国有机食品相关介绍及发展意义27	1.3.1中国有机食品的发展历程27	
1.3.2中国有机食品标志的含义30	1.3.3中国发展有机食品的意义30	
1.4有机食品行业生命周期判断34	1.52012-2017年中国宏观经济运行情况35	
1.5.12017年中国宏观经济运行状况35	1.5.22017年中国农业发展运行情况47	
1.5.32017年中国经济运行分析49	第二章2012-2017年有机农业发展分析53	
2.12012-2017年国际有机农业发展概况53	2.1.1国际有机农业发展现状53	
2.1.2世界各国应该将有机农业作为农业发展的优先目标54	2.1.3世界有机农业发展的主要经验55	2.1.4欧盟各国有机农业政策发展分析59
2.1.5美国有机农业发展分析61	2.1.6世界有机农业发展呈出七大趋势62	
2.22012-2017年中国有机农业的发展分析72	2.2.1中国有机农业发展现状72	
2.2.2中国发展有机农业的必要性75	2.2.3中国发展有机农业的可行性76	
2.2.4中国有机农业发展的机遇76	2.2.5中国有机农业发展的挑战77	
2.2.6湖南省有机农业的发展分析80	2.32012-2017年中国有机农业发展存在的问题及策略81	
2.3.1中国有机农业发展存在的问题81	2.3.2中国有机农业发展的对策分析83	
2.3.3中国发展有机农业的策略86	2.42012-2017年中国有机园艺发展策略分析89	
2.4.1有机园艺的特点89	2.4.2中国有机园艺生产的优势91	
2.4.3影响中国有机园艺生产发展的主要因素93	2.4.4发展有机园艺的思路与策略94	
2.5中国有机农业发展前景97	第三章2012-2017年国际有机食品行业的发展分析99	
3.12012-2017年国际有机食品行业发展概况99	3.1.1全球有机食品发展回顾99	
3.1.22017年全球有机食品市场规模分析99	3.1.3全球有机食品消费发展分析100	
3.1.4国外有机食品企业开拓市场的经验102	3.22012-2017年欧盟有机食品行业分析105	
3.2.1欧盟有机食品行业发展概况105	3.2.22017年欧洲有机食品市场规模分析106	
3.2.3欧盟有机食品市场加快发展的原因107	3.2.4欧盟有机食品发展存在的问题及对策108	
3.32012-2017年德国有机食品行业发展分析111	3.3.12017年德国有机食品市场规模分析111	3.3.2德国有机食品销售渠道112
3.3.3德国有机食品行业发展潜力巨大113	3.42012-2017年美国有机食品行业发展分析115	
3.4.12017年美国有机食品市场规模分析115	3.4.2美国有机食品主导消费潮流116	
3.52012-2017年英国有机食品行业发展分析121	3.5.12017年英国有机食品市场规模分析121	3.5.2金融危机波及英国有机食品市场122

3.62012-2017年其他国家有机食品行业122	3.6.12017年日本有机食品市场规模分析122
3.6.2韩国有机食品需求分析123	3.6.32017年加拿大实施新的《有机食品法规》124
第四章2012-2017年中国有机食品行业的发展分析125	4.1中国有机食品行业概况125
4.1.1中国有机食品发展的三个阶段125	4.1.2中国有机食品发展现状128
4.1.3有机产业市场发展特征129	4.1.4中国有机食品行业发展优势130
4.1.5中国有机食品的生产优势131	4.1.6中国有机食品渠道现状134
4.22012-2017年中国有机食品行业发展分析139	
4.2.12012-2017年中国有机食品行业运行基本状况139	
4.2.22017年中国有机食品市场规模分析143	
4.2.32017年度中国有机食品行业竞争结构分析144	
4.2.4中国有机食品市场机会及潜力分析145	4.2.5有机食品的科技創新机制发展分析145
4.32012-2017年中国有机食品认证情况分析148	4.3.1中国有机食品认证概述148
4.3.2中国农业系统有机食品认证发展状况分析150	
4.3.3中国有机食品认证存在的主要问题153	4.42012-2017年有机食品市场调研分析155
