

2017-2022年中国有机食品行业市场发展现状及十三五发展策略分析报告

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《2017-2022年中国有机食品行业市场发展现状及十三五发展策略分析报告》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/shipin/279622279622.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

有机食品(OrganicFood)也叫生态或生物食品等。有机食品是国际上对无污染天然食品比较统一的提法。有机食品通常来自于有机农业生产体系，根据国际有机农业生产要求和相应的标准生产加工的。除有机食品外，国际上还把一些派生的产品如有机化妆品、纺织品、林产品或有机食品生产而提供的生产资料，包括生物农药、有机肥料等，经认证后统称有机产品。

从物质的化学成分来分析，所有食品都是由含碳化合物组成的有机物质，都是有机的食品，没有非有机的食品，因此，从化学成分的角度，把食品称做“有机食品”的说法是没有意义的。所以，这里所说的“有机”不是化学上的概念——分子中含碳元素——而是指采取一种有机的耕作和加工方式。有机食品是指按照这种方式生产和加工的；产品符合国际或国家有机食品要求和标准；并通过国家有机食品认证机构认证的一切农副产品及其加工品，包括粮食、食用油、菌类、蔬菜、水果、瓜果，干果，奶制品、禽畜产品、蜂蜜、水产品、调料等。

有机食品的主要特点来自于生态良好的有机农业生产体系。有机食品的生产 and 加工，不使用化学农药、化肥、化学防腐剂等合成物质，也不用基因工程生物及其产物，因此，有机食品是一类真正来自于自然、富营养、高品质和安全环保的生态食品

全球有机产品的需求主要集中在北美洲和欧洲，这两个地区的市场需求占了全球有机市场的96%。虽然各大洲现在都有有机农业实践，但是需求还是集中在这两个地区。

2014-2016年全球有机食品市场规模：亿美元

我国有机食品行业起步较晚，目前仍处于发展期。

我国有机食品行业发展周期

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。

我国有机食品产业保持了较快的发展态势，已具备了一定的发展基础，品牌影响力不断扩大。我国已成为世界第四大有机食品消费大国。我国有机食品产业的发展增速较快，在国际市场有巨大的发展空间，农业基础雄厚，健康和环境观念在群众间逐渐加深，这是促进有机消费的强大动力。

2015-2020年我国有机食品行业利润走势预测

中国报告网发布的《2017-2022年中国有机食品行业市场发展现状及十三五发展策略分析报告》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。

第一章有机农业及有机食品概述

第一节有机农业概述

- 一、有机农业的概念
- 二、有机农业的特征
- 三、有机农业具有的优势

第二节有机食品的介绍

- 一、有机食品的概念及种类
- 二、有机食品产生的历史背景
- 三、有机食品应该具备的条件
- 四、有机食品、绿色食品和无公害食品的区别

第三节中国有机食品相关介绍及发展意义

- 一、中国有机食品的发展历程
- 二、中国有机食品标志的含义
- 三、中国发展有机食品的意义

第二章2014-2016年中国有机农业发展状况分析

第一节2014-2016年国际有机农业发展概况

- 一、全球有机农业发展回顾
- 二、世界各国应该将有机农业作为农业发展的优先目标
- 三、世界有机农业发展的主要经验
- 四、世界有机农业发展呈出七大趋势

第二节2014-2016年部分国家有机农业的发展状况

- 一、德国法国有机农业的发展分析
- 二、日本有机农业的发展状况
- 三、意大利有机农业的发展分析
- 四、以色列有机农业发展的启示
- 五、泰国有机农业发展现状
- 六、挪威有机农业发展状况

第三节2014-2016年中国有机农业的发展分析

- 一、中国有机农业发展概况
- 二、中国有机农业的发展意义
- 三、有机农业与生物多样性的管理分析
- 四、有机认证在有机农业发展中所起的作用

第四节2014-2016年中国部分地区有机农业发展分析

- 一、江西万载有机农业产业化发展分析
- 二、铁岭发展有机农业的优势与对策
- 三、云南省有机农业的现状
- 四、中国台湾有机农业发展概况
- 五、山西省有机农业生产体系分析
- 六、沈阳市有机农业发展的前景
- 七、江苏省有机农业发展分析
- 八、辽宁省有机农业的现状
- 九、山东荣成出现新型有机农业产业化合作形式

