

2013-2018年中国绿色食品行业市场深度分析与投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国绿色食品行业市场深度分析与投资前景预测报告》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/148504.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

2012年全年我国共认证绿色食品企业2614家，产品6196个。全国累计有效使用绿色食品标志的企业总数为6862家，产品总数为17125个。2012年，绿色食品产品国内年销售额达到3178亿元，出口额为28.4亿美元。

2012年7月，为加强绿色食品标志使用管理，维护绿色食品生产经营者和消费者合法权益，农业部发布了《绿色食品标志管理办法》，自2012年10月1日起施行。

随着生活水平的提高和消费观念的转变，以及环境污染和资源破坏问题的日益严峻，有利于人们健康的无污染、安全、优质营养的绿色食品已成为时尚，越来越受到人们的青睐。开发绿色食品已具备了深厚的市场消费基础。未来，绿色食品无论在国内还是国外，开发潜力都十分巨大，它是集经济、生态和社会效益于一体的特殊产业，有极大的经济发展空间。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国绿色食品行业市场深度分析与投资前景预测报告》共七章。首先介绍了绿色食品相关概述、中国绿色食品市场运行环境等，接着分析了中国绿色食品市场发展的现状，然后介绍了中国绿色食品重点区域市场运行形势。随后，报告对中国绿色食品重点企业经营状况分析，最后分析了中国绿色食品行业发展趋势与投资预测。您若想对绿色食品产业有个系统的了解或者想投资绿色食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 绿色食品相关概述

1.1 绿色食品的概念特点

1.1.1 绿色食品的概念

1.1.2 绿色食品的特点

1.1.3 绿色食品的包装要求

1.2 无公害食品

1.2.1 无公害食品的概念

1.2.2 无公害食品的范围和要求

1.2.3 无公害食品的行业标准

1.3 有机食品

1.3.1 有机食品的概念

1.3.2 有机食品的范围特点

1.3.3 有机食品与其他食品的区别

- 1.4 无公害农产品、绿色食品、有机食品对比
- 1.4.1 无公害农产品、绿色食品、有机食品的特点区别
- 1.4.2 有机食品和无公害食品、绿色食品的异同

第二章 2012-2013年生态农业发展状况分析

- 2.1 世界生态农业的发展
 - 2.1.1 世界生态农业的定义
 - 2.1.2 世界生态农业的发展阶段及概况
 - 2.1.3 世界生态农业发展回顾
 - 2.1.4 促进生态农业发展的因素分析
 - 2.1.5 全球生态农业发展趋势预测
- 2.2 21世纪中国现代生态农业发展分析
 - 2.2.1 现代生态农业是新世纪农业发展的必然方向
 - 2.2.2 生态系统原理浅析
 - 2.2.3 生态与经济协调发展原理分析
 - 2.2.4 现代生态农业的特点及模式
- 2.3 中国生态农业发展状况
 - 2.3.1 中国生态农业的研发与实践综述
 - 2.3.2 发展生态农业是新农村建设的必由之路
 - 2.3.3 我国生态农业发展的特征
 - 2.3.4 国内生态农业发展面临的困难和问题
 - 2.3.5 推动我国生态农业发展的对策
- 2.4 中国生态农业发展的财政政策选择分析
 - 2.4.1 中国生态农业发展需要国家财政政策支持
 - 2.4.2 中国生态农业发展的财政政策支持现状解析
 - 2.4.3 中国生态农业发展中财政支持不足的原因
 - 2.4.4 中国财政支持生态农业发展的政策选择
- 2.5 中国生态农业发展模式分析
 - 2.5.1 国内生态农业存在的模式概述
 - 2.5.2 中国的生态农业模式详解
 - 2.5.3 黄河及珠江三角洲区域生态农业模式
 - 2.5.4 我国需因地制宜地发展生态农业
 - 2.5.5 中国农业生态模式的推广前景分析
- 2.6 生态农业与绿色食品
 - 2.6.1 生态农业、绿色食品与有机农业综合分析

