



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国生态农业及绿色食品产业市场深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国生态农业及绿色食品产业市场深度分析与投资前景预测报告》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/233756.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

生态农业是按照生态学原理和经济学原理，运用现代科学技术成果和现代管理手段，以及传统农业的有效经验建立起来的，能获得较高的经济效益、生态效益和社会效益的现代化农业。它要求把发展粮食与多种经济作物生产，发展大田种植与林、牧、副、渔业，发展大农业与第二、三产业结合起来，利用传统农业精华和现代科技成果，通过人工设计生态工程、协调发展与环境之间、资源利用与保护之间的矛盾，形成生态上与经济上两个良性循环，经济、生态、社会三大效益的统一。

20世纪初以来，为了克服常规农业发展带来的环境问题，许多国家发展了多种农业方式以期替代常规农业，如"生态农业、生物农业、有机农业"等，其生产的食品称为自然食品、有机食品和生态食品等。尽管叫法不同，但宗旨和目的均是指在环境与经济协调发展思想的指导下，按照农业生态系统内物种共生，物质循环，能量多层次利用的生态学原理，因地制宜利用现代科学技术与传统农业技术相结合，充分发挥地区资源优势，依据经济发展水平及"整体、协调、循环、再生"原则，运用系统工程方法，全面规划，合理组织农业生产，实现农业高产优质高效持续发展，达到生态和经济两个系统的良性循环和"三个效益"的统一。

简单地说，生态农业吸收了传统农业的精华，借鉴现代农业的生产经营方式，以可持续发展为基本指导思想，实现农业经济系统、农村社会系统、自然生态系统的同步优化，促进生态保护和农业资源的可持续利用。

《2013-2018年中国生态农业及绿色食品产业市场深度分析与投资前景预测报告》侧重对生态农业及绿色食品行业运行环境、市场格局、产品市场供需、企业竞争的研究和行业发展趋势及市场规模增长的预测。通过研究生态农业及绿色食品行业市场的特征、竞争态势、市场现状及预测，使企业和投资者对生态农业及绿色食品行业整个市场的脉络更为清晰，从而保证投资者做出更为正确的决策。

报告目录：

第一章 生态农业发展概述

第一节 生态农业定义

一、生态农业的定义

二、生态农业的基本内涵与特点

三、生态农业和农业可持续性发展的关系

第二节 生态农业的发展概况

一、生态农业的食物链分析

- 二、发展生态农业的必要性
- 三、发展高效生态农业的意义
- 四、生态农业的发展历程

第三节 生态农业系统及模式分析

- 一、我国农业生态系统的打造
- 二、生态农业模式配置与栽培技术关键
- 三、生态农业的典型模式分析

第二章 国际生态农业发展分析

第一节 国外生态农业发展分析

- 一、国外生态农业发展背景
- 二、国外生态农业发展历程
- 三、世界生态农业发展的原因
- 四、世界生态农业的发展对中国的启示

第二节 国外生态农业发展现状

- 一、生态农业面积分析
- 二、生态农产品产值分析
- 三、生态农产品需求分析
- 四、生态农业在国际上的发展前景
- 五、国内外生态农业发展对比

第三节 部分国家生态农业发展分析

- 一、德国生态农业发展现状
- 二、波兰的生态农业发展情况
- 三、瑞典生态农业的发展分析
- 四、奥地利生态农业发展分析
- 五、日本生态农业发展发展分析
- 六、2011年法国生态农业集成研究热点分析

第四节 国外农业生态系统可持续发展的定量评价

- 一、农业生态系统的可持续发展
- 二、国外农业生态系统可持续发展的定量评价研究
- 三、定量化研究的复杂性及目前研究的不足之处
- 四、对我国农业生态系统可持续发展研究的借鉴