4.4.1有机食品消费者行为研究155	4.4.2有机食品消费者调查分析156
4.4.3消费者对有机食品的认知所存在的问题159	4.4.4解决消费者认知问题的措施162
4.52012-2017年中国有机食品出口情况分析163	4.5.1中国有机食品出口的现状163
4.5.22017年中国有机食品出口欧盟新规164	4.5.3超有机食品有望进入欧洲165
4.5.4开拓欧洲有机食品市场的对策165	4.5.5中国有机食品出口中存在的问题及对策168
4.62012-2017年有机食品行业存在的问题与挑战169	4.6.1中国有机食品发展存在的问题169
4.6.2中国有机食品产业亟待解决三大问题170	4.6.3中国有机食品行业发展面临的挑战173
4.6.4中国有机食品有效需求增长缓慢原因分析174	
4.6.5中国有机食品的发展及制约因素分析177	
4.72012-2017年中国有机食品行业发展的策略180	4.7.1浅析中国有机食品行业发展战略180
4.7.2加快中国有机食品发展速度的几点措施181	4.7.3促进有机食品产业健康发展的建议185
4.7.4有机食品推动流行的策略分析185	
第五章2012-2017年中国主要地区有机食品行业的发展分析191	
5.12012-2017年西部有机食品发展分析191	5.1.1西部地区发展有机食品生产的有利条件191
5.1.2西部地区有机食品产业发展现状192	
5.1.3西部地区有机食品产业发展中存在的主要问题193	
5.1.4西部地区发展有机食品产业的战略措施198	5.1.5西部地区有机食品开发方略201
5.2辽宁有机食品生产实例分析202	5.2.1“绿色芳山”有机食品生产的发展历程202
5.2.2“绿色芳山”有机食品发展现状202	5.2.3“绿色芳山”有机食品发展经验与模式203
5.2.4辽宁有机食品基地年增效益预测203	5.3甘肃省有机食品发展状况204
5.3.1甘肃有机食品发展现状204	5.3.2甘肃省有机食品发展潜力分析205

5.3.3甘肃省开发有机食品的应对措施205	5.4山西省有机食品开发分析207
5.4.1山西省有机食品开发的意义207	5.4.2山西省有机食品开发政策体系构成要素207
5.4.3山西省有机食品开发政策体系的构建207	5.5广州市有机食品发展分析208
5.5.1广州市有机食品发展现状208	5.5.2广州市有机食品发展的对策210
5.6新疆有机食品发展状况212	5.6.1新疆有机食品产业发展的优势条件分析212
5.6.2新疆伊犁河谷绿色有机食品生产情况215	
5.6.3新疆生产建设兵团探索“有机食品”种植新思路216	
5.6.4新疆有机食品产业的发展战略217	5.6.5新疆有机食品发展规划217
5.72012-2017年其他地区有机食品发展状况234	
5.7.12017年江西绿色有机食品保持快速发展态势234	
5.7.22017年安徽合肥有机食品发展情况234	5.7.32017年海南省首批有机食品获认证235
5.7.4四川西充打造中国西部有机食品第一县236	5.7.5山东博山有机食品发展情况237
5.7.62017年云南省绿色有机食品产业协会成立238	
5.7.72012-2017年江苏省宝应县有机食品发展情况239	
5.7.82012-2017年牡丹江市绿色有机食品发展情况240	
5.7.9宁夏利用沙漠资源发展绿色有机食品产业分析241	
第六章2012-2017年中国有机蔬菜产业发展分析243	6.1有机蔬菜相关概述243
6.1.1有机蔬菜的定义243	6.1.2有机蔬菜与无公害蔬菜、绿色蔬菜的区别243
6.1.3有机蔬菜的生产条件244	6.1.4有机蔬菜的生产特点245
6.1.5关于有机蔬菜认证机构247	6.22012-2017年中国有机蔬菜发展状况247
6.2.1有机蔬菜的生产现状247	6.2.2有机蔬菜的销售分析248
6.2.3中国发展有机蔬菜具有重要意义249	6.2.4中国有机蔬菜转攻国内市场250
6.32012-2017年山东省有机蔬菜发展状况252	6.3.1中国有机蔬菜生产第一县发展分析252
6.3.2山东肥城有机蔬菜质保体系254	6.3.3山东省博兴县有机蔬菜出口情况255
