



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国有机蔬菜行业 市场评估分析及发展前景调研战 略研究报告

一、调研说明

《2018-2024年中国有机蔬菜行业市场评估分析及发展前景调研战略研究报告》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/294135.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

有机蔬菜，是指在蔬菜生产过程中严格按照有机生产规程，禁止使用任何化学合成的农药、化肥、生长调节剂等化学物质，以及基因工程生物及其产物，而是遵循自然规律和生态学原理，采取一系列可持续发展的农业技术，协调种植平衡，维持农业生态系统持续稳定，且经过有机食品认证机构鉴定认证，并颁发有机食品证书的蔬菜产品。

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。

报告目录：

第一章 中国有机蔬菜行业品牌发展环境分析

第一节 有机蔬菜产品/行业特征

- 一、有机食品行业定义
- 二、有机蔬菜和其他蔬菜区别
- 三、有机蔬菜行业消费特征

第二节 2018年中国宏观经济发展环境分析

- 一、2018年中国GDP增长情况分析
- 二、2018年工业经济发展形势分析
- 三、2018年全社会固定资产投资分析
- 四、2018年社会消费品零售总额分析
- 五、2018年城乡居民收入与消费分析
- 六、2018年对外贸易的发展形势分析

第三节 有机蔬菜政策环境特征

- 一、有机产品认证管理办法
- 二、《有机产品》国家标准
- 三、有机蔬菜认证报告目录：
- 四、有机产品认证实施规则
- 五、蔬菜流通环节 免征增值税
- 六、全国蔬菜产业发展规划
- 七、有机农业示范基地创建与管理办法
- 八、有机产品认证标志及有机码管理政策

第四节 有机蔬菜行业竞争特征

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、可替代品威胁分析
- 三、贴牌加工产品市场威胁分析

第五节 有机蔬菜行业技术环境特征

- 一、有机蔬菜的生产条件
- 二、有机蔬菜栽培技术措施
- 三、关于有机蔬菜认证机构

第二章 中国有机蔬菜行业品牌产品市场分析

第一节 有机蔬菜市场供给分析

第二节 有机蔬菜区域结构分析

第三节 有机蔬菜区域市场分析

- 一、东北地区市场供给分析
- 二、华北地区市场供给分析
- 三、华东地区市场供给分析
- 四、华中地区市场供给分析
- 五、华南地区市场供给分析
- 六、西部地区市场供给分析

第三章 国内有机蔬菜行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节 有机蔬菜市场规模统计分析

第二节 有机蔬菜历年消费量统计分析

第三节 有机蔬菜行业品牌产品价格走势分析

第四节 有机蔬菜产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第五节 有机蔬菜产品的品牌市场调查

- 一、消费者对有机蔬菜品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对有机蔬菜产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对有机蔬菜品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、影响有机蔬菜购买决策因素

六、消费者的消费理念调研

第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 中国有机蔬菜行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节 销售渠道对有机蔬菜行业品牌发展的重要性

第三节 有机蔬菜行业销售渠道的重要环节 分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节 中国有机蔬菜行业品牌产品市场渠道情况分析

一、KA卖场

二、网上销售

三、餐饮服务

四、礼品团购市场

五、有机零售专卖店

六、传统高档食品超市

七、农场直营和生态旅游市场

第五节 销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节 销售渠道策略分析

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略
- 二、长渠道或短渠道的营销策略
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节 销售渠道决策的评估方法

- 一、销售渠道评估数学模型介绍
- 二、财务评估法介绍
- 三、交易成本评估法介绍
- 四、经验评估法介绍

第八节 中国有机蔬菜行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

- 一、国内生产企业投资运作模式
- 二、国内营销企业投资运作模式
- 三、外销与内销优势分析

第五章 中国有机蔬菜行业进出口市场情况分析

第一节 2015-2018年中国有机蔬菜行业进出口量分析

- 一、中国有机蔬菜行业进口分析
- 二、中国有机蔬菜行业出口分析

第二节 2018-2024年中国有机蔬菜行业进出口市场预测分析

- 一、中国有机蔬菜行业进口预测
- 二、中国有机蔬菜行业出口预测

第六章 中国有机蔬菜行业优势品牌企业分析

第一节 福建省闽中有机食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节 长沙天野有机农业发展有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节 肥城市绿源果蔬有限公司

