

2008年中国有机食品市场研究咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2008年中国有机食品市场研究咨询报告》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/fangzhi/2860028600.html>

报告价格：电子版: 5800元 纸介版：6000元 电子和纸介版: 6800

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

【报告描述】 有机食品是根据有机农业和有机食品生产、加工标准或生产、加工技术规范而生产、加工，并经有机食品认证组织认证的一切农副产品，是指在生产加工中不使用化学农药、化肥、化学防腐剂和添加剂，也不用基因工程生物及其产物，因此它是真正的源于自然、富营养、高品质的安全环保生态食品。包括粮食、蔬菜、水果、奶制品、禽畜产品、蜂蜜、水产品、调料等。到2006年底，中绿华夏认证的有机食品企业数已达到601家（含转换期），产品数2647个，认证的面积共计264万公顷，产品实物总量211万吨，产品销售额6.17亿元，出口额1.6亿美元。认证企业数、认证面积、产品总量分别占全国的26%、50%、56%，发展速度和总量规模已位于国内有机认证行业之首。中国有机食品行业要发展政府要在政策、经济方面大力扶持，企业要抓住机遇，转变观念，发挥自身优势，切实解决有机食品生产技术的难题，开拓国内国际市场。在“十一五”期间，中国政府有关部门将按照“引导、规范、培育、监督”的职责定位，大力促进有机食品产业的发展。中国有机食品产业潜力大，市场前景好，发展有机食品产业是防治农村、农业污染的最好方式，国家有关部门将加大扶植力度，制订产业发展规划。本报告依据国家统计局、中绿华夏认证机构、国内外上百种相关报纸杂志的基础信息以及对有机食品等研究单位等公布和提供的大量资料，首先介绍了有机食品的定义、分类和应具备的条件等，接着分析了国际国内有机农业和有机食品行业的发展概况，并对有机食品市场做了区域发展的分析，然后具体介绍了有机蔬菜、有机茶、有机水果、有机大米、有机奶制品、有机水产品的发展。随后分析了该行业的主要生产企业的主要经济与经营指标，和未来前景趋势的分析。是有机食品工业企业、相关企业等单位准确了解目前中国有机食品市场发展动态，把握有机食品行业发展方向、制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要决策参考价值。

