

# 2016-2022年中国有机食品市场竞争调研及十三五 投资策略研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国有机食品市场竞争调研及十三五投资策略研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/252851252851.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中国报告网发布的《2016-2022年中国有机食品市场竞争调研及十三五投资策略研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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quan交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 报告简介

#### 第一章有机农业及有机食品概述

##### 1.1有机农业概述

###### 1.1.1有机农业的定义

###### 1.1.2有机农业的特征

###### 1.1.3有机农业具有的优势

##### 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有机食品产生的历史背景

###### 1.2.3有机食品应该具备的条件

###### 1.2.4有机食品、绿色食品和无公害食品的区别

##### 1.3中国有机食品相关介绍及发展意义

###### 1.3.1中国有机食品的发展历程

###### 1.3.2中国有机食品标志的含义

###### 1.3.3中国发展有机食品的意义

##### 1.4有机食品行业生命周期判断

##### 1.52013-2015年中国宏观经济运行情况

###### 1.5.12016年中国宏观经济运行状况

###### 1.5.22016年中国农业发展运行情况

###### 1.5.32016年中国经济运行分析

#### 第二章2013-2015年有机农业发展分析

## 2.12013-2015年国际有机农业发展概况

### 2.1.1国际有机农业发展现状

### 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

### 2.1.3世界有机农业发展的主要经验

### 2.1.4欧盟各国有机农业政策发展分析

### 2.1.5美国有机农业发展分析

### 2.1.6世界有机农业发展呈出七大趋势

## 2.22013-2015年中国有机农业的发展分析

### 2.2.1中国有机农业发展现状

### 2.2.2中国发展有机农业的必要性

### 2.2.3中国发展有机农业的可行性

### 2.2.4中国有机农业发展的机遇

### 2.2.5中国有机农业发展的挑战

### 2.2.6湖南省有机农业的发展分析

## 2.32013-2015年中国有机农业发展存在的问题及策略

### 2.3.1中国有机农业发展存在的问题

### 2.3.2中国有机农业发展的对策分析

### 2.3.3中国发展有机农业的策略

## 2.42013-2015年中国有机园艺发展策略分析

### 2.4.1有机园艺的特点

### 2.4.2中国有机园艺生产的优势

### 2.4.3影响中国有机园艺生产发展的主要因素

### 2.4.4发展有机园艺的思路与策略

## 2.5中国有机农业发展前景

## 第三章2013-2015年国际有机食品行业的发展分析

### 3.12013-2015年国际有机食品行业发展概况

#### 3.1.1全球有机食品发展回顾

#### 3.1.22016年全球有机食品市场规模分析

#### 3.1.3全球有机食品消费发展分析

#### 3.1.4国外有机食品企业开拓市场的经验

### 3.22013-2015年欧盟有机食品行业分析

#### 3.2.1欧盟有机食品行业发展概况

#### 3.2.22016年欧洲有机食品市场规模分析

#### 3.2.3欧盟有机食品市场加快发展的原因

#### 3.2.4欧盟有机食品发展存在的问题及对策

### 3.32013-2015年德国有机食品行业发展分析

#### 3.3.12016年德国有机食品市场规模分析

#### 3.3.2德国有机食品销售渠道

#### 3.3.3德国有机食品行业发展潜力巨大

### 3.42013-2015年美国有机食品行业发展分析

#### 3.4.12016年美国有机食品市场规模分析

#### 3.4.2美国有机食品主导消费潮流

### 3.52013-2015年英国有机食品行业发展分析

#### 3.5.12016年英国有机食品市场规模分析

#### 3.5.2金融危机波及英国有机食品市场

### 3.62013-2015年其他国家有机食品行业

#### 3.6.12016年日本有机食品市场规模分析

#### 3.6.2韩国有机食品需求分析

#### 3.6.32016年加拿大实施新的<有机食品法规>

## 第四章2013-2015年中国有机食品行业的发展分析

### 4.1中国有机食品行业概况

#### 4.1.1中国有机食品发展的三个阶段

#### 