第五节2014-2016年有机农业发展存在的问题及策略

- 一、中国有机农业发展的障碍
- 二、有机农业在中国的发展策略
- 三、推广有机农业发展的措施
- 四、有机农业产业化战略分析

第三章2014-2016年国际有机食品行业运行现状分析

第一节2014-2016年国际有机食品行业发展概况

- 一、全球有机食品发展回顾
- 二、世界各大洲有机农业和有机食品发展回顾
- 三、全球有机食品发展特点
- 四、国际有机食品市场行情的特点

第二节2014-2016年世界有机食品行业市场现状分析

- 一、全球有机食品消费快速增长
- 二、欧洲有机食品发展现状
- 三、东欧国家有机食品消费不断增长

第三节2017-2022年世界有机食品行业发展趋势分析

第四章2014-2016年世界主要国家地区有机食品行业运营情况分析

第一节欧盟有机食品行业

- 一、欧盟有机食品行业发展概况
- 二、欧盟有机食品市场加快发展的原因

三、欧盟有机食品发展存在的问题及对策

第二节德国有机食品行业

一、德国有机食品行业发展现状分析

二、德国有机食品销售渠道

三、德国有机食品市场准入“高门槛”

四、德国有机食品行业发展潜力巨大

第三节美国有机食品行业

一、美国有机食品发展概况

二、供应短缺正阻碍美国有机食品市场的发展

三、美国有机食品主导消费潮流

四、美国有机食品成大众新宠

五、美国修订有机食品生产和加工的法规提案

第四节英国有机食品行业

一、英国有机食品市场发展概况

二、英国有机食品和饮料发展迅速

三、英国有机食品进口的有关规定介绍

四、英国有机食品发展前景较好

第五节其他国家有机食品行业

一、泰国有机食品发展现状

二、秘鲁有机食品出口迅速增加

三、澳大利亚有机食品出口销售情况良好

四、加拿大有机食品新标识

五、新加坡有机食品市场不断增大

六、有机果蔬日渐受到丹麦消费者的追捧

第五章2014-2016年中国有机食品行业发展环境分析

第一节2014年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2015年中国宏观经济发展预测分析

第二节2014-2016年中国有机食品行业政策标准分析

一、有机食品政策标准概况

二、有机食品认证标准及要求

三、有机食品相关规范要求

四、有机食品认证情况分析

第三节2014-2016年中国有机食品行业发展社会环境分析

第六章2014-2016年中国有机食品行业运行形势分析

第一节2014-2016年中国有机食品行业概况

- 一、中国有机食品行业回顾
- 二、中国有机食品行业发展优势
- 三、中国有机食品的生产优势

第二节2014-2016年有机食品行业存在的问题与挑战

- 一、中国有机食品发展存在的问题
- 二、中国有机食品行业发展面临的挑战
- 三、中国有机食品产业期待鼓励性政策支持
- 四、中国有机食品有效需求增长缓慢原因分析
- 五、中国有机食品的发展及制约因素分析

第三节2014-2016年中国有机食品行业发展的策略

- 一、浅析中国有机食品行业发展战略
- 二、加快中国有机食品发展速度的几点措施
- 三、促进有机食品产业健康发展的建议
- 四、有机食品开发中值得注意的问题和需采取的措施

第七章2014-2016年中国有机食品行业市场动态分析

第一节2014-2016年中国有机食品市场状况分析

- 一、中国有机食品的经营情况
- 二、无公害农产品绿色食品有机食品保持快速健康发展
- 三、有机食品的推广措施
- 四、推动有机食品品牌流行的策略

第二节2014-2016年中国有机食品消费情况分析

- 一、有机食品碰到环保难题
- 二、消费有机食品与生物污染物的暴露之分析

第三节2014-2016年中国有机食品出口情况分析

- 一、中国有机食品如何进入欧洲市场
- 二、开拓欧洲有机食品市场的对策
- 三、中国有机食品如何进入欧盟市场
- 四、中国有机食品出口德国市场的机会
- 五、中国有机食品出口中存在的问题及对策
- 六、中国发展有机食品出口的原因
- 七、中国发展有机食品出口的现状和优势
- 八、中国发展有机食品出口应注意的问题

第八章2014-2016年中国有机蔬菜产业发展走势分析

第一节2014-2016年中国有机蔬菜相关概述

- 一、有机蔬菜的定义
- 二、有机蔬菜与无公害蔬菜、绿色蔬菜的区别
- 三、有机蔬菜的生产条件
- 四、有机蔬菜生产主要栽培技术措施
- 五、关于有机蔬菜认证机构

