



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国有机食品行业 市场调查与未来前景预测研究报 告

一、调研说明

《2012-2016年中国有机食品行业市场调查与未来前景预测研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/192027.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

有机食品(Organic Food)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。

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。

目录

第一部分 行业运行现状 1

第一章 中国有机食品行业发展概述 1

第一节 有机食品行业发展情况 1

一、有机食品定义 1

二、有机食品行业发展历程 1

第二节 有机食品产业链分析 3

一、产业链模型介绍 3

二、有机食品产业链模型分析 4

第二章 中国有机食品发展环境分析 6

第一节 国内宏观经济环境分析 6

一、GDP历史变动轨迹分析 6

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 7

三、2011年中国宏观经济发展预测分析 9

第二节 中国有机食品行业政策环境分析 13

第三章 中国有机食品市场运行分析 20

第一节 有机食品行业市场发展基本情况 20

一、市场发展现状分析 20

二、市场特点分析 21

三、市场技术发展状况 22

第二节 行业市场工业总产值分析 23

一、2010-2011年市场工业总产值分析 23

二、2010-2011年不同规模企业工业总产值分析 23

三、2010-2011年不同所有制企业工业总产值比较 23

四、2010-2011年行业市场工业总产值地区分布 24

第三节 行业市场产品价格分析 24

一、2008年市场产品价格走势 24

二、2009年市场产品价格走势 25

三、2010年上半年市场产品价格走势 26

四、2010-2015年市场产品价格趋势预测 27

第四章 中国有机食品行业的国际比较分析 28

第一节 中国有机食品市场发展情况分析 28

一、2009年中国有机食品市场发展分析 28

二、2009年中国有机食品市场统计分析 29

三、2010年上半年中国有机食品市场分析 29

四、2010年上半年中国有机食品细分市场 29

第二节 中国有机食品行业的国际比较分析 31

一、中国有机食品行业竞争力指标分析 31

二、国际有机食品行业竞争力指标分析 31

三、中国有机食品行业经济指标国际比较分析 32

第三节 全球有机食品行业市场需求分析 32

一、市场规模现状 32

二、需求结构分析 33

三、重点需求客户 33

四、市场前景展望 33

第五章 中国有机食品行业经济运行指标分析 34

第一节 2011年中国有机食品行业总体规模分析 34

一、企业数量结构分析 34

二、行业生产规模分析 34

第二节 2011年中国有机食品行业产销分析 34

一、行业产成品情况总体分析 34

二、行业产品销售收入总体分析 35

第三节 2011年中国有机食品行业财务指标总体分析 35

一、行业盈利能力分析 35

二、行业偿债能力分析 35

三、行业营运能力分析 35

四、行业发展能力分析 36

第二部分 市场供需分析 37

第六章 中国有机食品生产现状分析 37

第一节 2009年中国有机食品产量数据分析 37

一、2009年全国有机食品产量数据分析 37

二、2009年有机食品重点省市数据分析 37

第二节 2010年中国有机食品产量数据分析 39

一、2010年全国有机食品产量数据分析 39

二、2010年有机食品重点省市数据分析 39

第三节 2011年中国有机食品产量数据分析 40

一、2011年全国有机食品产量数据分析 40

二、2011年有机食品重点省市数据分析 41

第七章 中国有机食品市场供需分析 43

第一节 2010年有机食品市场需求分析 43

一、有机食品行业需求市场 43

二、有机食品行业客户结构 43

三、有机食品行业需求的地区差异 44

第二节 2010年有机食品市场供给分析 44

第三节 2010-2015年供求平衡分析及未来发展趋势 51

一、2010-2015年有机食品行业的需求预测 51

二、2010-2015年有机食品行业的供应预测 51

三、2009-2010年有机食品供求平衡分析 52

四、2010-2015年有机食品供求平衡预测 52

第八章 区域市场情况深度研究 53

第一节 长三角区域市场情况分析 53

第二节 珠三角区域市场情况分析 54

第三节 环渤海区域市场情况分析 55

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析 55

第五节 有机食品行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 56

一、华北大区市场分析 56

二、华中大区市场分析 56

三、华南大区市场分析 56

四、华东大区市场分析 57

五、东北大区市场分析 57

六、西南大区市场分析 57

七、西北大区市场分析 58

第六节 有机食品重点地区销售分析 58

一、有机食品各地区对比销售分析 58

二、有机食品"重点地区——上海"销售分析 58

三、有机食品"重点地区——北京"销售分析 59

四、有机食品"重点地区——广东"销售分析 61

五、有机食品"重点地区——浙江"销售分析 61

六、有机食品"重点地区——山东"销售分析 64

七、有机食品"重点地区——江苏"销售分析 65

第九章 有机食品产业链的分析 67

第一节 上游原材料供应状况分析 67

一、主要原材料 67

二、2008-2010年主要原材料价格及供应情况 67

三、2010-2015年主要原材料未来价格及供应情况预测 69

第二节 有机食品产业链的分析 70

一、行业集中度 70

二、主要环节的增值空间 70

三、行业进入壁垒和驱动因素 71

四、上下游行业影响及趋势分析 71

第三部分 行业竞争分析 74

第十章 有机食品市场竞争格局分析 74

第一节 行业竞争结构分析 74

一、现有企业间竞争 74

二、潜在进入者分析 74

三、替代品威胁分析 75

四、供应商议价能力 75

五、客户议价能力 75

第二节 行业集中度分析 76

一、市场集中度分析 76

二、企业集中度分析 76

三、区域集中度分析 77

第三节 行业国际竞争力比较 77

一、生产要素 77

二、需求条件 78

三、支援与相关产业 78

四、企业战略、结构与竞争状态 79

五、政府的作用 80

第四节 有机食品产品竞争力优势分析 82

