

2015-2020年中国有机食品 市场竞争力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

《2015-2020年中国有机食品市场竞争力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/qitashipin1502/N51984W31L.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】2015-02-10

【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《2015-2020年中国有机食品市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十五章。报告是博思数据的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。博思数据在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。有机食品行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

有机食品(OrganicFood)也叫生态或生物食品等。有机食品是目前国标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，目前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。

有机食品主要包括一般的有机农产品(例如有机杂粮、有机水果、有机蔬菜等)、有机茶产品、有机食用菌产品、有机畜禽产品、有机水产品、有机蜂产品、有机奶粉、采集的野生产品以及用上述产品为原料的加工产品。国内市场销售的有机食品主要是蔬菜、大米、茶叶、蜂蜜、羊奶粉、有机杂粮、有机水果、有机蔬菜等。

近年来，随着生活水平的提高，消费者对食品安全问题日益重视，而“无公害食品行动”和绿色食品渐为消费者所接受，也为有机食品在我国生根发芽打下了良好的基础。

2014年我国有机食品产量达到920万吨，未来几年随着有机食品种植面积的不断扩大，产品种类的不断扩展，产品加工形式的多样化发展，未来几年我国有机食品产量还将快速增长。

2011-2014年我国有机食品产量

资料来源：国家统计局、博思数据整理

据预测，未来10年，我国有机食品生产将保持年均30% - 50%的增长速度，占农产品生产面积及总量的份额将达到1% - 3%，在我国出口农产品中的比重将达到甚至超过5%，在国际有机食品市场中的份额将达到或超过5%，我国将成为世界第四大有机食品消费大国，有机食品消费量占食品消费总量的1%~1.5%。就在我国有机食品日益壮大的同时，我们也应该看到，我国是人口众多的发展中国家，保障13亿人口吃饭问题是一项长期的战略任务。因此，发展有机农业必须坚持“适度”原则，因地制宜。

报告目录：

第一章 有机农业及有机食品概述1

第一节 有机农业概述1

一、有机农业的概念1

二、有机农业的特征2

三、有机农业具有的优势3

第二节 有机食品的介绍4

一、有机食品的概念及种类4

二、有机食品产生的历史背景5

三、有机食品应该具备的条件5

四、有机食品、绿色食品和无公害食品的区别6

第三节 中国有机食品相关介绍及发展意义8

一、中国有机食品的发展历程8

二、中国有机食品标志的含义10

三、中国发展有机食品的意义11

第二章 2014-2015年中国有机农业发展状况分析15

第一节 2014-2015年国际有机农业发展概况15

一、全球有机农业发展回顾15

二、世界各国应该将有机农业作为农业发展的优先目标20

三、世界有机农业发展的主要经验21

四、世界有机农业发展呈出七大趋势33

第二节 2014-2015年部分国家有机农业的发展状况40

一、德国法国有机农业的发展分析40

二、日本有机农业的发展状况41

三、意大利有机农业的发展分析45

四、以色列有机农业发展的启示48

五、泰国有机农业发展现状53

六、挪威有机农业发展状况59

第三节 2014-2015年中国有机农业的发展分析63

一、中国有机农业发展概况63

| | |
|------------------------------|----|
| 二、中国有机农业的发展意义 | 64 |
| 三、有机农业与生物多样性的管理分析 | 65 |
| 四、有机认证在有机农业发展中所起的作用 | 66 |
| 第四节 2014-2015年中国部分地区有机农业发展分析 | 71 |
| 一、江西万载有机农业产业化发展分析 | 71 |
| 二、铁岭发展有机农业的优势与对策 | 71 |
| 三、云南省有机农业的现状 | 73 |
| 四、中国台湾有机农业发展概况 | 74 |
| 五、山西省有机农业生产体系分析 | 77 |
| 六、沈阳市有机农业发展的前景 | 79 |
| 七、江苏省有机农业发展分析 | 79 |
| 八、辽宁省有机农业的现状 | 80 |
| 九、山东荣成出现新型有机农业产业化合作形式 | 83 |
| 第五节 2014-2015年有机农业发展存在的问题及策略 | 84 |
| 一、中国有机农业发展的障碍 | 84 |
| 二、有机农业在中国的发展策略 | 85 |
| 三、推广有机农业发展的措施 | 88 |
| 四、有机农业产业化战略分析 | 89 |