6.3.42017年山东省成立有机蔬菜研究中心255	
6.3.5山东沂南县探索合理经营模式建设有机蔬菜基地256	
6.3.6山东泰安市有机蔬菜产业发展策略256	6.42012-2017年其他地区有机蔬菜发展分析258
6.4.1贵州发展有机蔬菜的发展分析258	6.4.2哈尔滨市场有机蔬菜产销状况259
6.4.3江苏新沂市有机蔬菜标准化示范区建设262	6.4.4河南漯河有机蔬菜基地建设情况263
6.52012-2017年中国有机蔬菜发展面临的问题及策略265	
6.5.1有机蔬菜发展中存在的主要问题265	6.5.2发展有机蔬菜的主要对策267
6.5.3有机蔬菜发展的建议267	第七章2012-2017年中国有机茶产业发展分析270
7.1有机茶相关概述270	7.1.1有机茶的概念270
	7.1.2有机茶相关介绍270
7.1.3有机茶开发和茶业产业化两者关系探析272	7.1.4有机茶园生态系统服务功能274
7.22012-2017年中国有机茶行业发展分析275	7.2.1中国有机茶的发展历程分析275

7.2.2中国有机茶认证的发展278	7.2.3中国发展有机茶的有利条件280
7.2.4中国有机茶产业发展分析281	7.2.52017年中国有机茶出口情况282
7.32012-2017年部分地区有机茶发展状况283	7.3.1浙江有机茶产业状况283
7.3.2浙江武义机茶产业发展分析285	7.3.3闽东茶区有机茶生产调研分析286
7.3.4武夷山市有机茶产业化分析286	7.3.5广西乐业有机茶发展分析290
7.42012-2017年中国有机茶发展中存在的问题及策略292	
7.4.1有机茶行业发展存在的理解误区292	7.4.2中国有机茶发展机遇与对策293
7.4.3中国有机茶行业可持续发展建议294	7.4.4现代可持续茶园生产的实现策略296
7.5中国有机茶的发展前景298	第八章2012-2017年中国其他有机食品发展分析299
8.12012-2017年中国有机水果发展分析299	8.1.1国外有机水果的发展概况299
8.1.2欧盟有机水果消费情况分析299	8.1.3美国有机苹果产量发展分析302
8.1.4中国有机水果的发展现状及优势303	8.1.5广东高州有机水果发展状况及策略剖析304
8.1.6北京市平谷有机桃营销策略305	8.1.7丹东地区有机草莓的现状306
8.1.8中国有机水果发展的展望307	8.22012-2017年中国有机大米市场发展分析308
8.2.12012-2017年吉林柳河有机大米发展情况308	
8.2.22017年武汉“有机大米”通过有机食品认证309	
8.2.32017年海安建成有机大米生产基地309	8.2.4灌南县加快有机大米发展速度310
8.32012-2017年中国有机奶制品市场发展分析310	8.3.1有机奶概念310
8.3.2国际上有机奶发展状况311	8.3.3中国有机奶发展现状及存在的问题311
8.3.4中国有机奶发展实践分析320	8.3.5发展有机奶产业的重要意义322
8.42012-2017年中国有机水产品市场发展分析323	8.4.1全球有机水产品发展回顾323
8.4.2中国有机水产品市场分析324	8.4.3天津市绿色有机水产品发展情况325
8.4.42017年山东临沂有机水产品认证情况326	
8.4.52017年山东蒙阴县加大有机水产品发展力度327	
第九章中国有机食品重点竞争企业分析328	9.1宁波启盛生物食品发展有限公司328
9.1.1企业基本情况328	9.1.2公司经营情况329
9.1.2公司经营情况329	9.1.32017年企业开拓多元化国际市场330
9.2泰安泰山亚细亚食品有限公司330	9.2.1企业基本情况330
9.2.2企业有机食品发展情况331	9.2.3公司经营情况331
9.2.3公司经营情况331	9.3济宁市明源果蔬有限公司332
9.3.1企业基本情况332	9.3.2公司经营情况332
9.3.2公司经营情况332	9.5科尔沁易生有机食品有限公司334
9.5.1企业基本情况334	9.5.2公司经营情况334