2.6.2 生态农业为食品安全打造良好基础

2.6.3 绿色食品与生态农业的联系及发展

2.6.4 绿色食品推动中国生态农业发展

第三章 2012-2013年绿色食品行业发展分析

3.1 世界主要国家绿色食品行业发展概况

3.1.1 美国绿色食品市场发展状况

3.1.2 德国绿色食品风行市场

3.1.3 俄罗斯绿色食品行业机遇与挑战并存

3.1.4 日本绿色食品的生产流通体系解析

3.2 中国绿色食品的产生及发展背景

3.2.1 中国绿色食品发展的背景

3.2.2 中国绿色食品产业发展的优势

3.2.3 绿色食品是可持续发展的时代要求

3.2.4 绿色食品大发展时代来临

3.3 中国绿色食品行业发展分析

3.3.1 我国绿色食品产业取得的成就

3.3.2 中国绿色食品在国际市场日益畅销

3.3.3 中国绿色食品标准化基地建设成效显著

3.3.4 2012年我国绿色食品产业新规出台

3.4 2011年中国绿色食品行业发展状况

3.4.1 绿色食品总体发展特征

3.4.2 绿色食品产品结构状况

3.4.3 绿色食品产品数量与产量

3.4.4 绿色食品地区发展状况

3.4.5 绿色食品产地环境监测面积

3.4.6 绿色食品出口情况

3.5 2012年中国绿色食品行业发展现状

3.5.1 绿色食品总体发展状况

3.5.2 绿色食品产品数量与产量

3.5.3 绿色食品地区发展状况

3.5.4 绿色食品企业发展状况

3.5.5 绿色食品产地环境监测面积

3.5.6 绿色食品出口情况

3.5.7 绿色食品生产基地产品分类情况

3.6 中国绿色食品行业发展面临的挑战

3.6.1 中国绿色食品产业存在的问题

3.6.2 中国绿色食品市场混乱

3.6.3 绿色食品普及存在不利因素

3.6.4 我国绿色食品产业化任重道远

3.7 绿色食品市场发展对策分析

3.7.1 大力发展绿色食品产业对策

3.7.2 绿色食品市场的培育

3.7.3 中国绿色食品业发展对策解析

3.7.4 五大措施构建中国绿色食品长效发展机制

3.7.5 新形势下我国绿色食品行业发展策略

第四章 2012-2013年中国绿色食品区域市场分析

4.1 中国绿色食品产业区域竞争优势与产业发展研究

4.1.1 地方政府在培育区域竞争优势中的作用分析

4.1.2 中国绿色食品产业区域市场发展回顾

4.1.3 中国绿色食品区域市场发展存在问题分析

4.1.4 中国部分地区绿色食品发展状况对比

4.1.5 中国发展绿色食品区域市场的政策对策

4.2 黑龙江省

4.2.1 黑龙江发展绿色食品的优势条件

4.2.2 黑龙江省绿色食品发展现状

4.2.3 黑龙江绿色食品发展中存在的问题及对策

4.3 吉林省

4.3.1 吉林绿色食品产业发展状况

4.3.2 绿色食品产业是吉林农业发展支撑点

4.3.3 吉林着重发展高端绿色食品

4.3.4 吉林省绿色食品标志市场监督管理工作进展状况

4.4 内蒙古自治区

4.4.1 内蒙古绿色食品业发展状况

4.4.2 内蒙古绿色食品产业整体水平大幅提高

4.4.3 内蒙古扎兰屯市绿色食品发展简述

4.4.4 发展内蒙古绿色食品产业的优劣势解析

4.4.5 内蒙古绿色食品产业发展战略

4.5 新疆

- 4.5.1 新疆发展绿色食品的优势条件
- 4.5.2 新疆绿色食品相关企业发展分析
- 4.5.3 新疆新增绿色食品原料标准化生产基地简况
- 4.5.4 新疆将加快绿色食品发展步伐