第三章 2014-2015年国际有机食品行业运行现状分析92

第一节 2014-2015年国际有机食品行业发展概况92

- 一、全球有机食品发展回顾92
- 二、世界各大洲有机农业和有机食品发展回顾92
- 三、全球有机食品发展特点94
- 四、国际有机食品市场行情的特点94

第二节 2014-2015年世界有机食品行业市场现状分析97

- 一、全球有机食品消费快速增长97
- 二、欧洲有机食品发展现状97
- 三、东欧国家有机食品消费不断增长98

第三节 2015-2020年世界有机食品行业发展趋势分析98

第四章 2014-2015年世界主要国家地区有机食品行业运营情况分析100

第一节 欧盟有机食品行业100

- 一、欧盟有机食品行业发展概况100
- 二、欧盟有机食品市场加快发展的原因100
- 三、欧盟有机食品发展存在的问题及对策101

第二节 德国有机食品行业103

- 一、德国有机食品行业发展现状分析103
- 二、德国有机食品销售渠道105
- 三、德国有机食品市场准入“高门槛”;105
- 四、德国有机食品行业发展潜力巨大106

第三节 美国有机食品行业107

- 一、美国有机食品发展概况107
- 二、供应短缺正阻碍美国有机食品市场的发展108
- 三、美国有机食品主导消费潮流108
- 四、美国有机食品成大众新宠111
- 五、美国修订有机食品生产和加工的法规提案114

第四节 英国有机食品行业114

- 一、英国有机食品市场发展概况114
- 二、英国有机食品和饮料发展迅速115
- 三、英国有机食品进口的有关规定介绍115
- 四、英国有机食品发展前景较好118

第五节 其他国家有机食品行业118

- 一、泰国有机食品发展现状118
- 二、秘鲁有机食品出口迅速增加120
- 三、澳大利亚有机食品出口销售情况良好120
- 四、加拿大有机食品新标识121
- 五、新加坡有机食品市场不断增大121
- 六、有机果蔬日渐受到丹麦消费者的追捧122

第五章2014-2015年中国有机食品行业发展环境分析124

第一节 2013年中国宏观经济环境分析124

- 一、GDP历史变动轨迹分析124
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析133

三、2015年中国经济发展预测分析134

第二节 2014-2015年中国有机食品行业政策标准分析137

一、有机食品政策标准概况137

二、有机食品认证标准及要求141

三、有机食品相关规范要求146

四、有机食品认证情况分析163

第三节 2014-2015年中国有机食品行业发展社会环境分析163

一、人口环境分析163

二、教育环境分析166

三、文化环境分析169

四、生态环境分析171

第六章 2014-2015年中国有机食品行业运行形势分析173

第一节 2014-2015年中国有机食品行业概况173

一、中国有机食品行业回顾173

二、中国有机食品行业发展优势175

三、中国有机食品的生产优势176

第二节 2014-2015年有机食品行业存在的问题与挑战176

一、中国有机食品发展存在的问题176

二、中国有机食品行业发展面临的挑战178

三、中国有机食品产业期待鼓励性政策支持180

四、中国有机食品有效需求增长缓慢原因分析181

五、中国有机食品的发展及制约因素分析183

第三节 2014-2015年中国有机食品行业发展的策略185

一、浅析中国有机食品行业发展战略185

二、加快中国有机食品发展速度的几点措施187

三、促进有机食品产业健康发展的建议189

四、有机食品开发中值得注意的问题和需采取的措施190

第七章 2014-2015年中国有机食品行业市场动态分析192

第一节 2014-2015年中国有机食品市场状况分析192

一、中国有机食品的经营情况192

| | |
|----------------------------|-----|
| 二、无公害农产品绿色食品有机食品保持快速健康发展 | 192 |
| 三、有机食品的推广措施 | 193 |
| 四、推动有机食品品牌流行的策略 | 193 |
| 第二节 2014-2015年中国有机食品消费情况分析 | 194 |
| 一、有机食品碰到环保难题 | 194 |
| 二、消费有机食品与生物污染物的暴露之分析 | 195 |
| 第三节 2014-2015年中国有机食品出口情况分析 | 196 |
| 一、中国有机食品如何进入欧洲市场 | 196 |
| 二、开拓欧洲有机食品市场的对策 | 198 |
| 三、中国有机食品如何进入欧盟市场 | 199 |
| 四、中国有机食品出口德国市场的机会 | 199 |
| 五、中国有机食品出口中存在的问题及对策 | 200 |
| 六、中国发展有机食品出口的原因 | 202 |
| 七、中国发展有机食品出口的现状和优势 | 203 |
| 八、中国发展有机食品出口应注意的问题 | 204 |

第八章 2014-2015年中国有机蔬菜产业发展走势分析206

第一节 2014-2015年中国有机蔬菜相关概述206

| | |
|----------------------|-----|
| 一、有机蔬菜的定义 | 206 |
| 二、有机蔬菜与无公害蔬菜、绿色蔬菜的区别 | 206 |
| 三、有机蔬菜的生产条件 | 207 |
| 四、有机蔬菜生产主要栽培技术措施 | 208 |
| 五、关于有机蔬菜认证机构 | 211 |

