

中国有机食品市场营销现状及前景发展策略分析报告2023-2029年

产品名称	中国有机食品市场营销现状及前景发展策略分析报告2023-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国有机食品市场营销现状及前景发展策略分析报告2023-2029年【报告编号】：383725【出版时间】：2022年11月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递
【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

****章有机农业及有机食品概述** 211.1有机农业概述 211.1.1有机农业的定义
211.1.2有机农业的特征 221.1.3有机农业具有的优势 231.2有机食品的介绍
241.2.1有机食品的概念及种类 241.2.2有机食品产生的历史背景
251.2.3有机食品应该具备的条件 251.2.4有机食品、绿色食品和无公害食品的区别
261.3中国有机食品相关介绍及发展意义 271.3.1中国有机食品的发展历程
271.3.2中国有机食品标志的含义 301.3.3中国发展有机食品的意义
301.4有机食品行业生命周期判断 341.52019-2022年中国宏观经济运行情况
351.5.12022年中国宏观经济运行状况 351.5.22022年中国农业发展运行情况
471.5.32022年中国经济运行分析 49第二章2019-2022年有机农业发展分析
532.12019-2022年国际有机农业发展概况 532.1.1国际有机农业发展现状
532.1.2****应该将有机农业作为农业发展的优先目标
542.1.3世界有机农业发展的主要经验 552.1.4欧盟各国有机农业政策发展分析
592.1.5美国有机农业发展分析 612.1.6世界有机农业发展呈出七大趋势
622.22019-2022年中国有机农业的发展分析 722.2.1中国有机农业发展现状
722.2.2中国发展有机农业的必要性 752.2.3中国发展有机农业的可行性
762.2.4中国有机农业发展的机遇 762.2.5中国有机农业发展的挑战
772.2.6湖南省有机农业的发展分析