第二节2014-2016年国际有机蔬菜行业发展状况分析

- 一、英国有机蔬菜市场形势逐步上升
- 二、美国纽约长岛的有机蔬菜农场产品生产及销售情况
- 三、台湾有机蔬菜发展状况分析

第三节2014-2016年中国有机蔬菜发展状况分析

- 一、有机蔬菜的生产现状
- 二、有机蔬菜的销售分析
- 三、中国发展有机蔬菜具有重要意义
- 四、中国有机蔬菜转攻国内市场

第四节2014-2016年山东省有机蔬菜发展状况

- 一、肥城有机蔬菜种植面积达13万亩
- 二、山东寿光大面积建有机蔬菜基地
- 三、山东泰安市有机蔬菜已成农产品出口创汇主导产业
- 四、山东泰安有机蔬菜形成产业优势

第五节2014-2016年重庆市有机蔬菜发展分析

- 一、重庆市有机蔬菜发展状况
- 二、重庆市发展有机蔬菜的对策及建议

第六节2014-2016年广州市有机蔬菜发展现状

- 一、蔬菜生产现状
- 二、有机蔬菜生产存在问题
- 三、发展对策

第七节2014-2016年其他地区有机蔬菜发展状况

- 一、上海市民成有机蔬菜的消费主力军
- 二、渔农居有机食品配送中心为深圳提供全国有机食品
- 三、青岛市民热衷购买有机蔬菜
- 五、山西晋中市榆次区有机蔬菜产业发展状况分析
- 六、陕西“太白山”牌蔬菜靠品牌闯世界
- 七、安徽省发展有机蔬菜种植的前景分析

第八节2014-2016年部分有机蔬菜企业发展情况分析

- 一、“奥绿特”打造绿色有机蔬菜连锁品牌
- 二、北京绿富隆公司以有机蔬菜基地带动企业发展
- 三、上海锦菜园积极打造有机蔬菜品牌

第九节2014-2016年有机蔬菜发展面临的问题及发展策略

- 一、有机蔬菜发展中存在的主要问题
- 二、发展有机蔬菜的主要对策
- 三、有机蔬菜发展的建议

第九章2014-2016年中国有机茶产业发展局势分析

第一节2014-2016年中国有机茶相关概述

- 一、有机茶相关介绍
- 二、有机茶开发和茶业产业化两者关系探析

第二节2014-2016年有机茶行业发展分析

- 一、国内外有机茶行业发展概况
- 二、美国有机茶市场分析
- 三、中国有机茶认证的发展
- 四、中国发展有机茶的有利条件

第三节2014-2016年中国有机茶市场分析

- 一、有机茶逐渐成为市场新宠
- 二、中国首家有机茶研究院成立
- 三、有机茶生产大有可为

第四节2014-2016年中国部分地区有机茶发展状况

- 一、江西省发展有机茶的现状
- 二、江西省婺源县有机茶现状
- 三、丽水有机茶现状及产业化发展分析
- 四、武义县有机茶产业化建设成效与措施
- 五、邵武市有机茶开发现状与发展对策
- 六、益阳竹峰有机茶产业化开发情况

第五节2014-2016年中国部分茶企有机茶发展状况

- 一、更香打造“有机茶绿色产业链”
- 二、湖南茶叶总公司优质低农残茶与有机茶关键技术探析
- 三、联合国茶叶示范基地花落南安
- 四、武平县获龙岩市首家有机茶生产基地颁证