- 一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 山东万德大地有机食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 泰安泰山亚细亚食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七章 中国有机蔬菜行业品牌竞争格局分析

第一节 有机蔬菜行业历史竞争格局概况

一、有机蔬菜行业集中度分析

二、有机蔬菜行业竞争程度分析

第二节 有机蔬菜行业企业竞争状况分析

一、领导地区的市场力量

二、其他地区的竞争力

第三节 2018-2024年中国有机蔬菜行业竞争格局展望

第八章 2018-2024年国内有机蔬菜行业品牌发展预测

第一节 2018-2024年有机蔬菜行业品牌市场财务数据预测

一、有机蔬菜行业总产值预测

二、有机蔬菜行业利润总额预测

三、有机蔬菜行业总资产预测

第二节 2018-2024年有机蔬菜行业供需预测

一、有机蔬菜产量预测

二、有机蔬菜需求预测

三、有机蔬菜供需平衡预测

第三节 2018-2024年有机蔬菜行业投资机会

一、有机蔬菜行业主要领域投资机会

二、有机蔬菜行业出口市场投资机会

三、有机蔬菜行业企业的多元化投资机会

第四节 2018-2024年影响有机蔬菜行业发展的主要因素

一、影响有机蔬菜行业运行的有利因素分析

二、影响有机蔬菜行业运行的稳定因素分析

三、影响有机蔬菜行业运行的不利因素分析

四、我国有机蔬菜行业发展面临的挑战分析

五、我国有机蔬菜行业发展面临的机遇分析

第五节 2018-2024年有机蔬菜行业投资风险及控制策略分析

一、有机蔬菜行业政策风险及控制策略

二、有机蔬菜行业经营风险及控制策略

三、有机蔬菜行业价格风险及控制策略

四、有机蔬菜行业食品安全风险及控制策略

五、有机蔬菜行业自然灾害风险及控制策略

第九章 2018-2024年国内有机蔬菜行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 有机蔬菜行业发展的PEST分析

一、政策和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节 有机蔬菜行业投资价值分析

一、2018-2024年蔬菜产业发展趋势分析

二、2018-2024年有机蔬菜市场趋势总结

三、2018-2024年有机蔬菜市场发展空间

四、2018-2024年有机蔬菜技术革新趋势

五、2018-2024年有机蔬菜价格走势分析

第四节 有机蔬菜行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、产业政策风险

三、行业竞争风险

四、供需波动风险

五、技术创新风险

六、经营管理风险

七、其他风险

第五节 有机蔬菜行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

第十章 中国有机蔬菜行业总结及企业经营战略建议（AKLT）

第一节 有机蔬菜行业问题总结

一、有机蔬菜生产存在问题

二、有机蔬菜市场存在问题

三、发展有机蔬菜主要对策

四、有机蔬菜产业发展建议

第二节 2018-2024年有机蔬菜行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节 2018-2024年有机蔬菜行业企业的资本运作模式

一、有机蔬菜行业企业国内资本市场的运作建议

（一）有机蔬菜行业企业的兼并及收购建议

（二）有机蔬菜行业企业的融资方式选择建议

二、有机蔬菜行业企业海外资本市场的运作建议

第四节 2018-2024年有机蔬菜行业企业营销模式建议

一、有机蔬菜行业企业的国内营销模式建议

（一）有机蔬菜行业企业的渠道建设

（二）有机蔬菜行业企业的品牌建设

二、有机蔬菜行业企业海外营销模式建议

（一）有机蔬菜行业企业的海外细分市场选择

（二）有机蔬菜行业企业的海外经销商选择

第五节 有机蔬菜市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、企业重点客户的鉴别与确定

三、企业重点客户的开发与培育

四、实施重点客户战略要需解决的问题

五、企业重点客户的市场营销策略分析

部分图表目录：

图表1：2015-2018年国内生产总值及其增长速度

图表2：2015-2018年全部工业增加值及其增长速度

图表3：2018年主要工业产品产量及其增长速度

图表4：2015-2018年全社会固定资产投资及其增长速度

图表5：2018年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表6：2018年固定资产投资新增主要生产能力

图表7：2015-2018年社会消费品零售总额及其增长速度

图表8：2015-2018年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表9：2015-2018年城镇居民人均纯收入及其实际增长速度

图表10：2015-2018年货物进出口总额

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/294135.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。