802.32019-2022年中国有机农业发展存在的问题及策略

812.3.1中国有机农业发展存在的问题 812.3.2中国有机农业发展的对策分析

832.3.3中国发展有机农业的策略 862.42019-2022年中国有机园艺发展策略分析

892.4.1有机园艺的特点 892.4.2中国有机园艺生产的优势

912.4.3影响中国有机园艺生产发展的主要因素 932.4.4发展有机园艺的思路与策略

942.5中国有机农业发展前景 97第三章2019-2022年国际有机食品行业的发展分析

993.12019-2022年国际有机食品行业发展概况 993.1.1全球有机食品发展回顾

993.1.22022年全球有机食品市场规模分析 993.1.3全球有机食品消费发展分析

1003.1.4国外有机食品企业开拓市场的经验 1023.22019-2022年欧盟有机食品行业分析

1053.2.1欧盟有机食品行业发展概况 1053.2.22022年欧洲有机食品市场规模分析

1063.2.3欧盟有机食品市场加快发展的原因

1073.24欧盟有机食品发展存在的问题及对策

1083.32019-2022年德国有机食品行业发展分析

1113.3.12022年德国有机食品市场规模分析 1113.3.2德国有机食品销售渠道

1123.3.3德国有机食品行业发展潜力巨大

1133.42019-2022年美国有机食品行业发展分析

1153.4.12022年美国有机食品市场规模分析 1153.4.2美国有机食品主导消费潮流

1163.52019-2022年英国有机食品行业发展分析

1213.5.12022年英国有机食品市场规模分析 1213.5.2金融危机波及英国有机食品市场

1223.62019-2022年其他国家有机食品行业 1223.6.12022年日本有机食品市场规模分析

1223.6.2韩国有机食品需求分析 1233.6.32022年加拿大实施新的《有机食品法规》

124第四章2019-2022年中国有机食品行业的发展分析 1254.1中国有机食品行业概况

1254.1.1中国有机食品发展的三个阶段 1254.1.2中国有机食品发展现状

1284.1.3有机产业市场发展特征 1294.1.4中国有机食品行业发展优势

1304.1.5中国有机食品的生产优势 1314.1.6中国有机食品渠道现状

1344.22019-2022年中国有机食品行业发展分析

1394.2.12019-2022年中国有机食品行业运行基本状况

1394.2.22022年中国有机食品市场规模分析

1434.2.32022年度中国有机食品行业竞争结构分析

1444.2.4中国有机食品市场机会及潜力分析

1454.2.5有机食品的科技创制机制发展分析

1454.32019-2022年中国有机食品认证情况分析 1484.3.1中国有机食品认证概述

1484.3.2中国农业系统有机食品认证发展状况分析

1504.3.3中国有机食品认证存在的主要问题 1534.42019-2022年有机食品市场调研分析

1554.4.1有机食品消费者行为研究 1554.4.2有机食品消费者调查分析

1564.4.3消费者对有机食品的认知所存在的问题 1594.4.4解决消费者认知问题的措施

1624.52019-2022年中国有机食品出口情况分析 1634.5.1中国有机食品出口的现状

1634.5.22022年中国有机食品出口欧盟新规 1644.5.3超有机食品有望进入欧洲

1654.5.4开拓欧洲有机食品市场的对策

1654.5.5中国有机食品出口中存在的问题及对策

1684.62019-2022年有机食品行业存在的问题与挑战

1694.6.1中国有机食品发展存在的问题 1694.6.2中国有机食品产业亟待解决三大问题
1704.6.3中国有机食品行业发展面临的挑战
1734.6.4中国有机食品有效需求增长缓慢原因分析
1744.6.5中国有机食品的发展及制约因素分析
1774.72019-2022年中国有机食品行业发展的策略
1804.7.1浅析中国有机食品行业发展战略
1804.7.2加快中国有机食品发展速度的几点措施
1814.7.3促进有机食品产业健康发展的建议 1854.7.4有机食品推动流行的策略分析
185第五章2019-2022年中国主要地区有机食品行业的发展分析
1915.12019-2022年西部有机食品发展分析
1915.1.1西部地区发展有机食品生产的有利条件
1915.1.2西部地区有机食品产业发展现状
1925.1.3西部地区有机食品产业发展中存在的主要问题
1935.1.4西部地区发展有机食品产业的战略措施 1985.1.5西部地区有机食品开发方略
2015.2辽宁有机食品生产实例分析 2025.2.1“绿色芳山”有机食品生产的发展历程
2025.2.2“绿色芳山”有机食品发展现状
2025.2.3“绿色芳山”有机食品发展经验与模式
2035.2.4辽宁有机食品基地年增效益预测 2035.3甘肃省有机食品发展状况
2045.3.1甘肃有机食品发展现状 2045.3.2甘肃省有机食品发展潜力分析
2055.3.3甘肃省开发有机食品的应对措施 2055.4山西省有机食品开发分析
2075.4.1山西省有机食品开发的意义 2075.4.2山西省有机食品开发政策体系构成要素
2075.4.3山西省有机食品开发政策体系的构建 2075.5广州市有机食品发展分析
2085.5.1广州市有机食品发展现状 2085.5.2广州市有机食品发展的对策
2105.6新疆有机食品发展状况 2125.6.1新疆有机食品产业发展的优势条件分析
2125.6.2新疆伊犁河谷绿色有机食品生产情况
2155.6.3新疆生产建设兵团探索“有机食品”种植新思路
2165.6.4新疆有机食品产业的发展战略 2175.6.5新疆有机食品发展规划
2175.72019-2022年其他地区有机食品发展状况
2345.7.12022年江西绿色有机食品保持快速发展态势
2345.7.22022年安徽合肥有机食品发展情况 2345.7.32022年海南省首批有机食品获认证
2355.7.4四川西充打造中国西部有机食品**县 2365.7.5山东博山有机食品发展情况
2375.7.62022年云南省绿色有机食品产业协会成立
2385.7.72019-2022年江苏省宝应县有机食品发展情况
2395.7.82019-2022年牡丹江市绿色有机食品发展情况
2405.7.9宁夏利用沙漠资源发展绿色有机食品产业分析
241第六章2019-2022年中国有机蔬菜产业发展分析 2436.1有机蔬菜相关概述
2436.1.1有机蔬菜的定义 2436.1.2有机蔬菜与无公害蔬菜、绿色蔬菜的区别
2436.1.3有机蔬菜的生产条件 2446.1.4有机蔬菜的生产特点
2456.1.5关于有机蔬菜认证机构 2476.22019-2022年中国有机蔬菜发展状况
2476.2.1有机蔬菜的生产现状 2476.2.2有机蔬菜的销售分析
2486.2.3中国发展有机蔬菜具有重要意义 2496.2.4中国有机蔬菜转攻****

