

2013-2018年中国绿色食品 市场发展现状与投资战略分析报告

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

《2013-2018年中国绿色食品市场发展现状与投资战略分析报告》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/shipin1310/Y67504I5S0.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】2013-10-22

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2013-2018年中国绿色食品市场发展现状与投资战略分析报告》共七章。首先介绍了绿色食品相关概述、中国绿色食品市场运行环境等，接着分析了中国绿色食品市场发展的现状，然后介绍了中国绿色食品重点区域市场运行形势。随后，报告对中国绿色食品重点企业经营状况分析，最后分析了中国绿色食品行业发展趋势与投资预测。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。

2012年全年我国共认证绿色食品企业2614家，产品6196个。全国累计有效使用绿色食品标志的企业总数为6862家，产品总数为17125个。2012年，绿色食品产品国内年销售额达到3178亿元，出口额为28.4亿美元。

2012年7月，为加强绿色食品标志使用管理，维护绿色食品生产经营者和消费者合法权益，农业部发布了《绿色食品标志管理办法》，自2012年10月1日起施行。

随着生活水平的提高和消费观念的转变，以及环境污染和资源破坏问题的日益严峻，有利于人们健康的无污染、安全、优质营养的绿色食品已成为时尚，越来越受到人们的青睐。开发绿色食品已具备了深厚的市场消费基础。未来，绿色食品无论在国内还是国外，开发潜力都十分巨大，它是集经济、生态和社会效益于一体的特殊产业，有极大的经济发展空间。

第一章 绿色食品相关概述

1.1 绿色食品的概念特点

1.1.1 绿色食品的概念

1.1.2 绿色食品的特点

1.1.3 绿色食品的包装要求

1.2 无公害食品

1.2.1 无公害食品的概念

1.2.2 无公害食品的范围和要求

1.2.3 无公害食品的行业标准

1.3 有机食品

1.3.1 有机食品的概念

1.3.2 有机食品的范围特点

1.3.3 有机食品与其他食品的区别

- 1.4 无公害农产品、绿色食品、有机食品对比
- 1.4.1 无公害农产品、绿色食品、有机食品的特点区别
- 1.4.2 有机食品和无公害食品、绿色食品的同异

第二章 2012-2013年生态农业发展状况分析

- 2.1 世界生态农业的发展
 - 2.1.1 世界生态农业的定义
 - 2.1.2 世界生态农业的发展阶段及概况
 - 2.1.3 世界生态农业发展回顾
 - 2.1.4 促进生态农业发展的因素分析
 - 2.1.5 全球生态农业发展趋势预测
- 2.2 21世纪中国现代生态农业发展分析
 - 2.2.1 现代生态农业是新世纪农业发展的必然方向
 - 2.2.2 生态系统原理浅析
 - 2.2.3 生态与经济协调的发展原理分析
 - 2.2.4 现代生态农业的特点及模式
- 2.3 中国生态农业发展状况
 - 2.3.1 中国生态农业的研发与实践综述
 - 2.3.2 发展生态农业是新农村建设的必由之路
 - 2.3.3 我国生态农业发展的特征
 - 2.3.4 国内生态农业发展面临的困难和问题
 - 2.3.5 推动我国生态农业发展的对策
- 2.4 中国生态农业发展的财政政策选择分析
 - 2.4.1 中国生态农业发展需要国家财政政策支持
 - 2.4.2 中国生态农业发展的财政政策支持现状解析
 - 2.4.3 中国生态农业发展中财政支持不足的原因
 - 2.4.4 中国财政支持生态农业发展的政策选择
- 2.5 中国生态农业发展模式分析
 - 2.5.1 国内生态农业存在的模式概述
 - 2.5.2 中国的生态农业模式详解
 - 2.5.3 黄河及珠江三角洲区域生态农业模式
 - 2.5.4 我国需因地制宜地发展生态农业

- 2.5.5 中国农业生态模式的推广前景分析
- 2.6 生态农业与绿色食品
 - 2.6.1 生态农业、绿色食品与有机农业综合分析
 - 2.6.2 生态农业为食品安全打造良好基础
 - 2.6.3 绿色食品与生态农业的联系及发展
 - 2.6.4 绿色食品推动中国生态农业发展