目 录

第一章 有机农业及有机食品概述

1.1 有机农业概述 11

1.1.1 有机农业的定义 11

1.1.2 有机农业的特征 11

1.1.3 有机农业具有的优势 13

1.2 有机食品的介绍 14

1.2.1 有机食品的概念及种类 14

1.2.2 有机食品产生的历史背景 14

1.2.3 有机食品应该具备的条件 15

1.2.4 有机食品、绿色食品和无公害食品的区别 15

1.3 中国有机食品相关介绍及发展意义 17

1.3.1 中国有机食品的发展历程 17

1.3.2 中国有机食品标志的含义 18

1.3.3 中国发展有机食品的意义 19

第二章 有机农业发展分析 20

2.1 国际有机农业发展概况 20

2.1.1 全球有机农业发展回顾 20

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 22

2.1.3 世界有机农业发展的主要经验 22

2.1.4 世界有机农业发展呈出七大趋势 24

2.2 部分国家有机农业的发展状况 31

2.2.1 德国法国有机农业的发展分析 31

2.2.2 日本有机农业的发展状况 36

2.2.3 意大利有机农业的发展分析 40

2.2.4 以色列有机农业发展的启示 41

2.2.5 泰国有机农业发展现状 43

2.2.6 挪威有机农业发展状况 49

2.3 中国有机农业的发展分析 54

2.3.1 中国有机农业发展概况 54

2.3.2 中国有机农业的发展意义 58

2.3.3 有机农业与生物多样性的管理分析 59

2.3.4

有机认证在有机农业发展中所起的作用	612.4	中国部分地区有机农业发展分析	66	2.4.1
江西万载有机农业产业化发展分析	66	2.4.2 铁岭发展有机农业的优势与对策	70	2.4.3
云南省有机农业的现状	73	2.4.4 中国台湾有机农业发展概况	78	2.4.5
山西省有机农业生产体系分析	81	2.4.6 沈阳市有机农业发展的前景	85	2.4.7
江苏省有机农业发展分析	87	2.4.8 辽宁省有机农业的现状	94	2.4.9
山东荣成出现新型有机农业产业化合作形式	97	2.5 有机农业发展存在的问题及策略	98	2.5.1
中国有机农业发展的障碍	98	2.5.2 有机农业在中国的发展策略	99	2.5.3
推广有机农业发展的措施	101	2.5.4 有机农业产业化战略分析	103	第三章
国际有机食品行业的发展	107	3.1 国际有机食品行业发展概况	107	3.1.1
全球有机食品发展回顾	107	3.1.2 世界各大洲有机农业和有机食品发展回顾	108	3.1.3
全球有机食品发展特点	110	3.1.4 国际有机食品市场行情的特点	111	3.1.5
全球有机食品消费快速增长	115	3.1.6 欧洲有机食品发展现状	117	3.1.7
东欧国家有机食品消费不断增长	119	3.2 欧盟有机食品行业	120	3.2.1
欧盟有机食品行业发展概况	120	3.2.2 欧盟有机食品市场加快发展的原因	121	3.2.3
欧盟有机食品发展存在的问题及对策	121	3.3 德国有机食品行业	123	3.3.1
德国有机食品行业发展现状分析	123	3.3.2 德国有机食品销售渠道	124	3.3.3
德国有机食品市场准入“高门槛”	125	3.3.4 德国有机食品行业发展潜力巨大	126	3.4
美国有机食品行业	127	3.4.1 美国有机食品发展概况	127	3.4.2
供应短缺正阻碍美国有机食品市场的发展	129	3.4.3 美国有机食品主导消费潮流	130	3.4.4
美国有机食品成大众新宠	134	3.4.5 美国修订有机食品生产和加工的法规提案	134	3.5
英国有机食品行业	135	3.5.1 英国有机食品市场发展概况	135	3.5.2
英国有机食品和饮料发展迅速	136	3.5.3 英国有机食品进口的有关规定介绍	136	3.5.4
英国有机食品发展前景较好	138	3.6 其他国家有机食品行业	139	3.6.1
泰国有机食品发展现状	139	3.6.2 秘鲁有机食品出口迅速增加	145	3.6.3
澳大利亚有机食品出口销售情况良好	145	3.6.4 加拿大有机食品新标识	146	3.6.5
新加坡有机食品市场不断增大	146	3.6.6 有机果蔬日渐受到丹麦消费者的追捧	147	第四章
中国有机食品行业分析	149	4.1 中国有机食品行业概况	149	4.1.1
中国有机食品发展的三个阶段	149	4.1.2 中国有机食品行业发展回顾	151	4.1.3
中国有机食品行业发展优势	152	4.1.4 中国有机食品的生产优势	153	4.2
有机食品市场状况分析	155	4.2.1 中国有机食品的经营情况	155	4.2.2
湖南昂利科技公司从生产切入销售来应对终端困局			157	4.2.3
无公害农产品绿色食品有机食品保持快速健康发展	159	4.2.4 有机食品的推广措施	160	
4.2.5 推动有机食品品牌流行的策略	162	4.3 中国有机食品消费情况	166	4.3.1
有机食品碰到环保难题中国消费群不超过3%			166	4.3.2
消费有机食品与生物污染物的暴露之分析	166	4.4 有机食品认证情况分析	167	4.4.1

