

2012-2016年中国绿色食品 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国绿色食品市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/shipin1206/C3477503RV.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-06-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国绿色食品市场现状分析及投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了绿色食品相关概述、世界绿色食品运行新形势等，接着分析了中国绿色食品行业市场运行环境，然后介绍了中国生态农业运行新形势、中国绿色食品产业整体发展态势。随后，报告对中国绿色食品顶尖企业运营关键财务指标做了重点分析，最后分析了中国绿色食品行业发展趋势与投资前景。您若想对绿色食品产业有个系统的了解或者想投资绿色食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国绿色食品市场现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

绿色食品在中国是对具有无污染的安全、优质、营养类食品的总称。是指按特定生产方式生产，并经国家有关的专门机构认定，准许使用绿色食品标志的无污染、无公害、安全、优质、营养型的食品。类似的食品在其他国家被称为有机食品、生态食品或自然食品。

第一章 绿色食品相关概述

第一节 绿色食品基础概述

一、绿色食品的特点

二、绿色食品的生产

三、绿色食品的包装要求

第二节 无公害食品

一、无公害食品的概念

二、无公害食品的范围和要求

三、无公害食品的行业标准

第三节 有机食品

一、有机食品的概念

二、有机食品的范围特点

三、有机食品与其他食品的区别

第四节 无公害农产品、绿色食品、有机食品对比

- 一、有机食品和无公害食品、绿色食品的异同
- 二、无公害食品、绿色食品、有机食品的共性与区别

第二章 2012年世界绿色食品运行新形势透析

第一节 2012年世界生态农业的发展

- 一、世界生态农业发展
- 二、促进生态农业发展的因素分析

第二节 2012年世界绿色食品

- 一、全球绿色食品产值分析
- 二、经济全球化时代的绿色食品营销
- 三、全球绿色食品市场动态分析
- 四、绿色食品包装概述

第三节 2012年世界部分国家绿色食品市场运行分析

- 一、德国
- 二、美国
- 三、俄罗斯
- 四、日本绿色食品的生产流通体系分析

第四节 2012-2016年世界绿色食品发展趋势分析

第三章 2012年中国绿色食品行业市场运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 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、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012年中国绿色食品政策环境分析

- 一、《生产绿色食品的农药使用准则》
- 二、《生产绿色食品的肥料使用准则》
- 三、《绿色食品生产操作规程》
- 四、《关于扶持农业产业化经营重点龙头企业的意见》

第三节 2012年中国绿色食品技术环境分析

- 一、A级绿色食品春小麦栽培技术
- 二、A级绿色食品红花籽生产技术

三、绿色畜禽产品的综合生产技术

第四节2012年中国绿色食品社会环境分析

- 一、居民消费观念和习惯
- 二、生活品质的提高
- 三、人口环境分析
- 四、教育环境分析
- 五、文化环境分析
- 六、生态环境分析

第四章 2012年中国生态农业运行新形势透析

第一节 2012年中国现代生态农业概况

- 一、现代生态农业是新世纪农业发展的必然方向
- 二、生态系统原理分析
- 三、生态与经济协调的发展原理分析
- 四、现代生态农业的特点及模式

第二节 2012年中国生态农业发展新思路

- 一、提高科技含量发展生态农业
- 二、我国生态农业发展需解决的问题
- 三、我国生态农业安全问题分析
- 四、发展生态农业的思路分析

第三节2012年中国生态农业发展模式分析

- 一、废弃物资源化利用模式
- 二、农产品基地集约高效生产模式
- 三、小流域综合治理模式
- 四、以加工为重点的农业产业化经营模式
- 五、“林果—粮经”立体生态模式
- 六、农业综合开发经营模式
- 七、庭院生态经济模式
- 八、生态茶园建设模式
- 九、高效生态林业经营模式
- 十、茶—粮—林复合生态模式

第四节2012年中国生态农业的研发与实践

一、2012年中国生态农业的研发

二、2012年中国生态产业的实践

第五节 生态农业与绿色食品关系及生态模式

一、绿色产品与生态农业的关系

二、开发绿色食品所需要的生态模式

第五章2012年中国绿色食品产业整体发展态势分析

第一节 中国绿色食品发展阶段演进

一、基础建设阶段（1990-1993）

二、加速发展阶段（1994-1996）

三、全面推进阶段（1997年以来）

第二节2012年中国绿色食品产业运行总况

一、中国绿色食品产业发展的优势

二、绿色食品是可持续发展的时代要求

三、中国迎来绿色食品大发展时代来临

四、绿色食品基地建设

五、发展绿色食品的必要性

第三节2012年中国绿色食品面临的机遇与挑战

一、结构调整

二、产业升级

三、农民增收

四、生态环境治理以及提高产品质量

五、安全性和市场竞争力的严峻挑战

第四节 绿色食品市场发展对策分析

一、大力发展绿色食品产业对策

二、绿色食品市场的培育

三、中国绿色食品业发展对策解析

四、五大措施构建中国绿色食品长效发展机制

五、新形势下我国绿色食品行业发展策略

第六章2012年中国绿色食品市场运行透析

第一节 2012年中国绿色食品市场现状综述

- 一、我国绿色食品产品结构
- 二、我国绿色食品和有机食品合格率情况
- 三、中国绿色食品消费情况

第二节 2012年中国绿色食品市场存在的问题

- 一、消费者对绿色食品存在认识上的误区
- 二、市场秩序混乱，假冒伪劣充斥市场
- 三、绿色食品成本较高，价格不菲
- 四、经营者对绿色食品进入市场设置了重重障碍
- 五、中国绿色食品标准亟待与国际接轨