第三章 2012-2013年绿色食品行业发展分析

- 3.1 世界主要国家绿色食品行业发展概况
 - 3.1.1 美国绿色食品市场发展状况
 - 3.1.2 德国绿色食品风行市场
 - 3.1.3 俄罗斯绿色食品行业机遇与挑战并存
 - 3.1.4 日本绿色食品的生产流通体系解析
- 3.2 中国绿色食品的产生及发展背景
 - 3.2.1 中国绿色食品发展的背景
 - 3.2.2 中国绿色食品产业发展的优势
 - 3.2.3 绿色食品是可持续发展的时代要求
 - 3.2.4 绿色食品大发展时代来临
- 3.3 中国绿色食品行业发展分析
 - 3.3.1 我国绿色食品产业取得的成就
 - 3.3.2 中国绿色食品在国际市场日益畅销
 - 3.3.3 中国绿色食品标准化基地建设成效显著
 - 3.3.4 2012年我国绿色食品产业新规出台
- 3.4 2011年中国绿色食品行业发展状况
 - 3.4.1 绿色食品总体发展特征
 - 3.4.2 绿色食品产品结构状况
 - 3.4.3 绿色食品产品数量与产量
 - 3.4.4 绿色食品地区发展状况
 - 3.4.5 绿色食品产地环境监测面积
 - 3.4.6 绿色食品出口情况
- 3.5 2012年中国绿色食品行业发展现状
 - 3.5.1 绿色食品总体发展状况

- 3.5.2 绿色食品产品数量与产量
- 3.5.3 绿色食品地区发展状况
- 3.5.4 绿色食品企业发展状况
- 3.5.5 绿色食品产地环境监测面积
- 3.5.6 绿色食品出口情况
- 3.5.7 绿色食品生产基地产品分类情况
- 3.6 中国绿色食品行业发展面临的挑战
 - 3.6.1 中国绿色食品产业存在的问题
 - 3.6.2 中国绿色食品市场混乱
 - 3.6.3 绿色食品普及存在不利因素
 - 3.6.4 我国绿色食品产业化任重道远
- 3.7 绿色食品市场发展对策分析
 - 3.7.1 大力发展绿色食品产业对策
 - 3.7.2 绿色食品市场的培育
 - 3.7.3 中国绿色食品业发展对策解析
 - 3.7.4 五大措施构建中国绿色食品长效发展机制
 - 3.7.5 新形势下我国绿色食品行业发展策略

第四章 2012-2013年中国绿色食品区域市场分析

- 4.1 中国绿色食品产业区域竞争优势与产业发展研究
 - 4.1.1 地方政府在培育区域竞争优势中的作用分析
 - 4.1.2 中国绿色食品产业区域市场发展回顾
 - 4.1.3 中国绿色食品区域市场发展存在问题分析
 - 4.1.4 中国部分地区绿色食品发展状况对比
 - 4.1.5 中国发展绿色食品区域市场的政策对策
- 4.2 黑龙江省
 - 4.2.1 黑龙江发展绿色食品的优势条件
 - 4.2.2 黑龙江省绿色食品发展现状
 - 4.2.3 黑龙江绿色食品发展中存在的问题及对策
- 4.3 吉林省
 - 4.3.1 吉林绿色食品产业发展状况
 - 4.3.2 绿色食品产业是吉林农业发展支撑点

