

# 2018年中国有机蔬菜行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2018年中国有机蔬菜行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/nongyehongzi/363494363494.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

有机蔬菜是指在蔬菜生产过程中不使用化学合成的农药、肥料、除草剂和生长调节剂物质，及基因工程生物产物，遵循生态学原理，采取持续发展的农业技术，协调种植平衡，维持农业生态持续稳定，且经过有机认证机构鉴定认可，并颁发有机证书的蔬菜产品。

图表来源：互联网

有机食品被誉为"朝阳产业"，具有广阔的市场。联合国粮食和农业组织发表的一份报告分析表明，在过去的10年间，在一些国家的市场上，有机农产品的销售额年递增率超过20%。这与一些常规食品市场的停滞不前形成了鲜明的对比。

有机蔬菜的种植讲究的是安全、自然的生产方式，可以很好地促进和维持生态平衡。有机蔬菜无化学残留，口感佳，而且已被证明比普通蔬菜更具营养。人们对安全食品的需求日益强烈，国内市场前景非常乐观。

但是值得注意的是有机蔬菜价格平均比普通蔬菜高出4-5倍，还不能普遍地走上大众餐桌，因此应密切关注市场、谨慎对待。不少业内人士指出，有机蔬菜是大势所趋，但尚需时日。

观研天下发布的《2018年中国有机蔬菜行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 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 2018年中国宏观经济发展环境分析

- 一、2018年中国GDP增长情况分析
- 二、2018年工业经济发展形势分析
- 三、2018年全社会固定资产投资分析
- 四、2018年社会消费品零售总额分析
- 五、2018年城乡居民收入与消费分析
- 六、2018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 中国有机蔬菜行业进出口分析

- 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 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、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
  - 1、企业偿债能力分析
  - 2、企业运营能力分析
  - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

### 第二节 长沙天野有机农业发展有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
  - 1、企业偿债能力分析
  - 2、企业运营能力分析
  - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

### 第三节 肥城市绿源果蔬有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
  - 1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 山东万德大地有机食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 泰安泰山亚细亚食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

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 2018-2024年中国有机蔬菜行业竞争格局展望

第八章 2018-2024年国内有机蔬菜行业品牌发展预测

第一节 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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、2018-2024年蔬菜产业发展趋势分析

二、2018-2024年有机蔬菜市场趋势总结

三、2018-2024年有机蔬菜市场发展空间

#### 四、2018-2024年有机蔬菜技术革新趋势

#### 五、2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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

部分图表目录：

图表：2016-2018年国内生产总值及其增长速度

图表：2016-2018年全部工业增加值及其增长速度

图表：2018年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2016-2018年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2018年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2018年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2016-2018年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2016-2018年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2016-2018年城镇居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2016-2018年货物进出口总额（GYZQPT）

图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/nongyezhongzi/363494363494.html>