中国有机食品认证概述	167	4.4.2 中国农业系统有机食品认证发展状况分析	170	4.4.3
中绿华夏有机食品认证中心认证情况	171	4.4.4 中国有机食品认证发展情况	172	4.4.5
中国有机食品认证存在的主要问题	173	4.5 中国有机食品出口情况分析	174	4.5.1
中国有机食品如何进入欧洲市场	174	4.5.2 开拓欧洲有机食品市场的对策	176	4.5.3
中国有机食品如何进入欧盟市场	179	4.5.4 中国有机食品出口德国市场的机会	179	4.4.5
中国有机食品出口中存在的问题及对策	180	4.4.6 中国发展有机食品出口的原因	182	4.4.7
中国发展有机食品出口的现状和优势	183	4.4.8 中国发展有机食品出口应注意的问题	184	4.6
有机食品行业存在的问题与挑战	185	4.6.1 中国有机食品发展存在的问题	185	4.6.2
中国有机食品行业发展面临的挑战	186	4.6.3 中国有机食品产业期待鼓励性政策支持	188	
4.6.4		中国有机食品有效需求增长缓慢原因分析	189	4.6.5
中国有机食品的发展及制约因素分析	191	4.7 中国有机食品行业发展的策略	192	4.7.1
浅析中国有机食品行业发展战略	192	4.7.2 加快中国有机食品发展速度的几点措施	193	
4.7.3		促进有机食品产业健康发展的建议	195	4.7.4
有机食品开发中值得注意的问题和需采取的措施				195
中国主要地区有机食品的发展分析	198	5.1 西部有机食品发展分析	198	5.1.1
西部地区发展有机食品生产的有利条件	198	5.1.2 西部地区有机食品发展方略	200	5.2
哈尔滨市有机食品发展现状	202	5.2.1 哈尔滨市发展有机食品的优势	202	5.2.2
哈尔滨市有机农业及有机食品发展现状与问题			205	5.2.3
哈尔滨市发展有机农业及有机食品应采取的对策	208	5.3 甘肃省有机食品发展状况	210	5.3.1
甘肃有机食品发展现状	210	5.3.2 有机食品发展潜力	211	5.3.3
开发有机食品的应对措施	213	5.4 新疆有机食品发展状况	214	5.4.1
新疆有机食品发展规划	217	5.4.1 新疆有机食品产业发展的优势条件分析	214	5.4.2
5.5 山西省有机食品开发分析	220	5.5.1		
山西省有机食品开发的意义	220	5.5.2 山西省有机食品开发政策体系构成要素	222	5.5.3
山西省有机食品开发政策体系的构建	224	5.6 其他地区有机食品发展状况	225	5.6.1
河北省坝上地区有机食品发展	225	5.6.2 四川省绿色食品有机食品增长较快	230	5.6.3
盘锦市有机食品发展现状	231	5.6.4 陕西洋县发展有机食品产业的条件和措施	234	5.6.5
宝应有机食品产业现状	240	第六章 有机蔬菜产业发展分析	245	6.1
6.1.1 有机蔬菜的定义	245	6.1.1 有机蔬菜相关概述	245	6.1.1
6.1.2 有机蔬菜与无公害蔬菜、绿色蔬菜的区别	245	6.1.2 有机蔬菜的生产条件	246	6.1.3
6.1.3 有机蔬菜的生产条件	246	6.1.4 有机蔬菜生产主要栽培技术措施	246	6.1.5
关于有机蔬菜认证机构	248	6.2 国际有机蔬菜行业发展状况	249	6.2.1
6.2.1 英国有机蔬菜市场形势逐步上升			249	6.2.2
6.2.2 美国纽约长岛的有机蔬菜农场产品生产及销售情况	250	6.2.3 台湾有机蔬菜发展状况分析	252	6.3
6.3 中国有机蔬菜发展状况	254	6.3.1 有机蔬菜的生产现状	254	6.3.1
6.3.1 有机蔬菜的销售分析	256	6.3.2 中国发展有机蔬菜具有重要意义	256	6.3.2
6.3.2 中国有机蔬菜转攻国内市场	257	6.3.3 中国发展有机蔬菜具有重要意义	256	6.3.3
6.4 山东省有机蔬菜发展状况	259	6.4.1		

