

2016-2022年中国有机蔬菜行业发展现状及十三五 发展定位分析报告

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《2016-2022年中国有机蔬菜行业发展现状及十三五发展定位分析报告》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/liangshi/251622251622.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年中国有机蔬菜行业发展现状及十三五发展定位分析报告》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。

报告简介

第一章中国有机蔬菜行业品牌发展环境分析

第一节有机蔬菜产品/行业特征

- 一、有机食品行业定义
- 二、有机蔬菜和其他蔬菜区别
- 三、有机蔬菜行业消费特征

第二节2016年中国宏观经济发展环境分析

- 一、2016年中国GDP增长情况分析
- 二、2016年工业经济发展形势分析
- 三、2016年全社会固定资产投资分析
- 四、2016年社会消费品零售总额分析
- 五、2016年城乡居民收入与消费分析
- 六、2016年对外贸易的发展形势分析

第三节有机蔬菜政策环境特征

- 一、有机产品认证管理办法
- 二、《有机产品》国家标准
- 三、有机蔬菜认证报告目录：
- 四、有机产品认证实施规则
- 五、蔬菜流通环节免征增值税
- 六、全国蔬菜产业发展规划
- 七、有机农业示范基地创建与管理办法

八、有机产品认证标志及有机码管理政策

第四节有机蔬菜行业竞争特征

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、可替代品威胁分析
- 三、贴牌加工产品市场威胁分析

第五节有机蔬菜行业技术环境特征

- 一、有机蔬菜的生产条件
- 二、有机蔬菜栽培技术措施
- 三、关于有机蔬菜认证机构

第二章中国有机蔬菜行业品牌产品市场分析

第一节有机蔬菜市场供给分析

第二节有机蔬菜区域结构分析

第三节有机蔬菜区域市场分析

- 一、东北地区市场供给分析
- 二、华北地区市场供给分析
- 三、华东地区市场供给分析
- 四、华中地区市场供给分析
- 五、华南地区市场供给分析
- 六、西部地区市场供给分析

第三章国内有机蔬菜行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节有机蔬菜市场规模统计分析

第二节有机蔬菜历年消费量统计分析

第三节有机蔬菜行业品牌产品价格走势分析

第四节有机蔬菜产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第五节有机蔬菜产品的品牌市场调查

- 一、消费者对有机蔬菜品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对有机蔬菜产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对有机蔬菜品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、影响有机蔬菜购买决策因素
- 六、消费者的消费理念调研

第六节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章中国有机蔬菜行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节销售渠道对有机蔬菜行业品牌发展的重要性

第三节有机蔬菜行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节中国有机蔬菜行业品牌产品市场渠道情况分析

一、KA卖场

二、网上销售

三、餐饮服务

四、礼品团购市场

五、有机零售专卖店

六、传统高档食品超市

七、农场直营和生态旅游市场

第五节销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节销售渠道决策的评估方法

- 一、销售渠道评估数学模型介绍
- 二、财务评估法介绍
- 三、交易成本评估法介绍
- 四、经验评估法介绍

第八节中国有机蔬菜行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

- 一、国内生产企业投资运作模式
- 二、国内营销企业投资运作模式
- 三、外销与内销优势分析

第五章中国有机蔬菜行业进出口市场情况分析

第一节2014-2016年7月中国有机蔬菜行业进出口量分析

- 一、中国有机蔬菜行业进口分析
- 二、中国有机蔬菜行业出口分析

第二节2016-2022年中国有机蔬菜行业进出口市场预测分析

- 一、中国有机蔬菜行业进口预测
- 二、中国有机蔬菜行业出口预测

第六章中国有机蔬菜行业优势品牌企业分析

第一节福建省闽中有机食品有限公司

- 一、公司基本情况分析
- 二、企业发展历程分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业主要经济指标
- 五、企业发展战略分析

第二节长沙天野有机农业发展有限公司

- 一、公司基本情况分析
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第三节肥城市绿源果蔬有限公司

- 一、公司基本情况分析
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第四节山东万德大地有机食品有限公司

- 一、公司基本情况分析
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第五节泰安泰山亚细亚食品有限公司

- 一、公司基本情况分析
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第七章中国有机蔬菜行业品牌竞争格局分析

