

中国有机食品发展形势与未来投资潜力分析报告2023-2028年

产品名称	中国有机食品发展形势与未来投资潜力分析报告 2023-2028年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
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
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国发展形势与未来投资潜力分析报告2023-2028年.....【报告编号】
360259【出版日期】2022年12月【出版机构】中研华泰研究院【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
纸质版+电子版:7000元【联系人员】刘亚 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的介绍241.2.1的概念及种类241.2.2产生的历史背景251.2.3应该具备的条件251.2.4、和无公
害食品的区别261.3中国相关介绍及发展意义271.3.1中国的发展历程271.3.2中国标志的含义301.3.3中国发展的
意义301.4行业生命周期判断341.52020-2022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2020-2022年有机农业发展
分析532.12020-2022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622.22020-2022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802.32020-2022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862.42020-2022年中国有机园艺发展策略分析892.4.1有机园艺的特点8
92.4.2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2020-2022年国际行业的发展分析993.12020-2022年国际行业发
展概况993.1.1全球发展回顾993.1.22022年全球市场规模分析993.1.3全球消费发展分析1003.1.4国外企业开拓
市场的经验1023.22020-2022年欧盟行业分析1053.2.1欧盟行业发展概况1053.2.22022年欧洲市场规模分析106
3.2.3欧盟市场加快发展的原因1073.24欧盟发展存在的问题及对策1083.32020-2022年德国行业发展分析1113.
3.12022年德国市场规模分析1113.3.2德国销售渠道1123.3.3德国行业发展潜力巨大1133.42020-2022年美国行
业发展分析1153.4.12022年美国市场规模分析1153.4.2美国主导消费潮流1163.52020-2022年英国行业发展分
析1213.5.12022年英国市场规模分析1213.5.2金融危机波及英国市场1223.62020-2022年其他国家行业1223.6.1
2022年日本市场规模分析1223.6.2韩国需求分析1233.6.32022年加拿大实施新的《法规》124第四章2020-202
2年中国行业的发展分析1254.1中国行业概况1254.1.1中国发展的三个阶段1254.1.2中国发展现状1284.1.3有
机产业市场发展特征1294.1.4中国行业发展优势1304.1.5中国的生产优势1314.1.6中国渠道现状1344.22020-20
22年中国行业发展分析1394.2.12020-2022年中国行业运行基本状况1394.2.22022年中国市场规模分析1434.2.3