肥城有机蔬菜种植面积达14.3万亩	259	6.4.2 山东寿光大面积建有机蔬菜基地	260	6.4.3
山东泰安市有机蔬菜已成农产品出口创汇主导产业			261	6.4.4
山东泰安有机蔬菜形成产业优势	2616.5	重庆市有机蔬菜发展分析	262	6.5.1
重庆市有机蔬菜发展状况	263	6.5.2 重庆市发展有机蔬菜的对策及建议	264	6.6
广州市有机蔬菜发展现状	266	6.6.1 蔬菜生产现状	266	6.6.2 有机蔬菜生产存在问题
6.6.3 发展对策	267	6.6.7 其他地区有机蔬菜发展状况	269	6.7.1
上海市民成有机蔬菜的消费主力军			269	6.7.2
渔农居有机食品配送中心为深圳提供全国有机食品	269	6.7.3 青岛市民热衷购买有机蔬菜	270	6.7.5 山西晋中市榆次区有机蔬菜产业发展状况分析
6.7.5 山西晋中市榆次区有机蔬菜产业发展状况分析	271	6.7.6 陕西“太白山”牌蔬菜靠品牌闯世界	273	6.7.7 安徽省发展有机蔬菜种植的前景分析
6.7.7 安徽省发展有机蔬菜种植的前景分析	274	6.8 部分有机蔬菜企业发展情况	276	6.8.1 “奥绿特”打造绿色有机蔬菜连锁品牌
6.8.1 “奥绿特”打造绿色有机蔬菜连锁品牌	276	6.8.2 北京绿富隆公司以有机蔬菜基地带动企业发展	277	6.8.3 上海锦菜园积极打造有机蔬菜品牌
6.8.2 北京绿富隆公司以有机蔬菜基地带动企业发展	277	6.8.9 有机蔬菜发展面临的问题及发展策略	279	6.9.1 有机蔬菜发展中存在的主要问题
6.8.3 上海锦菜园积极打造有机蔬菜品牌	278	6.9.2 发展有机蔬菜的主要对策	280	6.9.3 有机蔬菜发展的建议
6.8.9 有机蔬菜发展面临的问题及发展策略	279	6.9.1 有机蔬菜发展中存在的主要问题	279	6.9.2 发展有机蔬菜的主要对策
6.9.2 发展有机蔬菜的主要对策	280	6.9.3 有机蔬菜发展的建议	281	第七章 有机茶产业发展分析
6.9.3 有机蔬菜发展的建议	281	7.1 有机茶相关概述	282	7.1.1 有机茶相关介绍
7.1 有机茶相关概述	282	7.1.1 有机茶相关介绍	282	7.1.2 有机茶开发和茶业产业化两者关系探析
7.1.1 有机茶相关介绍	282	7.2 有机茶行业发展分析	285	7.2.1 国内外有机茶行业发展概况
7.1.2 有机茶开发和茶业产业化两者关系探析	283	7.2 有机茶行业发展分析	285	7.2.2 美国有机茶市场分析
7.2 有机茶行业发展分析	285	7.2.2 美国有机茶市场分析	286	7.2.3 中国有机茶认证的发展
7.2.1 国内外有机茶行业发展概况	285	7.2.4 中国发展有机茶的有利条件	288	7.2.4 中国发展有机茶的有利条件
7.2.2 美国有机茶市场分析	286	7.3 有机茶市场分析	289	7.3.1 有机茶逐渐成为市场新宠
7.2.3 中国有机茶认证的发展	288	7.3 有机茶市场分析	289	7.3.2 中国首家有机茶研究院成立
7.2.4 中国发展有机茶的有利条件	288	7.3.1 有机茶逐渐成为市场新宠	289	7.3.3 有机茶生产大有可为
7.3 有机茶市场分析	289	7.3.2 中国首家有机茶研究院成立	290	7.4 部分地区有机茶发展状况
7.3.1 有机茶逐渐成为市场新宠	289	7.3.3 有机茶生产大有可为	290	7.4.1 江西省发展有机茶的现状
7.3.2 中国首家有机茶研究院成立	290	7.4 部分地区有机茶发展状况	291	7.4.2 江西省婺源县有机茶现状
7.3.3 有机茶生产大有可为	290	7.4.1 江西省发展有机茶的现状	291	7.4.3 丽水有机茶现状及产业化发展分析
7.4 部分地区有机茶发展状况	291	7.4.2 江西省婺源县有机茶现状	294	7.4.4 武义县有机茶产业化建设成效与措施
