



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国有机食品市场 分析与发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2012-2016年中国有机食品市场分析与发展趋势研究报告》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/199619.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。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国有机食品市场分析与发展趋势研究报告》共十五章。首先介绍了有机农业及有机食品概述、中国有机食品行业发展环境等，接着分析了中国有机食品行业发展的现状，然后介绍了中国有机食品行业市场竞争态势、中国主要地区有机食品发展格局。随后，报告对中国有机食品行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国有机食品市场发展趋势与投资预测。您若想对有机食品产业有个系统的了解或者想投资有机食品行业，本报告是您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。

### 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 2011-2012年中国有机农业发展状况分析

### 第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年国际有机食品行业运行现状分析

#### 第一节 2011-2012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 2011-2012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 2012-2016年世界有机食品行业发展趋势分析

### 第四章 2011-2012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 2011-2012年中国有机食品行业发展环境分析

### 第一节 2011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、2012年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2011-2012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 2011-2012年中国有机食品行业发展社会环境分析

## 第六章 2011-2012年中国有机食品行业运行形势分析

### 第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国有机食品行业市场动态分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国有机蔬菜产业发展走势分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国有机茶产业发展局势分析

### 第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年中国有机食品行业市场竞争态势分析

### 第一节 2011-2012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 2011-2012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 2012-2016年中国有机食品市场竞争走势预测分析

## 第十二章 2011-2012年中国主要地区有机食品发展格局分析

### 第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012年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、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 泰安泰山亚细亚食品有限公司

##### 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 北京欧阁有机农庄科贸发展有限公司

##### 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 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司

##### 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 绿都集团股份有限公司

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

### 第十四章 2012-2016年中国有机食品市场发展趋势预测分析

#### 第一节 2012-2016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、有机食品将领航国际消费新时尚

三、有机食品四场潜力巨大

#### 第二节 2012-2016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 2012-2016年中国有机食品行业市场盈利预测分析

### 第十五章 2012-2016年中国有机食品行业投资前景分析

#### 第一节 2012-2016年中国有机食品行业投资环境分析

#### 第二节 2012-2016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 2012-2016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：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

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

图表：绿都集团股份有限公司负债指标走势图

图表：绿都集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：绿都集团股份有限公司成长能力指标走势图

通过《2012-2016年中国有机食品市场分析与发展趋势研究报告》，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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/199619.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](http://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专业提供投资咨询报告、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。