第七章 2012年中国绿色食品重点区域市场运行形势分析

第一节 2012年中国绿色食品区域竞争优势与发展研究

- 一、地方政府在培育区域竞争优势中的作用分析
- 二、中国绿色食品产业区域市场发展状况
- 三、中国绿色食品区域市场发展存在问题分析
- 四、中国部分地区绿色食品发展状况对比
- 五、中国发展绿色食品区域市场的政策对策

第二节 黑龙江省

- 一、黑龙江绿色食品产业发展回顾
- 二、黑龙江绿色食品发展动态分析
- 三、黑龙江绿色食品产业集群的发展分析
- 四、黑龙江绿色食品的重点发展市场

第三节 吉林省

- 一、吉林绿色食品产业发展状况
- 二、绿色食品产业是吉林农业发展支撑点
- 三、吉林着重发展高端绿色食品
- 四、吉林省绿色食品标志市场监督管理工作进展状况

第四节 辽宁省

- 一、辽宁成绿色食品生产大省
- 二、辽宁省绿色食品市场最新动态分析
- 三、辽宁省绿色食品产业发展中存在问题
- 四、加快推进辽宁省绿色食品产业发展的对策建议

第五节 内蒙古自治区

- 一、内蒙古绿色食品业发展状况
- 二、内蒙古绿色食品数量产量共同发展
- 三、内蒙古绿色食品产业整体水平大幅提高
- 四、发展内蒙古绿色食品产业的优劣势解析
- 五、内蒙古绿色食品产业发展战略

第六节 江西省

- 一、江西绿色食品产业崛起
- 二、绿色食品成为江西省农业开发热点
- 三、江西绿色食品发展概况
- 四、江西绿色食品行业发展面临的主要问题
- 五、江西绿色食品行业的发展策略

第七节 其它地区

- 一、四川绿色食品产业发展成果
- 二、甘肃省绿色食品行业发展概述
- 三、安徽省绿色食品行业发展迅速
- 四、湖南绿色食品开发探析
- 五、新疆绿色食品产业前景看好

第八章2012年中国绿色食品行业营销战略分析

第一节 2012年中国绿色食品营销概述分析

- 一、2012年中国绿色食品市场营销的主要影响因素分析
- 二、2012年中国绿色食品市场营销的基础和优势分析
- 三、2012年发展中国绿色食品对外贸易的作用分析
- 四、2012年中国绿色食品对外贸易中应强化政府作用

第二节 2012年中国绿色食品品牌营销状况分析

- 一、绿色食品品牌的重要作用分析
- 二、绿色食品的品牌战略思路
- 三、绿色食品品牌营销要素分析
- 四、绿色食品品牌营销中存在的问题分析
- 五、绿色食品品牌营销对策分析

第三节 2012年中国绿色食品营销渠道分析

一、绿色食品的营销渠道定位

二、绿色食品的渠道销售策略分析

三、绿色食品营销渠道分析

四、整合绿色食品渠道销售网络

第四节 2012年中国绿色食品营销对策分析

一、绿色食品市场培育及营销对策分析

二、绿色食品营销战略分析

三、中国绿色食品产业的发展与营销策略

四、绿色食品市场产品营销策略

第九章 2012年中国绿色食品顶尖企业运营关键财务指标分析

第一节 大连天宝绿色食品股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 黑龙江北大荒农业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 山东九发食用菌股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 哈尔滨高科技（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 海南椰岛（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 维维食品饮料股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十章 2012-2016年中国绿色食品行业发展趋势与前景展望

第一节 2012-2016年中国绿色食品发展趋势展望

- 一、绿色食品是中国未来食品工业发展中一个非常有潜力的产业
- 二、无污染、无公害的绿色食品将成为国际食品贸易的主流
- 三、向社会化、市场化、国际化发展趋势

第二节 2012-2016年中国绿色食品加速发展的动因分析

- 一、中国许多地方的政府和部门进一步重视绿色食品的发展
- 二、广大消费者对绿色食品认知程度越来越高
- 三、新闻媒体主动宣传、报道绿色食品；
- 四、理论界和学术界也日益重视对绿色食品的探讨

第三节 2012-2016年中国绿色食品市场前景展望分析

- 一、绿色食品产业发展潜力巨大
- 二、绿色食品产业的发展面临机遇
- 三、中国绿色食品具有发展前景

第四节 2012-2016年中国绿色食品市场发展趋势分析

- 一、产销预测分析
- 二、价格走势分析
- 三、进出口预测分析
- 四、技术发展趋势分析

第十一章 2012-2016年中国绿色食品行业投资前景预测

第一节 2012年中国绿色食品投资环境分析

第二节 2012-2016年中国绿色食品投资机会分析

- 一、宏观环境为绿色食品营销注入了发展契机
- 二、绿色食品成为消费新热点

第三节 2012-2016年中国绿色食品投资风险预警

- 一、绿色食品行业发展障碍风险分析
- 二、绿色食品行业的监管风险分析
- 三、绿色食品行业存在消费风险

第四节 专家投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：……

跟多图表详见正文……

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shipin1206/C3477503RV.html>