2506.32019-2022年山东省有机蔬菜发展状况 2526.3.1中国有机蔬菜生产**县发展分析
2526.3.2山东肥城有机蔬菜质保体系 2546.3.3山东省博兴县有机蔬菜出口情况
2556.3.42022年山东省成立有机蔬菜研究中心
2556.3.5山东沂南县探索合理经营模式建设有机蔬菜基地
2566.3.6山东泰安市有机蔬菜产业发展策略
2566.42019-2022年其他地区有机蔬菜发展分析 2586.4.1贵州发展有机蔬菜的发展分析
2586.4.2哈尔滨市场有机蔬菜产销状况
2596.4.3江苏新沂市有机蔬菜标准化示范区建设
2626.4.4河南漯河有机蔬菜基地建设情况
2636.52019-2022年中国有机蔬菜发展面临的问题及策略
2656.5.1有机蔬菜发展中存在的主要问题 2656.5.2发展有机蔬菜的主要对策
2676.5.3有机蔬菜发展的建议 267第七章2019-2022年中国有机茶产业发展分析
2707.1有机茶相关概述 2707.1.1有机茶的概念 2707.1.2有机茶相关介绍
2707.1.3有机茶开发和茶业产业化两者关系探析 2727.1.4有机茶园生态系统服务功能
2747.22019-2022年中国有机茶行业发展分析 2757.2.1中国有机茶的发展历程分析
2757.2.2中国有机茶认证的发展 2787.2.3中国发展有机茶的有利条件
2807.2.4中国有机茶产业发展分析 2817.2.52022年中国有机茶出口情况
2827.32019-2022年部分地区有机茶发展状况 2837.3.1浙江有机茶产业状况
2837.3.2浙江武义机茶产业发展分析 2857.3.3闽东茶区有机茶生产调研分析
2867.3.4武夷山市有机茶产业化分析 2867.3.5广西乐业有机茶发展分析
2907.42019-2022年中国有机茶发展中存在的问题及策略
2927.4.1有机茶行业发展存在的理解误区 2927.4.2中国有机茶发展机遇与对策
2937.4.3中国有机茶行业可持续发展建议 2947.4.4现代可持续茶园生产的实现策略
2967.5中国有机茶的发展前景 298第八章2019-2022年中国其他有机食品发展分析
2998.12019-2022年中国有机水果发展分析 2998.1.1国外有机水果的发展概况
2998.1.2欧盟有机水果消费情况分析 2998.1.3美国有机苹果产量发展分析
3028.1.4中国有机水果的发展现状及优势
3038.1.5广东高州有机水果发展状况及策略剖析 3048.1.6北京市平谷有机桃营销策略
3058.1.7丹东地区有机草莓的现状 3068.1.8中国有机水果发展的展望
3078.22019-2022年中国有机大米市场发展分析
3088.2.12019-2022年吉林柳河有机大米发展情况
3088.2.22022年武汉“有机大米”通过有机食品认证
3098.2.32022年海安建成有机大米生产基地 3098.2.4灌南县加快有机大米发展速度
3108.32019-2022年中国有机奶制品市场发展分析 3108.3.1有机奶概念
3108.3.2国际上有机奶发展状况 3118.3.3中国有机奶发展现状及存在的问题
3118.3.4中国有机奶发展实践分析 3208.3.5发展有机奶产业的重要意义
3228.42019-2022年中国有机水产品市场发展分析 3238.4.1全球有机水产品发展回顾
3238.4.2中国有机水产品市场分析 3248.4.3天津市绿色有机水产品发展情况
3258.4.42022年山东临沂有机水产品认证情况
3268.4.52022年山东蒙阴县加大有机水产品发展力度
327第九章中国有机食品重点竞争企业分析 3289.1宁波启盛生物食品发展有限公司