一、整体产品竞争力评价 82

二、产品竞争力评价结果分析 82

三、竞争优势评价及构建建议 82

第五节 有机食品行业竞争格局分析 84

一、2010年有机食品行业竞争分析 84

二、2010年国内外有机食品竞争分析 84

三、2010年中国有机食品市场竞争分析 85

四、2010年中国有机食品市场集中度分析 85

第十一章 有机食品行业产业结构分析 86

第一节 产业结构分析 86

一、市场细分充分程度的分析 86

二、各细分市场领先企业排名 86

三、各细分市场占总市场的结构比例 86

四、领先企业的结构分析（所有制结构） 87

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 88

一、产业价值链的构成 88

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 88

第三节 产业结构发展预测 90

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策） 90

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 90

三、中国有机食品行业参与国际竞争的战略市场定位 91

第十二章 前十大领先企业发展分析 93

第一节 沈阳好厚道绿色有机食品有限公司 93

一、企业概况 93

二、市场定位情况 93

三、企业优劣势分析 93

四、2009-2010年经营状况分析 93

五、2009-2010年主要经营数据指标 95

六、2010-2015年公司发展战略分析 96

第二节 泰安绿龙有机食品有限公司 96

一、企业概况 96

二、市场定位情况 96

三、企业优劣势分析 96

四、2009-2010年经营状况分析 97

五、2009-2010年主要经营数据指标 98

六、2010-2015年公司发展战略分析 99

第三节 福建省闽中有机食品有限公司 100

一、企业概况 100

二、市场定位情况 100

三、企业优劣势分析 101

四、2009-2010年经营状况分析 101

五、2009-2010年主要经营数据指标	102
六、2010-2015年公司发展战略分析	103
第四节 辽宁绿色芳山有机食品有限公司	103
一、企业概况	103
二、市场定位情况	104
三、企业优劣势分析	105
四、2009-2010年经营状况分析	105
五、2009-2010年主要经营数据指标	107
六、2010-2015年公司发展战略分析	107
第五节 泰安泰山亚细亚食品有限公司	108
一、企业概况	108
二、市场定位情况	108
三、企业优劣势分析	108
四、2009-2010年经营状况分析	108
五、2009-2010年主要经营数据指标	110
六、2010-2015年公司发展战略分析	111
第六节 荷商飞牛有机食品（大连）有限公司	111
一、企业概况	111
二、市场定位情况	111
三、企业优劣势分析	111
四、2009-2010年经营状况分析	112
五、2009-2010年主要经营数据指标	113
六、2010-2015年公司发展战略分析	114
第七节 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司	114
一、企业概况	114
二、市场定位情况	115
三、企业优劣势分析	115
四、2009-2010年经营状况分析	115
五、2009-2010年主要经营数据指标	117
六、2010-2015年公司发展战略分析	118
第八节 安图长白山宇农生态农业开发有限公司	118
一、企业概况	118

二、市场定位情况	119
三、企业优劣势分析	119
四、2009-2010年经营状况分析	119
五、2009-2010年主要经营数据指标	121
六、2010-2015年公司发展战略分析	121
第九节 陕西天人有机食品股份有限公司泾阳分公司	122
一、企业概况	122
二、市场定位情况	122
三、企业优劣势分析	122
四、2009-2010年经营状况分析	123
五、2009-2010年主要经营数据指标	124
六、2010-2015年公司发展战略分析	125
第十节 内蒙古北大荒有机食品有限公司	125
一、企业概况	125
二、市场定位情况	126
三、企业优劣势分析	126
四、2009-2010年经营状况分析	126
五、2009-2010年主要经营数据指标	128
六、2010-2015年公司发展战略分析	129

第四部分 投资趋势预测 130

第十三章 2010-2015年有机食品行业发展趋势及影响因素 130

第一节 有机食品未来发展预测分析 130

- 一、中国有机食品发展方向分析 130
- 二、2010-2015年中国有机食品行业发展规模 132
- 三、2010-2015年中国有机食品行业发展趋势预测 132

第二节 2010-2015年有机食品行业供给预测 132

- 一、2010-2015年有机食品行业供给预测 132
- 二、2010-2015年有机食品行业需求预测 133
- 三、2010-2015年有机食品行业进出口预测 133

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势 134

- 一、市场整合成长趋势 134

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测	134
三、企业区域市场拓展的趋势	134
四、科研开发趋势及替代技术进展	134
五、影响企业销售与服务方式的关键趋势	135
六、中国有机食品行业SWOT分析	135
第十四章 2010-2015年有机食品行业投资方向与风险分析	139
第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析	139
第二节 产业发展的空白点分析	140
第三节 投资回报率比较高的投资方向	140
第四节 新进入者应注意的障碍因素	140
第五节 营销分析与营销模式推荐	141
一、渠道构成	141
二、销售贡献比率	146
三、覆盖率	147
四、销售渠道效果	147
五、价值流程结构	147
第六节 2010-2015年中国有机食品行业投资风险分析	148
一、市场竞争风险	148
二、原材料压力风险分析	148
三、技术风险分析	149
四、政策和体制风险	149
五、外资进入现状及对未来市场的威胁	150

通过《2012-2016年中国有机食品行业市场调查与未来前景预测研究报告》，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。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/192027.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。