9.5.2公司经营情况334	9.6黑龙江龙奇有机食品开发有限公司335
9.6.1企业基本情况335	9.6.2公司经营情况336
9.6.2公司经营情况336	9.7衢州烛光有机食品有限公司337
9.7.1企业基本情况337	9.7.2公司经营情况337
9.7.2公司经营情况337	9.8神农架有机茶开发有限责任公司339
9.8.1企业基本情况339	9.8.2公司经营情况339
9.8.2公司经营情况339	9.9.1企业基本情况340
9.9湖南省沅陵碣滩有机茶叶开发有限公司340	9.9.1企业基本情况340
9.9.2公司经营情况341	9.10江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司343

9.10.1企业基本情况343	9.10.2企业产品发展情况344	9.10.3公司经营情况344
9.11绿都集团股份有限公司346	9.11.1企业基本情况346	9.11.2公司经营情况347
9.12北京欧阁有机农庄科贸发展有限公司348		9.12.1企业基本情况348
9.12.2“有机农庄”发展模式剖析348	9.12.32017年企业发展情况349	
第十章2018-2024年中国有机食品发展前景与趋势351		
10.12018-2024年国际有机食品发展前景及趋势351	10.1.1国际有机食品产业发展趋势351	
10.1.22018-2024年世界有机食品发展预测352	10.22018-2024年中国有机食品发展展望353	
10.2.1中国有机食品的发展前景353	10.2.22018-2024年中国有机食品发展预测354	
10.2.3“十三五”期间中国将大力促进有机食品业发展354		
第十一章2018-2024年中国有机食品产业投资分析356		
11.12018-2024年中国有机食品产业投资环境分析356		
11.1.12017年中国宏观经济总体发展形势356	11.1.22017年金融危机对中国经济的影响359	
11.22018-2024年中国有机食品SWOT分析366		
11.32018-2024年中国有机食品产业投资风险分析370	11.3.1市场竞争风险370	
11.3.2产业政策风险370	11.3.3生产技术风险370	
11.42018-2024年中国有机食品产业投资策略分析371	11.4.1有机食品区域投资热点分析371	
11.4.2中国有机食品投资潜力分析371	11.4.3中国有机食品开发的策略分析375	
图表1：中国有机食品标志30	图表2：有机食品行业生命周期示意图35	
图表3：2010-2017年国内生产总值及其增长速度35		
图表4：2017年居民消费价格月度涨跌幅度36		
图表5：2017年居民消费价格比上年涨跌幅度37		
图表6：2017年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比37		
图表7：2010-2017年全部工业增加值及其增长速度38		
图表8：2017年主要工业产品产量及其增长速度39		
图表9：2010-2017年全社会固定资产投资41		
图表10：2017年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度42		
图表11：2017年固定资产投资新增主要生产与运营能力42		
图表12：2010-2017年全国一般公共预算收入43		
图表13：2010-2017年全年社会消费品零售总额44		
图表14：2010-2017年货物进出口总额45	图表15：2017年货物进出口总额及其增长速度45	
图表16：2017年主要商品出口数量、金额及其增长速度45		
图表17：2017年主要商品进口数量、金额及其增长速度46		
图表18：2017年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度46		
图表19：2010-2017年粮食产量47		
图表20：2012-2017年2季度全球有机食品行业市场规模统计表99		

- 图表21：2012-2017年2季度全球有机食品行业市场规模分析图100