7.4.1 江西省发展有机茶的现状	291	7.4.3 丽水有机茶现状及产业化发展分析	296	7.4.5 邵武市有机茶开发现状与发展对策
7.4.2 江西省婺源县有机茶现状	294	7.4.4 武义县有机茶产业化建设成效与措施	302	7.4.6 益阳竹峰有机茶产业化开发情况
7.4.3 丽水有机茶现状及产业化发展分析	296	7.4.5 邵武市有机茶开发现状与发展对策	305	7.5 中国部分茶企有机茶发展状况
7.4.4 武义县有机茶产业化建设成效与措施	302	7.4.6 益阳竹峰有机茶产业化开发情况	308	7.5.1 更香打造“有机茶绿色产业链”
7.4.5 邵武市有机茶开发现状与发展对策	305	7.5 中国部分茶企有机茶发展状况	311	7.5.2 湖南茶叶总公司优质低农残茶与有机茶关键技术探析
7.4.6 益阳竹峰有机茶产业化开发情况	308	7.5.1 更香打造“有机茶绿色产业链”	311	7.5.3 联合国茶叶示范基地花落南安
7.5 中国部分茶企有机茶发展状况	311	7.5.2 湖南茶叶总公司优质低农残茶与有机茶关键技术探析	312	7.5.4 武平县获龙岩市首家有机茶生产基地颁证
7.5.1 更香打造“有机茶绿色产业链”	311	7.5.3 联合国茶叶总公司优质低农残茶与有机茶关键技术探析	312	7.6 有机茶发展中存在的问题及发展策略
7.5.2 湖南茶叶总公司优质低农残茶与有机茶关键技术探析	312	7.6 有机茶发展中存在的问题及发展策略	316	7.6.1 有机茶行业发展存在的理解误区
7.5.3 联合国茶叶总公司优质低农残茶与有机茶关键技术探析	316	7.6.1 有机茶行业发展存在的理解误区	316	7.6.2 中国有机茶行业可持续发展建议
7.5.4 武平县获龙岩市首家有机茶生产基地颁证	316	7.6.2 中国有机茶行业可持续发展建议	317	7.6.3 现代可持续茶园生产的实现策略
7.6 有机茶发展中存在的问题及发展策略	316	7.6.3 现代可持续茶园生产的实现策略	318	第八章 其他有机食品发展分析
7.6.1 有机茶行业发展存在的理解误区	316	8.1 有机水果	321	8.1.1 欧洲有机水果生产情况回顾
7.6.2 中国有机茶行业可持续发展建议	317	8.1.1 欧洲有机水果生产情况回顾	321	8.1.2 欧盟有机水果消费情况分析
7.6.3 现代可持续茶园生产的实现策略	318	8.1.2 欧盟有机水果消费情况分析	324	8.1.3 中国有机果品的生产概况
8.1 有机水果	321	8.1.3 中国有机果品的生产概况	326	8.1.4 广东高州有机水果发展状况及策略剖析
8.1.1 欧洲有机水果生产情况回顾	321	8.1.4 广东高州有机水果发展状况及策略剖析	329	8.2 有机大米
8.1.2 欧盟有机水果消费情况分析	324	8.2 有机大米	343	8.2.1 广东高州建造全国最大有机水果生产示范基地
8.1.3 中国有机果品的生产概况	326	8.2.1 广东高州建造全国最大有机水果生产示范基地	343	8.2.2 泰国已成世界最大的有机大米出口国
8.1.4 广东高州有机水果发展状况及策略剖析	329	8.2.2 泰国已成世界最大的有机大米出口国	344	8.2.3 宜春成江西省绿色及有机大米主产区
8.2 有机大米	343	8.2.3 宜春成江西省绿色及有机大米主产区	344	8.2.4 丹阳市有机稻米生产发展分析
8.2.1 广东高州建造全国最大有机水果生产示范基地	343	8.2.4 丹阳市有机稻米生产发展分析	345	8.3 有机奶制品
8.2.2 泰国已成世界最大的有机大米出口国	344	8.3 有机奶制品	349	8.3.1 美国最大有机奶制品生产商得到农业部支持
8.2.3 宜春成江西省绿色及有机大米主产区	344	8.3.1 美国最大有机奶制品生产商得到农业部支持	353	8.3.2
8.2.4 丹阳市有机稻米生产发展分析	345	8.3.2	353	8.3.2