4.1.2中国有机食品发展现状

#### 4.1.3有机产业市场发展特征

#### 4.1.4中国有机食品行业发展优势

#### 4.1.5中国有机食品的生产优势

#### 4.1.6中国有机食品渠道现状

### 4.22013-2015年中国有机食品行业发展分析

#### 4.2.12013-2015年中国有机食品行业运行基本状况

#### 4.2.22016年中国有机食品市场规模分析

#### 4.2.32016年度中国有机食品行业竞争结构分析

#### 4.2.4中国有机食品市场机会及潜力分析

#### 4.2.5有机食品的科技創新机制发展分析

### 4.32013-2015年中国有机食品认证情况分析

#### 4.3.1中国有机食品认证概述

#### 4.3.2中国农业系统有机食品认证发展状况分析

#### 4.3.3中国有机食品认证存在的主要问题

### 4.42013-2015年有机食品市场调研分析

#### 4.4.1有机食品消费者行为研究

#### 4.4.2有机食品消费者调查分析

#### 4.4.3消费者对有机食品的认知所存在的问题

#### 4.4.4解决消费者认知问题的措施

#### 4.52013-2015年中国有机食品出口情况分析

##### 4.5.1中国有机食品出口的现状

##### 4.5.22016年中国有机食品出口欧盟新规

##### 4.5.3超有机食品有望进入欧洲

##### 4.5.4开拓欧洲有机食品市场的对策

##### 4.5.5中国有机食品出口中存在的问题及对策

#### 4.62013-2015年有机食品行业存在的问题与挑战

##### 4.6.1中国有机食品发展存在的问题

##### 4.6.2中国有机食品产业亟待解决三大问题

##### 4.6.3中国有机食品行业发展面临的挑战

##### 4.6.4中国有机食品有效需求增长缓慢原因分析

##### 4.6.5中国有机食品的发展及制约因素分析

#### 4.72013-2015年中国有机食品行业发展的策略

##### 4.7.1浅析中国有机食品行业发展战略

##### 4.7.2加快中国有机食品发展速度的几点措施

##### 4.7.3促进有机食品产业健康发展的建议

##### 4.7.4有机食品推动流行的策略分析

#### 第五章2013-2015年中国主要地区有机食品行业的发展分析

##### 5.12013-2015年西部有机食品发展分析

###### 5.1.1西部地区发展有机食品生产的有利条件

###### 5.1.2西部地区有机食品产业发展现状

###### 5.1.3西部地区有机食品产业发展中存在的主要问题

###### 5.1.4西部地区发展有机食品产业的战略措施

###### 5.1.5西部地区有机食品开发方略

##### 5.2辽宁有机食品生产实例分析

###### 5.2.1“绿se芳山”有机食品生产的发展历程

###### 5.2.2“绿se芳山”有机食品发展现状

###### 5.2.3“绿se芳山”有机食品发展经验与模式

###### 5.2.4辽宁有机食品基地年增效益预测

##### 5.3甘肃省有机食品发展状况

###### 5.3.1甘肃有机食品发展现状

###### 5.3.2甘肃省有机食品发展潜力分析

###### 5.3.3甘肃省开发有机食品的应对措施

## 5.4山西省有机食品开发分析

### 5.4.1山西省有机食品开发的意义

### 5.4.2山西省有机食品开发政策体系构成要素

### 5.4.3山西省有机食品开发政策体系的构建

## 5.5广州市有机食品发展分析

### 5.5.1广州市有机食品发展现状

### 5.5.2广州市有机食品发展的对策

## 5.6新疆有机食品发展状况

### 5.6.1新疆有机食品产业发展的优势条件分析

### 5.6.2新疆伊犁河谷绿色有机食品生产情况

### 5.6.3新疆生产建设兵团探索“有机食品”种植新思路

### 5.6.4新疆有机食品产业的发展战略

### 5.6.5新疆有机食品发展规划

## 5.7 2013-2015年其他地区有机食品发展状况

### 5.7.1 2016年江西绿色有机食品保持快速发展态势

### 5.7.2 2016年安徽合肥有机食品发展情况

### 5.7.3 2016年海南省首批有机食品获认证

### 5.7.4 四川西充打造中国西部有机食品第一县

### 5.7.5 山东博山有机食品发展情况

### 5.7.6 2016年云南省绿色有机食品产业协会成立

### 5.7.7 2013-2015年江苏省宝应县有机食品发展情况

### 5.7.8 2013-2015年牡丹江市绿色有机食品发展情况

### 5.7.9 宁夏利用沙漠资源发展绿色有机食品产业分析

## 第六章 2013-2015年中国有机蔬菜产业发展分析

## 6.1 有机蔬菜相关概述

### 6.1.1 有机蔬菜的定义

### 6.1.2 有机蔬菜与无公害蔬菜、绿色蔬菜的区别

### 6.1.3 有机蔬菜的生产条件

### 6.1.4 有机蔬菜的生产特点

### 6.1.5 关于有机蔬菜认证机构

## 6.2 2013-2015年中国有机蔬菜发展状况

### 6.2.1 有机蔬菜的生产现状

### 6.2.2 