第三章 我国生态农业发展分析

第一节 生态农业发展现状分析

- 一、发展生态农业面临的挑战
- 二、发展生态农业的路径选择
- 三、生态农业的发展现状
- 四、生态农业发展的障碍分析
- 五、保护生态农业发展的策略

第二节 生态农业的依赖性

- 一、化工产品发展对生态农业的影响
- 二、肥料二次加工发展对生态农业的影响

第三节 中国生态农业的研发与实践

- 一、中国生态农业的研发
- 二、中国生态产业的实践

第四节 发展生态农业的途径分析

- 一、加强对生态农业的认识
- 二、大力普及生态农业知识
- 三、全面推广生态农业技术
- 四、全程监控农业生产过程
- 五、强化生态农业科学研究
- 六、实行产业化确保我国食品安全
- 七、完善法规及严格执法

第五节 生态旅游农业发展状况分析

- 一、生态旅游的定义
- 二、农业生态旅游资源分析
- 三、我国农业生态旅游发展现状及问题
- 四、生态旅游市场营销的内涵分析
- 五、生态旅游可持续发展对策

第四章 生态农业主要区域发展状况分析

第一节 山西省生态农业发展状况分析

- 一、山西发展生态农业的制约因素和优势

二、山西生态农业发展的模式

三、山西生态农业发展建设的成就

四、山西生态农业建设存在的问题

五、发展生态农业的对策建议

第二节 江西省生态农业发展状况分析

一、江西省生态农业简介

二、江西省生态农业发展概况

三、发展生态农业是江西农业发展的必然趋势

四、江西发展生态农业的优势

五、江西发展生态农业的途径

第三节 湖北省生态农业发展状况分析

一、2011年湖北咸丰生态农业发展分析

二、2011年湖北丹江口市生态农业发展分析

第四节 广东省生态农业发展状况分析

一、广东珠海生态农业发展规划分析

二、外资进入广东农业的现状及对策

三、广东构建生态农业生态工业循环经济体系

第五节 江苏省生态农业发展状况分析

一、江苏省生态农业县建设分析

二、江苏兴化生态农业园区分析

三、江苏生态农业为江宁新农村建设添光彩

第六节 山东生态农业发展状况分析

一、山东省生态农业发展概况

二、2013年山东生态农业发展分析

三、2013年山东沂水县科技投入助生态村建设

第七节 安徽省生态农业发展状况分析

一、安徽省宣城市生态农业发展态势分析

二、安徽省生态农业发展规划

第八节 都市型生态农业发展状况分析

一、天津发展都市型农业生态园分析

二、佛山市发展都市型生态农业的策略

三、西安建设生态农业综合开发区

第五章 生态农业竞争力分析

第一节 生态农业建设及其竞争力分析

- 一、生态农业是农业核心竞争力的标志
- 二、生态农业建设的发展思路
- 三、加快推进生态农业建设

第二节 农业技术科技创新和技术进步

- 一、现代农业推进科技创新
- 二、加快农业科技进步的创新之举
- 三、科技创新是现代农业发展的强大支撑
- 四、农业科技体制改革是"三农"的需要
- 五、我国取得农业科技成果分析

第三节 中国生态农业产业竞争力的钻石模型分析

- 一、我国生态农业产业发展概况
- 二、钻石模型及六因素分析
- 三、进一步提升中国生态农业产业竞争力的对策

第六章 我国生态农业产业化分析

第一节 我国生态农业产业化的主要类型

- 一、整体协调型
- 二、调整结构型
- 三、科技教育型
- 四、生产基地型
- 五、主导产业型
- 六、龙头企业型
- 七、品牌经营型
- 八、健康产品型
- 九、农林复合型
- 十、生态旅游型