有机奶制品成英国奶制品行业发展最快的部分	354	8.3.3 丹麦有机奶制品市场已突显商机	355	8.3.5
8.3.4 三大国产有机奶品牌抢滩上海市场	355			8.3.5
齐齐哈尔飞鹤打造最大有机奶源基地	356	8.4 有机水产品	357	8.4.1
世界有机水产品市场发展状况	357	8.4.2 浙江衢州第一个水产品获得有机认证	358	8.4.3
千岛湖绿色有机水产品出口基地建设已取得显著成效	359			8.4.4
句容市已成为江苏省最大有机水产品基地	360			8.4.5
江苏赣榆建成国内首家有机河蟹苗种基地	360	8.4.6 内蒙古赤峰市开展有机水产品基地建设		
360	8.5 其它有机产品	361	8.5.1 有机巧克力成为美国市场新宠	361 8.5.2
有机酱油成为调味品新贵	362	8.5.3 有机玉米生产技术分析	363	第九章
有机食品重点竞争企业分析	368	9.1 宁波启盛生物食品发展有限公司	368	9.1.1
企业基本情况	368	9.1.2 企业产销情况	368	9.1.3 企业财务数据分析
企业经营指标	370	9.1.3 企业财务数据分析	369	9.1.4
9.2 泰安泰山亚细亚食品有限公司	371	9.2.1 企业基本情况	371	9.2.2
企业产销情况	373	9.2.3 企业财务数据分析	374	9.2.4 企业经营指标
9.3 济宁市明源果蔬有限公司	376	9.3.1 企业基本情况	376	9.3.2 企业产销情况
企业财务数据分析	377	9.3.2 企业产销情况	377	9.3.3
9.3.4 企业经营指标	379	9.4 泰安泰山亚细亚新兴食品有限公司	380	
9.4.1 企业基本情况	380	9.4.2 企业产销情况	381	9.4.3 企业财务数据分析
9.4.2 企业产销情况	381	9.4.3 企业财务数据分析	381	9.4.4
9.4.3 企业经营指标	383	9.5 科尔沁易生有机食品有限公司	384	9.5.1 企业基本情况
9.5 企业产销情况	385	9.5.1 企业基本情况	384	9.5.2
9.5.3 企业财务数据分析	385	9.5.2 企业产销情况	385	9.5.3 企业经营指标
9.5.4 企业经营指标	387	9.6 黑龙江龙奇有机食品开发有限公司	388	9.6.1 企业基本情况
9.6.1 企业基本情况	388	9.6.2 企业产销情况	389	9.6.2 企业产销情况
9.6.2 企业产销情况	389	9.6.3 企业财务数据分析	389	9.6.3 企业财务数据分析
9.6.3 企业财务数据分析	389	9.6.4 企业经营指标	391	9.7 衢州烛光有机食品有限公司
9.6.4 企业经营指标	391	9.7.1 企业基本情况	392	9.7.1 企业基本情况
9.7.1 企业基本情况	392	9.7.2 企业产销情况	393	9.7.2 企业产销情况
9.7.2 企业产销情况	393	9.7.3 企业财务数据分析	393	9.7.3 企业财务数据分析
9.7.3 企业财务数据分析	393	9.7.4 企业经营指标	395	9.7.4 企业经营指标
9.7.4 企业经营指标	395	9.8 神农架有机茶开发有限责任公司	396	9.8.1 企业基本情况
9.8.1 企业基本情况	396	9.8.2 企业产销情况	396	9.8.2 企业产销情况