第二节 2014-2015年国际有机蔬菜行业发展状况分析212

| | |
|--------------------------|-----|
| 一、英国有机蔬菜市场形势逐步上升 | 212 |
| 二、美国纽约长岛的有机蔬菜农场产品生产及销售情况 | 212 |
| 三、台湾有机蔬菜发展状况分析 | 214 |

第三节 2014-2015年中国有机蔬菜发展状况分析215

| | |
|------------------|-----|
| 一、有机蔬菜的生产现状 | 215 |
| 二、有机蔬菜的销售分析 | 215 |
| 三、中国发展有机蔬菜具有重要意义 | 216 |
| 四、中国有机蔬菜转攻国内市场 | 217 |

第四节 2014-2015年山东省有机蔬菜发展状况217

一、肥城有机蔬菜种植面积达17.8万亩217

二、山东寿光大面积建有机蔬菜基地218

三、山东泰安市有机蔬菜已成农产品出口创汇主导产业219

四、山东泰安有机蔬菜形成产业优势222

第五节 2014-2015年重庆市有机蔬菜发展分析223

一、重庆市有机蔬菜发展状况223

二、重庆市发展有机蔬菜的对策及建议224

第六节 2014-2015年广州市有机蔬菜发展现状225

一、蔬菜生产现状225

二、有机蔬菜生产存在问题228

三、发展对策230

第七节 2014-2015年其他地区有机蔬菜发展状况232

一、上海市民成有机蔬菜的消费主力军232

二、渔农居有机食品配送中心为深圳提供全国有机食品232

三、青岛市民热衷购买有机蔬菜233

五、山西晋中市榆次区有机蔬菜产业发展状况分析233

六、陕西“太白山”牌蔬菜靠品牌闯世界233

七、安徽省发展有机蔬菜种植的前景分析234

第八节 2014-2015年部分有机蔬菜企业发展情况分析235

一、“奥绿特”打造绿色有机蔬菜连锁品牌235

二、北京绿富隆公司以有机蔬菜基地带动企业发展236

三、上海锦菜园积极打造有机蔬菜品牌237

第九节 2014-2015年有机蔬菜发展面临的问题及发展策略238

一、有机蔬菜发展中存在的主要问题238

二、发展有机蔬菜的主要对策239

三、有机蔬菜发展的建议240

第九章 2014-2015年中国有机茶产业发展局势分析243

第一节 2014-2015年中国有机茶相关概述243

一、有机茶相关介绍243

二、有机茶开发和茶业产业化两者关系探析243

第二节 2014-2015年有机茶行业发展分析245

一、国内外有机茶行业发展概况245

二、美国有机茶市场分析246

三、中国有机茶认证的发展246

四、中国发展有机茶的有利条件247

第三节 2014-2015年中国有机茶市场分析249

一、有机茶逐渐成为市场新宠249

二、中国首家有机茶研究院成立249

三、有机茶生产大有可为250

第四节 2014-2015年中国部分地区有机茶发展状况250

一、江西省发展有机茶的现状250

二、江西省婺源县有机茶现状251

三、丽水有机茶现状及产业化发展分析251

四、武义县有机茶产业化建设成效与措施253

五、邵武市有机茶开发现状与发展对策256

六、益阳竹峰有机茶产业化开发情况257

第五节 2014-2015年中国部分茶企有机茶发展状况257

一、更香打造“有机茶绿色产业链”257

二、湖南茶叶总公司优质低农残茶与有机茶关键技术探析258

三、联合国茶叶示范基地花落南安260

四、武平县获龙岩市首家有机茶生产基地颁证260

第六节 2014-2015年有机茶发展中存在的问题及发展策略261

一、有机茶行业发展存在的理解误区261

二、中国有机茶行业可持续发展建议262

三、现代可持续茶园生产的实现策略263

第十章 2014-2015年中国其他有机食品发展情况解析265

第一节 有机水果265

一、欧洲有机水果生产情况回顾265

二、欧盟有机水果消费情况分析267

三、中国有机果品的生产概况268

三、广东高州有机水果发展状况及策略剖析268

四、广东高州建造全国最大有机水果生产示范基地271

第二节 有机大米271

一、泰国已成世界最大的有机大米出口国271

二、宜春成江西省绿色及有机大米主产区272

三、丹阳市有机稻米生产发展分析273

四、有机水稻生产技术分析274

第三节 有机奶制品275

一、美国最大有机奶制品生产商得到农业部支持275

二、有机奶制品成英国奶制品行业发展最快的部分275

三、丹麦有机奶制品市场已突显商机276

四、三大国产有机奶品牌抢滩上海市场276

五、齐齐哈尔飞鹤打造最大有机奶源基地277

第四节 有机水产品277

一、世界有机水产品市场发展状况277

二、浙江衢州第一个水产品获得有机认证278

三、千岛湖绿色有机水产品出口基地建设已取得显著成效279

四、句容市已成为江苏省最大有机水产品基地279

五、江苏赣榆建成国内首家有机河蟹苗种基地280

六、内蒙古赤峰市开展有机水产品基地建设280

第五节 其它有机产品281

一、有机巧克力成为美国市场新宠281

二、有机酱油成为调味品新贵281

三、有机玉米生产技术分析282

第十一章 2014-2015年中国有机食品行业市场竞争态势分析286