第六节2014-2016年有机茶发展中存在的问题及发展策略

- 一、有机茶行业发展存在的理解误区
- 二、中国有机茶行业可持续发展建议

三、现代可持续茶园生产的实现策略

第十章2014-2016年中国其他有机食品发展情况解析

第一节有机水果

一、欧洲有机水果生产情况回顾

二、欧盟有机水果消费情况分析

三、中国有机果品的生产概况

三、广东高州有机水果发展状况及策略剖析

四、广东高州建造全国最大有机水果生产示范基地

第二节有机大米

一、泰国已成世界最大的有机大米出口国

二、宜春成江西省绿色及有机大米主产区

三、丹阳市有机稻米生产发展分析

四、有机水稻生产技术分析

第三节有机奶制品

一、美国最大有机奶制品生产商得到农业部支持

二、有机奶制品成英国奶制品行业发展最快的部分

三、丹麦有机奶制品市场已突显商机

四、三大国产有机奶品牌抢滩上海市场

五、齐齐哈尔飞鹤打造最大有机奶源基地

第四节有机水产品

一、世界有机水产品市场发展状况

二、浙江衢州第一个水产品获得有机认证

三、千岛湖绿色有机水产品出口基地建设已取得显著成效

四、句容市已成为江苏省最大有机水产品基地

五、江苏赣榆建成国内首家有机河蟹苗种基地

六、内蒙古赤峰市开展有机水产品基地建设

第五节其它有机产品

一、有机巧克力成为美国市场新宠

二、有机酱油成为调味品新贵

三、有机玉米生产技术分析

第十一章2014-2016年中国有机食品行业市场竞争态势分析

第一节2014-2016年中国有机食品行业的发展周期

一、有机食品行业的经济周期

二、有机食品行业的增长性与波动性

三、有机食品行业的成熟度

第二节2014-2016年中国有机食品市场竞争现状分析

- 一、有机食品国际竞争力分析
- 二、有机食品品牌竞争分析
- 三、技术竞争分析

第三节2017-2022年中国有机食品市场竞争走势预测分析

第十二章2014-2016年中国主要地区有机食品发展格局分析

第一节2014-2016年西部有机食品发展分析

- 一、西部地区发展有机食品生产的有利条件
- 二、西部地区有机食品发展方略

第二节2014-2016年哈尔滨市有机食品发展现状

- 一、哈尔滨市发展有机食品的优势
- 二、哈尔滨市有机农业及有机食品发展现状与问题
- 三、哈尔滨市发展有机农业及有机食品应采取的对策

第三节2014-2016年甘肃省有机食品发展状况

- 一、甘肃有机食品发展现状
- 二、有机食品发展潜力
- 三、开发有机食品的应对措施

第四节2014-2016年新疆有机食品发展状况

- 一、新疆有机食品产业发展的优势条件分析
- 二、新疆有机食品发展规划

第五节2014-2016年山西省有机食品开发分析

- 一、山西省有机食品开发的意义
- 二、山西省有机食品开发政策体系构成要素
- 三、山西省有机食品开发政策体系的构建

第六节2014-2016年其他地区有机食品发展状况

- 一、河北省坝上地区有机食品发展
- 二、四川省绿色食品有机食品增长较快
- 三、盘锦市有机食品发展现状
- 四、陕西洋县发展有机食品产业的条件和措施
- 五、宝应有机食品产业现状

第十三章中国有机食品重点竞争企业竞争力评价

第一节陕西天人有机食品股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节泰安泰山亚细亚食品有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节北京欧阁有机农庄科贸发展有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节绿都集团股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十四章2017-2022年中国有机食品市场发展趋势预测分析

第一节2017-2022年中国有机食品行业前景分析

一、有机农业和有机食品发展新动向

二、有机食品将引航国际消费新时尚

三、有机食品四场潜力巨大

第二节2017-2022年中国有机食品发展展望分析

一、中国有机食品的发展前景分析

二、中国将大力促进有机食品业发展

三、有机食品市场产销预测分析

第三节2017-2022年中国有机食品行业市场盈利预测分析

第十五章2017-2022年中国有机食品行业投资前景分析

第一节2017-2022年中国有机食品行业投资环境分析

第二节2017-2022年中国有机食品行业投资机会分析

一、规模的发展及投资需求分析

二、政府大力支持

三、总体经济效益判断

第三节2017-2022年中国有机食品行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第四节专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：陕西天人有机食品股份有限公司主要经济指标走势图

图表：陕西天人有机食品股份有限公司经营收入走势图

图表：陕西天人有机食品股份有限公司盈利指标走势图

图表：陕西天人有机食品股份有限公司负债情况图

图表：陕西天人有机食品股份有限公司负债指标走势图

图表：陕西天人有机食品股份有限公司运营能力指标走势图

图表：陕西天人有机食品股份有限公司成长能力指标走势图

图表：泰安泰山亚细亚食品有限公司主要经济指标走势图

图表：泰安泰山亚细亚食品有限公司经营收入走势图

图表：泰安泰山亚细亚食品有限公司盈利指标走势图

图表：泰安泰山亚细亚食品有限公司负债情况图

图表：泰安泰山亚细亚食品有限公司负债指标走势图

图表：泰安泰山亚细亚食品有限公司运营能力指标走势图

图表：泰安泰山亚细亚食品有限公司成长能力指标走势图

图表：江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司主要经济指标走势图

图表：江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司经营收入走势图

图表：江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司盈利指标走势图

图表：江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司负债情况图

图表：江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司负债指标走势图

图表：江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司运营能力指标走势图

图表：江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司成长能力指标走势图

图表：绿都集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：绿都集团股份有限公司经营收入走势图

图表：绿都集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：绿都集团股份有限公司负债情况图

(GYZX)

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/279622279622.html>