9.8.2 企业产销情况	396	9.8.3 企业财务数据分析	397	9.8.3 企业财务数据分析
9.8.3 企业财务数据分析	397	9.8.4 企业经营指标	398	9.8.4 企业经营指标
9.8.4 企业经营指标	398	9.9 湖南省沅陵碣滩有机茶叶开发有限公司	399	9.9.1 企业基本情况
9.9.1 企业基本情况	399	9.9.2 企业产销情况	399	9.9.2 企业产销情况
9.9.2 企业产销情况	399	9.9.3 企业财务数据分析	400	9.9.3 企业财务数据分析
9.9.3 企业财务数据分析	400	9.9.4 企业经营指标	401	9.9.4 企业经营指标
9.9.4 企业经营指标	401	9.10 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司	402	9.10.1 企业基本情况
9.10.1 企业基本情况	402	9.10.2 企业产销情况	403	9.10.2 企业产销情况
9.10.2 企业产销情况	403	9.10.3 企业财务数据分析	404	9.10.3 企业财务数据分析
9.10.3 企业财务数据分析	404	9.10.4 企业经营指标	405	9.10.4 企业经营指标
9.10.4 企业经营指标	405	9.11 绿都集团股份有限公司	406	9.11.1 企业基本情况
9.11.1 企业基本情况	406	9.11.2 企业产销情况	407	9.11.2 企业产销情况
9.11.2 企业产销情况	407	9.11.3 企业财务数据分析	407	9.11.3 企业财务数据分析
9.11.3 企业财务数据分析	407	9.11.4 企业经营指标	409	9.11.4 企业经营指标
9.11.4 企业经营指标	409	9.12 北京欧阁有机农庄科贸发展有限公司	410	9.12.1 企业基本情况
9.12.1 企业基本情况	410	9.12.2 “有机农庄”发展模式剖析	411	9.12.2 “有机农庄”发展模式剖析
9.12.2 “有机农庄”发展模式剖析	411	9.12.3 欧阁有机农庄面临的发展形势及其建议	412	9.12.3 欧阁有机农庄面临的发展形势及其建议
9.12.3 欧阁有机农庄面临的发展形势及其建议	412	第十章 有机食品发展前景与趋势	414	10.1 国际有机食品发展前景及趋势
10.1 国际有机食品发展前景及趋势	414	10.1.1 国际有机食品产业发展趋势	414	10.1.1 国际有机食品产业发展趋势
10.1.1 国际有机食品产业发展趋势	414	10.1.2 有机食品将引航国际消费新时尚	415	10.1.2 有机食品将引航国际消费新时尚
10.1.2 有机食品将引航国际消费新时尚	415	10.2 中国有机食品发展展望	416	10.2.1 中国有机食品的发展前景分析
10.2.1 中国有机食品的发展前景分析	416	10.2.2 “十一五”期间中国将大力促进有机食品业发展	417	10.2.2 “十一五”期间中国将大力促进有机食品业发展
10.2.2 “十一五”期间中国将大力促进有机食品业发展	417	10.2.3 “十一五”期间农十四师欲打造南疆最大有机食品基地	417	10.2.3 “十一五”期间农十四师欲打造南疆最大有机食品基地
10.2.3 “十一五”期间农十四师欲打造南疆最大有机食品基地	417	图表目录	1	1