2022年度中国行业竞争结构分析1444.2.4中国市场机会及潜力分析1454.2.5的科技创新机制发展分析1454.32
020-2022年中国认证情况分析1484.3.1中国认证概述1484.3.2中国农业系统认证发展状况分析1504.3.3中国认
证存在的主要问题1534.42020-2022年市场调研分析1554.4.1消费者行为研究1554.4.2消费者调查分析1564.4.3
消费者对的认知所存在的问题1594.4.4解决消费者认知问题的措施1624.52020-2022年中国出口情况分析163
4.5.1中国出口的现状1634.5.22022年中国出口欧盟新规1644.5.3超有望进入欧洲1654.5.4开拓欧洲市场的对策
1654.5.5中国出口中存在的问题及对策1684.62020-2022年行业存在的问题与挑战1694.6.1中国发展存在的问
题1694.6.2中国产业亟待解决三大问题1704.6.3中国行业发展面临的挑战1734.6.4中国有效需求增长缓慢原
因分析1744.6.5中国的发展及制约因素分析1774.72020-2022年中国行业发展的策略1804.7.1浅析中国行业发
展战略1804.7.2加快中国发展速度的几点措施1814.7.3促进产业健康发展的建议1854.7.4推动流行的策略分
析185第五章2020-2022年中国主要地区行业的发展分析1915.12020-2022年西部发展分析1915.1.1西部地区发
展生产的有利条件1915.1.2西部地区产业发展现状1925.1.3西部地区产业发展中存在的主要问题1935.1.4西
部地区发展产业的战略措施1985.1.5西部地区开发方略2015.2辽宁生产实例分析2025.2.1“绿色芳山”生产
的发展历程2025.2.2“绿色芳山”发展现状2025.2.3“绿色芳山”发展经验与模式2035.2.4辽宁基地年增效
益预测2035.3甘肃省发展状况2045.3.1甘肃发展现状2045.3.2甘肃省发展潜力分析2055.3.3甘肃省开发的应对
措施2055.4山西省开发分析2075.4.1山西省开发的意义2075.4.2山西省开发政策体系构成要素2075.4.3山西省
开发政策体系的构建2075.5广州市发展分析2085.5.1广州市发展现状2085.5.2广州市发展的对策2105.6新疆
发展状况2125.6.1新疆产业发展的优势条件分析2125.6.2新疆伊犁河谷绿色生产情况2155.6.3新疆生产建设
兵团探索“ ”种植新思路2165.6.4新疆产业的发展战略2175.6.5新疆发展规划2175.72020-2022年其他地区发
展状况2345.7.12022年江西绿色保持快速发展态势2345.7.22022年安徽合肥发展情况2345.7.32022年海南省首
批获认证2355.7.4四川西充打造中国西部县2365.7.5山东博山发展情况2375.7.62022年云南省绿色产业协会
成立2385.7.72020-2022年江苏省宝应县发展情况2395.7.82020-2022年牡丹江市绿色发展情况2405.7.9宁夏利
用沙漠资源发展绿色产业分析241第六章2020-2022年中国有机蔬菜产业发展分析2436.1有机蔬菜相关概述2
436.1.1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2476.22020-2022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2506.32020-2022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2566.42
020-2022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2636.520
0-2022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2020-2022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2747.22020-2022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281
7.2.52022年中国有机茶出口情况2827.32020-2022年部分地区有机茶发展状况2837.3.1浙江有机茶产业状况28
37.3.2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2907.42020-2022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2020-2022年中国其他发展分析
2998.12020-2022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3078.22020-2022年中国有机大米市场发展分析3088.2.12020-2022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3108.32020-2022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3228.42020-2022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2023-2028年中国发展前景与趋势35110.12023-2028年国际发展前景及趋势35110.1.1国际产业发展趋势35110.1.22023-2028年世界发展预测35210.22023-2028年中国发展展望35310.2.1中国的发展前景35310.2.22023-2028年中国发展预测35410.2.3“十四五”期间中国将大力促进业发展354第十一章2023-2028年中国产业投资分析35611.12023-2028年中国产业投资环境分析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35911.22023-2028年中国SWOT分析36611.32023-2028年中国产业投资风险分析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37011.42023-2028年中国产业投资策略分析37111.4.1区域投资热点分析37111.4.2中国投资潜力分析37111.4.3中国开发的策略分析375图表1：中国标志30图表2：行业生命周期示意图35图表3：2020-2022年国内生产总值及其增长速度35图表4：2022年居民消费价格月度涨跌幅度36图表5：2022年居民消费价格比上年涨跌幅度37图表6：2022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7：2020-2022年全部工业增加值及其增长速度38图表8：2022年主要工业产品产量及其增长速度39图表9：2020-2022年全社会固定资产投资41图表10：2022年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度42图表11：2022年固定资产投资新增主要生产与运营能力42图表12：2020-2022年全国一般公共预算收入43图表13：2020-2022年社会消费品零售总额44图表14：2020-2022年货物进出口总额45图表15：2022年货物进出口总额及其增长速度45图表16：2022年主要商品出口数量、金额及其增长速度45图表17：2022年主要商品进口数量、金额及其增长速度46图表18：2022年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度46图表19：2020-2022年粮食产量47图表20：2020-2022年3季度全球行业市场规模统计表99图表21：2020-2022年3季度全球行业市场规模分析图100图表22：2020-2022年3季度欧洲行业市场规模统计表106图表23：2020-2022年3季度欧洲行业市场规模分析图106图表24：2020-2022年3季度德国行业市场规模统计表111图表25：2020-2022年3季度德国行业市场规模分析图111图表26：2020-2022年3季度美国行业市场规模统计表115图表27：2020-2022年3季度美国行业市场规模分析图116图表28：2020-2022年3季度英国行业市场规模统计表121图表29：2020-2022年3季度英国行业市场规模分析图121图表30：2020-2022年3季度日本行业市场规模统计表122图表31：2020-2022年3季度日本行业市场规模分析图123图表32：2020-2022年3季度中国行业销售收入统计表139图表33：2020-2022年3季度中国行业销售收入分析图140图表34：2020-2022年3季度中国行业工业总产值统计表140图表35：2020-2022年3季度中国行业工业总产值分析图141图表36：2020-2022年3季度中国行业总资产统计表141图表37：2020-2022年3季度中国行业总资产分析图141图表38：2020-2022年3季度中国行业利润总额统计表142图表39：2020-2022年3季度中国行业利润总额分析图142图表40：2020-2022年3季度中国行业市场规模统计表143图表41：2020-2022年3季度中国行业市场规模分析图143图表42：购买消费者收入分布156图表43：购买消费者年龄分布157图表44：行业不同地区需求比例157图表45：行业价格敏感程度158图表46：行业品牌影响程度158图表47：行业购买方便影响程度158图表48：行业广告影响程度158图表49：行业包装影响程度158图表50：消费者对品牌认知度调查159图表51：消费者对品牌的首要认知渠道调查159图表52：消费者经常买的品牌调查160图表53：消费者选择的因素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56：2020-2022年3季度中国有机蔬菜行业产量统计表247图表57：2020-2022年3季度中国有机蔬菜行业产量分析图247图表58：2020-2022年3季度中国有机蔬菜行业消费量统计表248图表59：2020-2022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84：2023-2028年世界市场规模预测352图表85：2023-2028年中国市场规模预测354图表86：中国项目风险控制建

议与收益潜力提升措施375图表87：产品技术应用注意事项分析376图表88：产品项目投资注意事项图377
图表89：产品行业生产开发注意事项378图表90：产品销售注意事项379