第二节 我国生态农业产业化需要注意的问题

- 一、克服小农经营障碍
- 二、杜绝照搬欧美模式

三、完善农村金融体系

四、加大科研投入力度

五、克服经济生态压力

第三节 西部地区生态农业产业化的优劣势分析

一、西部地区生态农业产业化的优势

二、西部地区生态农业产业化的劣势

第七章 我国绿色食品行业发展分析

第一节 生态食品行业发展状况分析

一、中国生态食品发展前景分析

二、我国绿色食品产品销售额分析

三、绿色食品开发和发展对策

第二节 绿色食品市场发展状况分析

一、我国绿色食品发展现状

二、我国绿色食品发展前景

三、绿色市场发展状况调查分析

四、绿色食品市场发展瓶颈

五、我国有机食品发展困境及对策分析

六、绿色食品企业的市场定位

七、中国绿色食品标志已在日美等国注册

八、我国绿色食品和有机食品合格率达100%

第三节 绿色食品政策分析

一、绿色食品认证及标志使用收费管理办法

二、绿色食品现行有效使用标准目录

三、2013年绿色食品将进专卖店

第四节 绿色食品产业集群发展、升级与制度优势

一、问题的提出及文献回顾

二、产业集群是一种降低交易成本的制度优势

三、制度优势与产业集群发展和升级

四、利用制度优势加快黑龙江省绿色食品产业集群发展与升级

第八章 我国绿色食品企业经营状况分析

第一节 中国绿色食品实业有限公司

一、公司概况

二、2013年公司最新动态

三、2012-2013年度中国绿色食品拟削减7.8亿元成本

第二节 黑龙江北大荒农业股份有限公司

一、企业概况

二、2013年公司经营情况分析

三、2013年公司财务数据分析

四、公司最新发展动态及策略

第三节 大连天宝绿色食品股份有限公司

一、企业概况

二、2013年公司经营情况分析

三、2013年公司财务数据分析

四、公司最新发展动态及策略

第四节 哈尔滨高科技(集团)股份有限公司

一、企业概况

二、2013年公司经营情况分析

三、2013年公司财务数据分析

四、公司最新发展动态及策略

第九章 行业发展环境分析与预测

第一节 国际宏观经济环境分析

一、2013年全球宏观经济发展分析及预测

二、2013年美国经济发展状况分析及预测

三、2013年日本经济发展状况分析及预测

四、2013年韩国经济发展状况分析及预测

第二节 国内宏观经济环境分析

一、2013年中国宏观经济发展情况

二、2013年中国对外贸易发展分析

三、2013年中国经济增长分析预测

第三节 中国农业和农村经济展望

一、2013年中国农业和农村经济展望

二、2013年促进农业稳定发展农民持续增收的若干意见

第四节 我国有机肥料制造业相关政策分析

- 一、2011年起我国有机肥产品免征增值
- 二、2011年健全农业生态环境补偿制度分析

第五节 我国生态农业发展的财政政策选择

- 一、生态农业发展的财政政策支持现状分析
- 二、我国生态农业发展中财政支持不足的原因
- 三、财政支持生态农业发展的政策选择

第十章 我国有机肥行业发展状况分析

第一节 中国有机肥料发展概况及存在问题剖析

- 一、中国古代施用有机肥料概况
- 二、中国近代肥料生产的发展概况
- 三、中国商品有机肥料发展现状分析
- 四、有机肥料发展存在的问题与发展趋势
- 五、有机肥的发展建议

第二节 有机肥料行业发展状况分析

- 一、有机肥的应用状况及应用前景分析
- 二、我国生物有机肥的发展现状及展望
- 三、未来有机类肥料消费总量预测

第十一章 我国生态农业发展趋势预测

第一节 2013-2018年生态农业发展趋势

- 一、2013-2018年生态农业的发展趋势预测
- 二、农业亟待走向生态农业信息农业和品牌农业
- 三、2013-2018年世界生态农业发展趋势

第二节 落实"十一五"规划建议

- 一、"十一五"规划农业生态环境质量
- 二、"十一五"规划建议涉及农业环境问题的内容
- 三、"十一五"规划建议中涉及农业生态环境保护的新提法
- 四、"十一五"规划建议的实施对农业生态环境影响的特征
- 五、落实"十一五"生态农业规划的措施

第十二章 生态农业发展存在问题与对策

第一节 我国生态农业发展存在的问题

- 一、理论基础存在的问题
- 二、技术体系存在的问题
- 三、政策措施存在的问题
- 四、服务水平和能力存在的问题
- 五、农业产业化水平存在的问题
- 六、组织建设存在的问题
- 七、推广力度存在的问题