3289.1.1企业基本情况 3289.1.2公司经营情况 3299.1.32022年企业开拓多元化国际市场
3309.2泰安泰山亚细亚食品有限公司 3309.2.1企业基本情况
3309.2.2企业有机食品发展情况 3319.2.3公司经营情况 3319.3济宁市明源果蔬有限公司
3329.3.1企业基本情况 3329.3.2公司经营情况 3329.5科尔沁易生有机食品有限公司
3349.5.1企业基本情况 3349.5.2公司经营情况 3349.6黑龙江龙奇有机食品开发有限公司
3359.6.1企业基本情况 3359.6.2公司经营情况 3369.7衢州烛光有机食品有限公司
3379.7.1企业基本情况 3379.7.2公司经营情况 3379.8神农架有机茶开发有限责任公司
3399.8.1企业基本情况 3399.8.2公司经营情况
3399.9湖南省沅陵碣滩有机茶叶开发有限公司 3409.9.1企业基本情况
3409.9.2公司经营情况 3419.10江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司
3439.10.1企业基本情况 3439.10.2企业产品发展情况 3449.10.3公司经营情况
3449.11绿都集团股份有限公司 3469.11.1企业基本情况 3469.11.2公司经营情况
3479.12北京欧阁有机农庄科贸发展有限公司 3489.12.1企业基本情况
3489.12.2“有机农庄”发展模式剖析 3489.12.32022年企业发展情况
349第十章2023-2029年中国有机食品发展前景与趋势
35110.12023-2029年国际有机食品发展前景及趋势
35110.1.1国际有机食品产业发展趋势 35110.1.22023-2029年世界有机食品发展预测
35210.22023-2029年中国有机食品发展展望 35310.2.1中国有机食品的发展前景
35310.2.22023-2029年中国有机食品发展预测
35410.2.3“十四五”期间中国将大力促进有机食品业发展
354第十一章2023-2029年中国有机食品产业投资分析
35611.12023-2029年中国有机食品产业投资环境分析
35611.1.12022年中国宏观经济总体发展形势
35611.1.22022年金融危机对中国经济的影响
35911.22023-2029年中国有机食品SWOT分析
36611.32023-2029年中国有机食品产业投资风险分析 37011.3.1市场竞争风险
37011.3.2产业政策风险 37011.3.3生产技术风险
37011.42023-2029年中国有机食品产业投资策略分析
37111.4.1有机食品区域投资热点分析 37111.4.2中国有机食品投资潜力分析
37111.4.3中国有机食品开发的策略分析 375