有机蔬菜的销售分析

### 6.2.3 中国发展有机蔬菜具有重要意义

### 6.2.4 中国有机蔬菜转攻国内市场

## 6.3 2013-2015年山东省有机蔬菜发展状况

### 6.3.1 中国有机蔬菜生产第一县发展分析

### 6.3.2 山东肥城有机蔬菜质保体系

### 6.3.3 山东省博兴县有机蔬菜出口情况

### 6.3.4 2016年山东省成立有机蔬菜研究中心

### 6.3.5 山东沂南县探索合理经营模式建设有机蔬菜基地

### 6.3.6 山东泰安市有机蔬菜产业发展策略

## 6.4 2013-2015年其他地区有机蔬菜发展分析

### 6.4.1 贵州发展有机蔬菜的发展分析

### 6.4.2 哈尔滨市场有机蔬菜产销状况

### 6.4.3 江苏新沂市有机蔬菜标准化示范区建设

### 6.4.4 河南漯河有机蔬菜基地建设情况

## 6.5 2013-2015年中国有机蔬菜发展面临的问题及策略

### 6.5.1 有机蔬菜发展中存在的主要问题

### 6.5.2 发展有机蔬菜的主要对策

### 6.5.3 有机蔬菜发展的建议

## 第七章 2013-2015年中国有机茶产业发展分析

### 7.1 有机茶相关概述

#### 7.1.1 有机茶的概念

#### 7.1.2 有机茶相关介绍

#### 7.1.3 有机茶开发和茶业产业化两者关系探析

#### 7.1.4 有机茶园生态系统服务功能

### 7.2 2013-2015年中国有机茶行业发展分析

#### 7.2.1 中国有机茶的发展历程分析

#### 7.2.2 中国有机茶认证的发展

#### 7.2.3 中国发展有机茶的有利条件

#### 7.2.4 中国有机茶产业发展分析

#### 7.2.5 2016年中国有机茶出口情况

### 7.3 2013-2015年部分地区有机茶发展状况

#### 7.3.1 浙江有机茶产业状况

#### 7.3.2 浙江武义有机茶产业发展分析

#### 7.3.3 闽东茶区有机茶生产调研分析

#### 7.3.4 武夷山市有机茶产业化分析

#### 7.3.5 广西乐业有机茶发展分析

### 7.4 2013-2015年中国有机茶发展中存在的问题及策略

7.4.1有机茶行业发展存在的理解误区

7.4.2中国有机茶发展机遇与对策

7.4.3中国有机茶行业可持续发展建议

7.4.4现代可持续茶园生产的实现策略

7.5中国有机茶的发展前景

第八章2013-2015年中国其他有机食品发展分析

8.12013-2015年中国有机水果发展分析

8.1.1国外有机水果的发展概况

8.1.2欧盟有机水果消费情况分析

8.1.3美国有机苹果产量发展分析

8.1.4中国有机水果的发展现状及优势

8.1.5广东高州有机水果发展状况及策略剖析

8.1.6北京市平谷有机桃营销策略

8.1.7丹东地区有机草莓的现状

8.1.8中国有机水果发展的展望

8.22013-2015年中国有机大米市场发展分析

8.2.12013-2015年吉林柳河有机大米发展情况

8.2.22016年武汉“有机大米”通过有机食品认证

8.2.32016年海安建成有机大米生产基地

8.2.4灌南县加快有机大米发展速度

8.32013-2015年中国有机奶制品市场发展分析

8.3.1有机奶概念

8.3.2国际上有机奶发展状况

8.3.3中国有机奶发展现状及存在的问题

8.3.4中国有机奶发展实践分析

8.3.5发展有机奶产业的重要意义

8.42013-2015年中国有机水产品市场发展分析

8.4.1全球有机水产品发展回顾

8.4.2中国有机水产品市场分析

8.4.3天津市绿se有机水产品发展情况

8.4.42016年山东临沂有机水产品认证情况

8.4.52016年山东蒙阴县加大有机水产品发展力度

第九章中国有机食品重点竞争企业分析

9.1宁波启盛生物食品发展有限公司

9.1.1企业基本情况

## 9.1.2公司经营情况

### 9.1.32016年企业开拓多元化国际市场

## 9.2泰安泰山亚细亚食品有限公司

### 9.2.1企业基本情况

### 9.2.2企业有机食品发展情况

### 9.2.3公司经营情况

## 9.3济宁市明源果蔬有限公司

### 9.3.1企业基本情况

### 9.3.2公司经营情况

## 9.5科尔沁易生有机食品有限公司

### 9.5.1企业基本情况

### 9.5.2公司经营情况

## 9.6黑龙江龙奇有机食品开发有限公司

### 9.6.1企业基本情况

### 9.6.2公司经营情况

## 9.7衢州烛光有机食品有限公司

### 9.7.1企业基本情况

### 9.7.2公司经营情况

## 9.8神农架有机茶开发有限责任公司

### 9.8.1企业基本情况

### 9.8.2公司经营情况

## 9.9湖南省沅陵碣滩有机茶叶开发有限公司

### 9.9.1企业基本情况

### 9.9.2公司经营情况

## 9.10江西省婺源大鄣山绿se食品有限公司

### 9.10.1企业基本情况

### 9.10.2企业产品发展情况

### 9.10.3公司经营情况

## 9.11绿都集团股份有限公司

### 9.11.1企业基本情况

### 9.11.2公司经营情况

## 