第一节 2014-2015年中国有机食品行业的发展周期286

一、有机食品行业的经济周期286

二、有机食品行业的增长性与波动性287

三、有机食品行业的成熟度287

第二节 2014-2015年中国有机食品市场竞争现状分析288

一、有机食品国际竞争力分析288

二、有机食品品牌竞争分析290

三、技术竞争分析291

第三节 2015-2020年中国有机食品市场竞争走势预测分析291

第十二章 2014-2015年中国主要地区有机食品发展格局分析292

第一节 2014-2015年西部有机食品发展分析292

一、西部地区发展有机食品生产的有利条件292

二、西部地区有机食品发展方略293

第二节 2014-2015年哈尔滨市有机食品发展现状294

一、哈尔滨市发展有机食品的优势294

二、哈尔滨市有机农业及有机食品发展现状与问题294

三、哈尔滨市发展有机农业及有机食品应采取的对策296

第三节 2014-2015年甘肃省有机食品发展状况297

一、甘肃有机食品发展现状297

二、有机食品发展潜力298

三、开发有机食品的应对措施300

第四节 2014-2015年新疆有机食品发展状况301

一、新疆有机食品产业发展的优势条件分析301

二、新疆有机食品发展规划304

第五节 2014-2015年山西省有机食品开发分析306

一、山西省有机食品开发的意义306

二、山西省有机食品开发政策体系构成要素307

三、山西省有机食品开发政策体系的构建309

第六节 2014-2015年其他地区有机食品发展状况311

一、河北省坝上地区有机食品发展311

二、四川省绿色食品有机食品增长较快316

三、盘锦市有机食品发展现状317

四、陕西洋县发展有机食品产业的条件和措施318

五、宝应有机食品产业现状319

第十三章 2011-2012年中国有机食品重点竞争企业竞争力评价320

第一节 陕西天人有机食品股份有限公司320

一、企业概况320

二、企业主要经济指标分析320

三、企业盈利能力分析321

四、企业偿债能力分析321

五、企业运营能力分析322

六、企业成长能力分析322

第二节 泰安泰山亚细亚食品有限公司323

一、企业概况323

二、企业主要经济指标分析323

三、企业盈利能力分析324

四、企业偿债能力分析324

五、企业运营能力分析325

六、企业成长能力分析325

第三节 内蒙古二龙屯有机农业有限责任公司325

一、企业概况325

二、企业主要经济指标分析326

三、企业盈利能力分析327

四、企业偿债能力分析327

五、企业运营能力分析327

六、企业成长能力分析328

第四节 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司328

一、企业概况328

二、企业主要经济指标分析328

三、企业盈利能力分析329

四、企业偿债能力分析330

五、企业运营能力分析330

六、企业成长能力分析330

第五节 绿都集团股份有限公司331

一、企业概况331

二、企业主要经济指标分析331

三、企业盈利能力分析332

四、企业偿债能力分析332

五、企业运营能力分析333

六、企业成长能力分析333

第十四章 2015-2020年中国有机食品市场发展趋势预测分析334

第一节 2015-2020年中国有机食品行业前景分析334

一、有机农业和有机食品发展新动向334

二、有机食品将引航国际消费新时尚336

三、有机食品市场潜力巨大337

第二节 2015-2020年中国有机食品发展展望分析337

一、中国有机食品的发展前景分析337

二、中国将大力促进有机食品业发展338

三、有机食品市场产销预测分析338

第三节 2015-2020年中国有机食品行业市场盈利预测分析339

第十五章 2015-2020年中国有机食品行业投资前景分析340

第一节 2015-2020年中国有机食品行业投资环境分析340

第二节 2015-2020年中国有机食品行业投资机会分析341

一、规模的发展及投资需求分析341

二、政府大力支持342

三、总体经济效益判断342

第三节 2015-2020年中国有机食品行业投资风险分析342

一、市场竞争风险342

二、原材料压力风险分析343

三、技术风险分析343

四、政策和体制风险343

五、外资进入现状及对未来市场的威胁344

第四节 专家投资建议344

本研究咨询报告由博思数据领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、博思网提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了有机食品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国有机食品做了重点企业经营状况分析，并分析了中国有机食品行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机

和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1502/N51984W31L.html>