第二节 加快我国生态农业发展的对策

- 一、完善保障体系
- 二、加速农业高新技术研发和成果转化
- 三、推进农业产业化经营
- 四、健全激励机制
- 五、借鉴国外成功经验

第三节 对生态农业可持续发展的认识

- 一、效法自然生态系统的可持续进化机制
- 二、认识现代化学农业的不可持续性
- 三、推进可持续农业发展

第四节 西北内陆区农业生态问题治理的法律对策

- 一、西北内陆区农业生态问题治理的法律需求
- 二、西北内陆区农业生态问题治理法律法规存在的问题
- 三、西北内陆区农业生态问题治理的法律对策

第五节 现代生态农业要走物质循环利用型模式

第十三章 生态农业的绿色壁垒规避与突破策略

第一节 发展生态农业规避绿色壁垒

- 一、发展生态农业是规避绿色壁垒的最佳战略
- 二、我国发展生态型农业的政策取向

第二节 发展生态农业突破绿色壁垒

- 一、生态农业在中国的发展

二、发展生态农业突破绿色壁垒的措施

第十四章 生态农业产业发展借鉴与研究

第一节 上海市都市型生态农业发展模式研究

一、上海市都市型生态农业发展现状与模式

二、上海市都市型生态农业发展对策

第二节 孟岔生态型现代农业发展模式创建与启示

一、孟岔生态型现代农业发展模式

二、孟岔生态型现代农业发展模式的启示

三、政策与建议

第三节 柴达木家庭式生态农业循环经济模式建设研究

一、家庭式生态农业循环经济模式

二、农业经济环境分析

三、家庭式生态农业循环经济模式建设

四、家庭式生态农业循环经济模式建设示例

五、小结

第十五章 生态农业产业投资策略分析

第一节 2013年中国农业投资机会分析

一、2013年中国农业发展现状与产业链分析

二、2013年中国农业投资情况

三、2011年中国农业的投资机会与风险分析

第二节 生态农业投资项目外部效益评估的系统研制

一、生态农业投资项目外部效益评估概况

二、生态农业投资项目外部效益评估因素分析

三、生态农业投资项目外部效益评估系统的逻辑结构

四、生态农业投资项目外部效益评估系统构成

五、生态农业投资项目外部效益评估系统功能模块

六、生态农业投资项目外部效益评估系统应用前景

第三节 生态农业项目的投资系统风险度量方法

一、投资项目传统的风险分析方法述评

二、投资项目系统输入变量敏感度的计算

三、生态农业项目投资风险的模糊度量

第四节 生态农业行业潜在投资机会

一、生态农业投资项目分析

二、可以投资的生态农业模式

三、2011-2050年生态农业的建设目标

第十六章 绿色食品产业发展对策研究

第一节 我国绿色食品产业行业发展存在问题与对策

一、我国绿色食品产业现存问题分析

三、加快推进我国绿色食品产业的对策与建议

第二节 探讨江西绿色食品产业发展对策

一、江西绿色食品产业的发展现状

二、江西绿色食品产业发展中存在的主要问题

三、江西绿色食品产业的发展措施

第三节 黑龙江绿色食品产业升级的路径选择

一、发展产业集群与提升综合竞争力

二、黑龙江绿色食品产业集群发展现状

三、黑龙江发展产业集群升级绿色食品产业的路径选择

第四节 辽宁省绿色食品产业发展问题研究

一、辽宁省绿色食品产业发展现状分析

二、辽宁省绿色食品产业发展存在问题

三、加快推进辽宁省绿色食品产业发展的对策建议

第十七章 绿色食品营销策略

第一节 绿色食品营销环境分析

一、绿色食品营销的国际环境

二、绿色食品营销的国内环境

第二节 绿色食品营销战略

一、实行大市场营销策略

二、实行绿色包装

三、实行绿色渠道和绿色促销策略

四、实施绿色价格策略

第三节 我国绿色食品的发展战略和出口对策

一、我国绿色食品的发展道路

二、我国绿色食品的营销和出口策略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/233756.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。