- 4.5.5 促进新疆绿色有机食品产业发展的重要措施
- 4.6 江西省
 - 4.6.1 绿色食品成为江西省农业开发热点
 - 4.6.2 江西绿色食品发展概况
 - 4.6.3 江西绿色食品行业发展面临的主要问题
 - 4.6.4 江西绿色食品行业的发展策略
 - 4.6.5 江西绿色食品发展目标及战略
- 4.7 其它地区
 - 4.7.1 甘肃省绿色食品行业发展概述
 - 4.7.2 广东绿色食品产业发展规模
 - 4.7.3 宁夏积极打造绿色食品标准化生产基地
 - 4.7.4 四川绿色食品发展成效显著

第五章 2012-2013年中国绿色食品行业营销分析

- 5.1 中国绿色食品营销概述
 - 5.1.1 绿色食品业营销环境分析
 - 5.1.2 绿色食品营销的产生与发展
 - 5.1.3 中国绿色食品市场营销的主要影响因素
 - 5.1.4 中国绿色食品市场营销的基础和优势分析
- 5.2 绿色食品品牌营销分析
 - 5.2.1 绿色食品品牌的重要作用分析
 - 5.2.2 绿色食品的品牌战略思路
 - 5.2.3 绿色食品品牌营销要素分析
 - 5.2.4 绿色食品品牌营销中存在的问题分析
 - 5.2.5 绿色食品品牌营销对策分析
- 5.3 绿色食品营销渠道分析
 - 5.3.1 绿色食品的营销渠道定位
 - 5.3.2 绿色食品的渠道销售策略分析
 - 5.3.3 绿色食品营销渠道分析
- 5.4 中国绿色食品国际营销分析
 - 5.4.1 发展中国绿色食品对外贸易的作用分析

5.4.2 中国绿色食品的国际市场竞争力研析

5.4.3 中国绿色食品标志在国外注册

5.4.4 中国绿色食品的全球化发展及对策

5.4.5 绿色食品对外贸易中应强化政府作用

5.5 绿色食品营销对策分析

5.5.1 绿色食品市场培育及营销对策分析

5.5.2 绿色食品营销战略分析

5.5.3 推进绿色食品企业发展的全面营销战略

5.5.4 中国绿色食品产业的发展与营销策略

5.5.5 绿色食品市场产品营销策略

第六章 2012-2013年中国绿色食品行业相关上市公司分析

6.1 中国绿色食品（控股）有限公司

6.1.1 公司简介

6.1.2 公司竞争力分析

6.2 大连天宝绿色食品股份有限公司

6.2.1 公司简介

6.2.2 公司竞争力分析

6.3 黑龙江北大荒农业股份有限公司

6.3.1 公司简介

6.3.2 公司竞争力分析

6.4 哈尔滨高科技（集团）股份有限公司

6.4.1 公司简介

6.4.2 公司竞争力分析

6.5 海南椰岛（集团）股份有限公司

6.5.1 公司简介

6.5.2 公司竞争力分析

6.6 维维食品饮料股份有限公司

6.6.1 公司简介

6.6.2 公司竞争力分析

第七章 2013-2018年中国绿色食品行业投资及前景分析

7.1 绿色食品行业投资机会及风险分析

7.1.1 绿色食品成为消费新热点

7.1.2 绿色食品行业发展障碍风险分析

7.1.3 绿色食品行业的监管风险分析

7.1.4 绿色食品行业存在消费风险

7.2 2013-2018年绿色食品市场趋势前景分析

7.2.1 绿色食品产业未来发展形势展望

7.2.2 中国绿色食品具有发展前景

7.2.3 我国绿色食品行业还有很大发展空间

7.2.4 2013-2018年中国绿色食品行业预测分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/148504.html>