- 4.3.3 吉林着重发展高端绿色食品
- 4.3.4 吉林省绿色食品标志市场监督管理工作进展状况
- 4.4 内蒙古自治区
 - 4.4.1 内蒙古绿色食品业发展状况
 - 4.4.2 内蒙古绿色食品产业整体水平大幅提高
 - 4.4.3 内蒙古扎兰屯市绿色食品发展简述
 - 4.4.4 发展内蒙古绿色食品产业的优劣势解析
 - 4.4.5 内蒙古绿色食品产业发展战略
- 4.5 新疆
 - 4.5.1 新疆发展绿色食品的优势条件
 - 4.5.2 新疆绿色食品相关企业发展分析
 - 4.5.3 新疆新增绿色食品原料标准化生产基地简况
 - 4.5.4 新疆将加快绿色食品发展步伐
 - 4.5.5 促进新疆绿色有机食品产业发展的重要措施
- 4.6 江西省
 - 4.6.1 绿色食品成为江西省农业开发热点
 - 4.6.2 江西绿色食品发展概况
 - 4.6.3 江西绿色食品行业发展面临的主要问题
 - 4.6.4 江西绿色食品行业的发展策略
 - 4.6.5 江西绿色食品发展目标及战略
- 4.7 其它地区
 - 4.7.1 甘肃省绿色食品行业发展概述
 - 4.7.2 广东绿色食品产业发展规模
 - 4.7.3 宁夏积极打造绿色食品标准化生产基地
 - 4.7.4 四川绿色食品发展成效显著

第五章 2012-2013年中国绿色食品行业营销分析

- 5.1 中国绿色食品营销概述
 - 5.1.1 绿色食品业营销环境分析
 - 5.1.2 绿色食品营销的产生与发展
 - 5.1.3 中国绿色食品市场营销的主要影响因素
 - 5.1.4 中国绿色食品市场营销的基础和优势分析

- 5.2 绿色食品品牌营销分析
 - 5.2.1 绿色食品品牌的重要作用分析
 - 5.2.2 绿色食品的品牌战略思路
 - 5.2.3 绿色食品品牌营销要素分析
 - 5.2.4 绿色食品品牌营销中存在的问题分析
 - 5.2.5 绿色食品品牌营销对策分析
- 5.3 绿色食品营销渠道分析
 - 5.3.1 绿色食品的营销渠道定位
 - 5.3.2 绿色食品的渠道销售策略分析
 - 5.3.3 绿色食品营销渠道分析
- 5.4 中国绿色食品国际营销分析
 - 5.4.1 发展中国绿色食品对外贸易的作用分析
 - 5.4.2 中国绿色食品的国际市场竞争力研析
 - 5.4.3 中国绿色食品标志在国外注册
 - 5.4.4 中国绿色食品的全球化发展及对策
 - 5.4.5 绿色食品对外贸易中应强化政府作用
- 5.5 绿色食品营销对策分析
 - 5.5.1 绿色食品市场培育及营销对策分析
 - 5.5.2 绿色食品营销战略分析
 - 5.5.3 推进绿色食品企业发展的全面营销战略
 - 5.5.4 中国绿色食品产业的发展与营销策略
 - 5.5.5 绿色食品市场产品营销策略

第六章 2012-2013年中国绿色食品行业相关上市公司分析

- 6.1 中国绿色食品（控股）有限公司
 - 6.1.1 公司简介
 - 6.1.2 公司竞争力分析
- 6.2 大连天宝绿色食品股份有限公司
 - 6.2.1 公司简介
 - 6.2.2 公司竞争力分析
- 6.3 黑龙江北大荒农业股份有限公司
 - 6.3.1 公司简介

- 6.3.2 公司竞争力分析
- 6.4 哈尔滨高科技（集团）股份有限公司
 - 6.4.1 公司简介
 - 6.4.2 公司竞争力分析
- 6.5 海南椰岛（集团）股份有限公司
 - 6.5.1 公司简介
 - 6.5.2 公司竞争力分析
- 6.6 维维食品饮料股份有限公司
 - 6.6.1 公司简介
 - 6.6.2 公司竞争力分析

第七章 2013-2018年中国绿色食品行业投资及前景分析

- 7.1 绿色食品行业投资机会及风险分析
 - 7.1.1 绿色食品成为消费新热点
 - 7.1.2 绿色食品行业发展障碍风险分析
 - 7.1.3 绿色食品行业的监管风险分析
 - 7.1.4 绿色食品行业存在消费风险
- 7.2 2013-2018年绿色食品市场趋势前景分析
 - 7.2.1 绿色食品产业未来发展形势展望
 - 7.2.2 中国绿色食品具有发展前景
 - 7.2.3 我国绿色食品行业还有很大发展空间
 - 7.2.4 2013-2018年中国绿色食品行业预测分析

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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shipin1310/Y67504I5S0.html>