中国有机食品标志	19图表	2	2007-2008年挪威补贴有机农业预算方案	51图表	3
江苏省有机食品产品、企业、面积情况	88图表	4	江苏省三大区域有机耕地面积及所占比重	89图表	5
			江苏省三大区域有机食品企业所占比重	90图表	6
			江苏省三大区域有机食品产品所占比重	90图表	7
			法国有机的销售渠道	114图表	8
			2001-2006年德国有机食品市场增长情况	123图表	9
			德国有机食品销售渠道发展情况	124图表	10
			英国承认的有机食品检验认证机构	137图表	11
			新疆有机食品开发产业链示意	218图表	12
			2006年宁波启盛生物食品发展有限公司产值表	369图表	13
			2006年宁波启盛生物食品发展有限公司资产负债表	369图表	14
			2006年宁波启盛生物食品发展有限公司损益表	370图表	15
			2006年宁波启盛生物食品发展有限公司的经营指标情况	371图表	16
			2006年泰安泰山亚细亚食品有限公司产值表	373图表	17
			2006年泰安泰山亚细亚食品有限公司资产负债表	374图表	18
			2006年泰安泰山亚细亚食品有限公司损益表	375图表	19
			2006年泰安泰山亚细亚食品有限公司的经营指标情况	376图表	20
			2006年济宁市明源果蔬有限公司产值表	377图表	21
			2006年济宁市明源果蔬有限公司资产负债表	378图表	22
			2006年济宁市明源果蔬有限公司损益表	379图表	23
			2006年济宁市明源果蔬有限公司的经营指标情况	380图表	24
			2006年泰安泰山亚细亚新兴食品有限公司产值表	381图表	25
			2006年泰安泰山亚细亚新兴食品有限公司资产负债表	382图表	26
			2006年泰安泰山亚细亚新兴食品有限公司损益表	383图表	27
			2006年泰安泰山亚细亚新兴食品有限公司的经营指标情况	384图表	28
			2006年科尔沁易生有机食品有限公司产值表	385图表	29
			2006年科尔沁易生有机食品有限公司资产负债表	386图表	30
			2006年科尔沁易生有机食品有限公司损益表	387图表	31
			2006年科尔沁易生有机食品有限公司的经营指标情况	388图表	32
			2006年黑龙江龙奇有机食品开发有限公司产值表	389图表	33
			2006年黑龙江龙奇有机食品开发有限公司资产负债表	390图表	34
			2006年黑龙江龙奇有机食品开发有限公司损益表	391图表	35
			2006年黑龙江龙奇有机食品开发有限公司的经营指标情况	392图表	36
			2006年衢州烛光有机食品有限公司产值表	393图表	37
			2006年衢州烛光有机食品有限公司资产负债表	394图表	38
			2006年衢州烛光有机食品有限公司损益表	395图表	39
			2006年衢州烛光有机食品有限公司的经营指标情况	396图表	40
			2006年神农架有机茶开发有限责任公司产值表	397图表	41

2006年神农架有机茶开发有限责任公司资产负债表	397图表	42
2006年神农架有机茶开发有限责任公司损益表	398图表	43
2006年神农架有机茶开发有限责任公司的经营指标情况	399图表	44
2006年湖南省沅陵碣滩有机茶叶开发有限公司产值表	400图表	45
2006年湖南省沅陵碣滩有机茶叶开发有限公司资产负债表	400图表	46
2006年湖南省沅陵碣滩有机茶叶开发有限公司损益表	401图表	47
2006年湖南省沅陵碣滩有机茶叶开发有限公司的经营指标情况	402图表	48
2006年江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司产值表	403图表	49
2006年江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司资产负债表	404图表	50
2006年江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司损益表	405图表	51
2006年江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司的经营指标情况	406图表	52
2006年绿都集团股份有限公司产值表	407图表	53
2006年绿都集团股份有限公司资产负债表	408图表	54
2006年绿都集团股份有限公司损益表	409图表	55
2006年绿都集团股份有限公司的经营指标情况		410

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2860028600.html>