图表1：中国有机食品标志 30 图表2：有机食品行业生命周期示意图

35 图表3：2017-2021年国内生产总值及其增长速度

35 图表4：2021年居民消费价格月度涨跌幅度

36 图表5：2021年居民消费价格比上年涨跌幅度

37 图表6：2021年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

37 图表7：2017-2021年全部工业增加值及其增长速度

38 图表8：2021年主要工业产品产量及其增长速度

39 图表9：2017-2021年全社会固定资产投资

41 图表10：2021年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

42 图表11：2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力

42图表12：2017-2021年全国一般公共预算收入

43图表13：2017-2021年全年社会消费品零售总额

44图表14：2017-2021年货物进出口总额

45图表15：2021年货物进出口总额及其增长速度

45图表16：2021年主要商品出口数量、金额及其增长速度

45图表17：2021年主要商品进口数量、金额及其增长速度

46图表18：2021年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

46图表19：2017-2021年粮食产量

47图表20：2019-2022年3季度全球有机食品行业市场规模统计表

99图表21：2019-2022年3季度全球有机食品行业市场规模分析图

100图表22：2019-2022年3季度欧洲有机食品行业市场规模统计表

106图表23：2019-2022年3季度欧洲有机食品行业市场规模分析图

106图表24：2019-2022年3季度德国有机食品行业市场规模统计表

111图表25：2019-2022年3季度德国有机食品行业市场规模分析图

111图表26：2019-2022年3季度美国有机食品行业市场规模统计表

115图表27：2019-2022年3季度美国有机食品行业市场规模分析图

116图表28：2019-2022年3季度英国有机食品行业市场规模统计表

121图表29：2019-2022年3季度英国有机食品行业市场规模分析图

121图表30：2019-2022年3季度日本有机食品行业市场规模统计表

122图表31：2019-2022年3季度日本有机食品行业市场规模分析图

123图表32：2019-2022年3季度中国有机食品行业销售收入统计表

139图表33：2019-2022年3季度中国有机食品行业销售收入分析图

140图表34：2019-2022年3季度中国有机食品行业工业总产值统计表

140图表35：2019-2022年3季度中国有机食品行业工业总产值分析图

141图表36：2019-2022年3季度中国有机食品行业总资产统计表

141图表37：2019-2022年3季度中国有机食品行业总资产分析图

141图表38：2019-2022年3季度中国有机食品行业利润总额统计表

142图表39：2019-2022年3季度中国有机食品行业利润总额分析图

142图表40：2019-2022年3季度中国有机食品行业市场规模统计表

143图表41：2019-2022年3季度中国有机食品行业市场规模分析图

143图表42：购买有机食品消费者收入分布

156图表43：购买有机食品消费者年龄分布

157图表44：有机食品行业不同地区需求比例

157图表45：有机食品行业价格敏感程度 158图表46：有机食品行业品牌影响程度

158图表47：有机食品行业购买方便影响程度

158图表48：有机食品行业广告影响程度 158图表49：有机食品行业包装影响程度

158图表50：消费者对有机食品品牌认知度调查

159图表51：消费者对有机食品品牌的首要认知渠道调查

159图表52：消费者经常买的有机食品品牌调查

160图表53：消费者选择有机食品的因素 161图表54：三大关键人物要具备的条件

185图表55：整个流行形成过程的三类受众

187图表56：2019-2022年3季度中国有机蔬菜行业产量统计表
247图表57：2019-2022年3季度中国有机蔬菜行业产量分析图
247图表58：2019-2022年3季度中国有机蔬菜行业消费量统计表
248图表59：2019-2022年3季度中国有机蔬菜行业消费量分析图
248图表60：欧盟有机水果人均消费量 300图表61：欧盟主要有机水果消费量结构
301图表62：企业经营状况分析 329图表63：企业竞争力分析
329图表64：企业经营状况分析 331图表65：企业竞争力分析
331图表66：企业经营状况分析 332图表67：企业竞争力分析
333图表68：企业经营状况分析 334图表69：企业竞争力分析
335图表70：企业经营状况分析 336图表71：企业竞争力分析
336图表72：企业经营状况分析 337图表73：企业竞争力分析
338图表74：企业经营状况分析 339图表75：企业竞争力分析
340图表76：企业经营状况分析 341图表77：企业竞争力分析
342图表78：企业经营状况分析 344图表79：企业竞争力分析
345图表80：企业经营状况分析 347图表81：企业竞争力分析
347图表82：企业经营状况分析 349图表83：企业竞争力分析
349图表84：2023-2029年世界有机食品市场规模预测
352图表85：2023-2029年中国有机食品市场规模预测
354图表86：中国有机食品项目风险控制建议与收益潜力提升措施
375图表87：有机食品产品技术应用注意事项分析
376图表88：有机食品产品项目投资注意事项图
377图表89：有机食品产品行业生产开发注意事项
378图表90：有机食品产品销售注意事项 379