9.12北京欧阁有机农庄科贸发展有限公司

### 9.12.1企业基本情况

### 9.12.2“有机农庄”发展模式剖析

### 9.12.32016年企业发展情况

## 第十章2016-2022年中国有机食品发展前景与趋势

### 10.12016-2022年国际有机食品发展前景及趋势

#### 10.1.1国际有机食品产业发展趋势

#### 10.1.22016-2022年世界有机食品发展预测

### 10.22016-2022年中国有机食品发展展望

#### 10.2.1中国有机食品的发展前景

#### 10.2.22016-2022年中国有机食品发展预测

#### 10.2.3“十三五”期间中国将大力促进有机食品业发展

## 第十一章2016-2022年中国有机食品产业投资分析

### 11.12016-2022年中国有机食品产业投资环境分析

#### 11.1.12016年中国宏观经济总体发展形势

#### 11.1.22016年金融危机对中国经济的影响

#### 11.22016-2022年中国有机食品swot分析

### 11.32016-2022年中国有机食品产业投资风险分析

#### 11.3.1市场竞争风险

#### 11.3.2产业政策风险

#### 11.3.3生产技术风险

### 11.42016-2022年中国有机食品产业投资策略分析

#### 11.4.1有机食品区域投资热点分析

#### 11.4.2中国有机食品投资潜力分析

#### 11.4.3中国有机食品开发的策略分析

## 图标目录

图表1：中国有机食品标志

图表2：有机食品行业生命周期示意图

图表3：2013-2015年国内生产总值及其增长速度

图表4：2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表5：2015年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表6：2015年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表7：2013-2015年全部工业增加值及其增长速度

图表8：2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表9：2013-2015年全社会固定资产投资

图表10：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表11：2015年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表12：2013-2015年全国一般公共预算收入

图表13：2013-2015年全年社会消费品零售总额

图表14：2013-2015年货物进出口总额

图表15：2015年货物进出口总额及其增长速度

图表16：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表17：2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表18：2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表19：2013-2015年粮食产量

图表20：2013-2015年1季度全球有机食品行业市场规模统计表

图表21：2013-2015年1季度全球有机食品行业市场规模分析图

图表22：2013-2015年1季度欧洲有机食品行业市场规模统计表

图表23：2013-2015年1季度欧洲有机食品行业市场规模分析图

图表24：2013-2015年1季度德国有机食品行业市场规模统计表

图表25：2013-2015年1季度德国有机食品行业市场规模分析图

图表26：2013-2015年1季度美国有机食品行业市场规模统计表

图表27：2013-2015年1季度美国有机食品行业市场规模分析图

图表28：2013-2015年1季度英国有机食品行业市场规模统计表

图表29：2013-2015年1季度英国有机食品行业市场规模分析图

图表30：2013-2015年1季度日本有机食品行业市场规模统计表

图表31：2013-2015年1季度日本有机食品行业市场规模分析图

图表32：2013-2015年1季度中国有机食品行业销售收入统计表

图表33：2013-2015年1季度中国有机食品行业销售收入分析图

图表34：2013-2015年1季度中国有机食品行业工业总产值统计表

图表35：2013-2015年1季度中国有机食品行业工业总产值分析图

图表36：2013-2015年1季度中国有机食品行业总资产统计表

图表37：2013-2015年1季度中国有机食品行业总资产分析图

图表38：2013-2015年1季度中国有机食品行业利润总额统计表

图表39：2013-2015年1季度中国有机食品行业利润总额分析图

图表40：2013-2015年1季度中国有机食品行业市场规模统计表

图表41：2013-2015年1季度中国有机食品行业市场规模分析图

(GYYS)

图表详见正文.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/252851252851.html>