- 图表22：2012-2017年2季度欧洲有机食品行业市场规模统计表106
- 图表23：2012-2017年2季度欧洲有机食品行业市场规模分析图106
- 图表24：2012-2017年2季度德国有机食品行业市场规模统计表111
- 图表25：2012-2017年2季度德国有机食品行业市场规模分析图111
- 图表26：2012-2017年2季度美国有机食品行业市场规模统计表115
- 图表27：2012-2017年2季度美国有机食品行业市场规模分析图116
- 图表28：2012-2017年2季度英国有机食品行业市场规模统计表121
- 图表29：2012-2017年2季度英国有机食品行业市场规模分析图121
- 图表30：2012-2017年2季度日本有机食品行业市场规模统计表122
- 图表31：2012-2017年2季度日本有机食品行业市场规模分析图123
- 图表32：2012-2017年2季度中国有机食品行业销售收入统计表139
- 图表33：2012-2017年2季度中国有机食品行业销售收入分析图140
- 图表34：2012-2017年2季度中国有机食品行业工业总产值统计表140
- 图表35：2012-2017年2季度中国有机食品行业工业总产值分析图141
- 图表36：2012-2017年2季度中国有机食品行业总资产统计表141
- 图表37：2012-2017年2季度中国有机食品行业总资产分析图141
- 图表38：2012-2017年2季度中国有机食品行业利润总额统计表142
- 图表39：2012-2017年2季度中国有机食品行业利润总额分析图142
- 图表40：2012-2017年2季度中国有机食品行业市场规模统计表143
- 图表41：2012-2017年2季度中国有机食品行业市场规模分析图143
- 图表42：购买有机食品消费者收入分布156
- 图表43：购买有机食品消费者年龄分布157
- 图表44：有机食品行业不同地区需求比例157
- 图表45：有机食品行业价格敏感程度158
- 图表46：有机食品行业品牌影响程度158
- 图表47：有机食品行业购买方便影响程度158
- 图表48：有机食品行业广告影响程度158
- 图表49：有机食品行业包装影响程度158
- 图表50：消费者对有机食品品牌认知度调查159
- 图表51：消费者对有机食品品牌的首要认知渠道调查159
- 图表52：消费者经常买的有机食品品牌调查160
- 图表53：消费者选择有机食品的因素161
- 图表54：三大关键人物要具备的条件185
- 图表55：整个流行形成过程的三类受众187
- 图表56：2012-2017年2季度中国有机蔬菜行业产量统计表247
- 图表57：2012-2017年2季度中国有机蔬菜行业产量分析图247
- 图表58：2012-2017年2季度中国有机蔬菜行业消费量统计表248
- 图表59：2012-2017年2季度中国有机蔬菜行业消费量分析图248
- 图表60：欧盟有机水果人均消费量300
- 图表61：欧盟主要有机水果消费量结构301
- 图表62：企业经营状况分析329
- 图表63：企业竞争力分析329

- 图表64：企业经营状况分析331
 - 图表66：企业经营状况分析332
 - 图表68：企业经营状况分析334
 - 图表70：企业经营状况分析336
 - 图表72：企业经营状况分析337
 - 图表74：企业经营状况分析339
 - 图表76：企业经营状况分析341
 - 图表78：企业经营状况分析344
 - 图表80：企业经营状况分析347
 - 图表82：企业经营状况分析349
 - 图表84：2018-2024年世界有机食品市场规模预测352
 - 图表85：2018-2024年中国有机食品市场规模预测354
 - 图表86：中国有机食品项目风险控制建议与收益潜力提升措施375
 - 图表87：有机食品产品技术应用注意事项分析376
 - 图表88：有机食品产品项目投资注意事项图377
 - 图表89：有机食品产品行业生产开发注意事项378
 - 图表90：有机食品产品销售注意事项379
- 略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/337562.html>