第一节有机蔬菜行业历史竞争格局概况

- 一、有机蔬菜行业集中度分析
- 二、有机蔬菜行业竞争程度分析

第二节有机蔬菜行业企业竞争状况分析

- 一、领导地区的市场力量
- 二、其他地区的竞争力

第三节2016-2022年中国有机蔬菜行业竞争格局展望

第八章2016-2022年国内有机蔬菜行业品牌发展预测

第一节2016-2022年有机蔬菜行业品牌市场财务数据预测

- 一、有机蔬菜行业总产值预测
- 二、有机蔬菜行业利润总额预测
- 三、有机蔬菜行业总资产预测

第二节2016-2022年有机蔬菜行业供需预测

- 一、有机蔬菜产量预测
- 二、有机蔬菜需求预测
- 三、有机蔬菜供需平衡预测

第三节2016-2022年有机蔬菜行业投资机会

- 一、有机蔬菜行业主要领域投资机会
- 二、有机蔬菜行业出口市场投资机会
- 三、有机蔬菜行业企业的多元化投资机会

第四节2016-2022年影响有机蔬菜行业发展的主要因素

- 一、影响有机蔬菜行业运行的有利因素分析

二、影响有机蔬菜行业运行的稳定因素分析

三、影响有机蔬菜行业运行的不利因素分析

四、我国有机蔬菜行业发展面临的挑战分析

五、我国有机蔬菜行业发展面临的机遇分析

第五节2016-2022年有机蔬菜行业投资风险及控制策略分析

一、有机蔬菜行业政策风险及控制策略

二、有机蔬菜行业经营风险及控制策略

三、有机蔬菜行业价格风险及控制策略

四、有机蔬菜行业食品安全风险及控制策略

五、有机蔬菜行业自然灾害风险及控制策略

第九章2016-2022年国内有机蔬菜行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节有机蔬菜行业发展的PEST分析

一、政策和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节有机蔬菜行业投资价值分析

一、2016-2022年蔬菜产业发展趋势分析

二、2016-2022年有机蔬菜市场趋势总结

三、2016-2022年有机蔬菜市场发展空间

四、2016-2022年有机蔬菜技术革新趋势

五、2016-2022年有机蔬菜价格走势分析

第四节有机蔬菜行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、产业政策风险

三、行业竞争风险

四、供需波动风险

五、技术创新风险

六、经营管理风险

七、其他风险

第五节有机蔬菜行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

第十章中国有机蔬菜行业总结及企业经营战略建议

第一节有机蔬菜行业问题总结

一、有机蔬菜生产存在问题

二、有机蔬菜市场存在问题

三、发展有机蔬菜主要对策

四、有机蔬菜产业发展建议

第二节2016-2022年有机蔬菜行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节2016-2022年有机蔬菜行业企业的资本运作模式

一、有机蔬菜行业企业国内资本市场的运作建议

（一）有机蔬菜行业企业的兼并及收购建议

（二）有机蔬菜行业企业的融资方式选择建议

二、有机蔬菜行业企业海外资本市场的运作建议

第四节2016-2022年有机蔬菜行业企业营销模式建议

一、有机蔬菜行业企业的国内营销模式建议

（一）有机蔬菜行业企业的渠道建设

（二）有机蔬菜行业企业的品牌建设

二、有机蔬菜行业企业海外营销模式建议

（一）有机蔬菜行业企业的海外细分市场选择

（二）有机蔬菜行业企业的海外经销商选择

第五节有机蔬菜市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、企业重点客户的鉴别与确定

三、企业重点客户的开发与培育

四、实施重点客户战略要需解决的问题

五、企业重点客户的市场营销策略分析

图表目录

图表1：2014-2016年7月国内生产总值及其增长速度

图表2：2014-2016年7月全部工业增加值及其增长速度

图表3：2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表4：2014-2016年7月全社会固定资产投资及其增长速度

图表5：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表6：2015年固定资产投资新增主要生产能力

图表7：2014-2016年7月社会消费品零售总额及其增长速度

图表8：2014-2016年7月农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表9：2014-2016年7月城镇居民人均纯收入及其实际增长速度

图表10：2014-2016年7月货物进出口总额

图表11：2013-2016年7月中国有机蔬菜行业产量分析

图表12：2015年有机蔬菜生产区域结构分布

图表13：2013-2016年7月东北地区有机蔬菜行业产量分析

图表14：2013-2016年7月华北地区有机蔬菜行业产量分析

图表15：2013-2016年7月华东地区有机蔬菜行业产量分析

图表16：2013-2016年7月华中地区有机蔬菜行业产量分析

图表17：2013-2016年7月华南地区有机蔬菜行业产量分析

图表18：2013-2016年7月西部地区有机蔬菜行业产量分析

图表19：2013-2016年7月中国有机蔬菜行业市场规模分析

图表20：2013-2016年7月中国有机蔬菜行业消费量分析

图表21：购买有机蔬菜消费者收入分布

图表22：购买有机蔬菜消费者年龄分布

图表23：有机蔬菜行业不同地区需求比例

图表24：2015年消费者对有机蔬菜品牌认知度调查

图表25：2015年消费者对有机蔬菜品牌的首要认知渠道调查

图表26：2015年消费者经常买的有机蔬菜品牌调查

图表27：消费者选择有机蔬菜的因素

图表28：有机蔬菜行业价格敏感程度

图表29：有机蔬菜行业品牌影响程度

图表30：有机蔬菜行业购买方便影响程度

图表31：有机蔬菜行业广告影响程度

图表32：有机蔬菜行业包装影响程度

图表33：2016-2022年中国有机蔬菜行业总产值预测

图表34：2016-2022年中国有机蔬菜行业利润总额预测

图表35：2016-2022年中国有机蔬菜行业总资产预测

图表36：2016-2022年中国有机蔬菜行业产量预测

图表37：2016-2022年中国有机蔬菜行业需求量预测

图表38：2016-2022年中国有机蔬菜行业供需平衡预测

(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/liangshi/251622251622.html>