

2016-2022年中国有机蔬菜 市场全景调查与投资风险报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国有机蔬菜市场全景调查与投资风险报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/shipin/006189YOBV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

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，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，含有绿色食品标，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。

有机蔬菜的种植讲究的是安全、自然的生产方式，可以很好地促进和维持生态平衡。有机蔬菜无化学残留，口感佳，而且已被证明比普通蔬菜更具营养。人们对安全食品的需求日益强烈，国内市场前景非常乐观。

随着现代人对食品安全的要求越来越高，无污染、无化肥农药残留的有机蔬菜受到更多市民喜爱。有机食品被誉为“朝阳产业”，具有广阔的市场。联合国粮食和农业组织发表的一份报告分析表明，在过去的10年间，在一些国家的市场上，有机农产品的销售额年递增率超过20%。这与一些常规食品市场的停滞不前形成了鲜明的对比。

有机蔬菜的出现，成为解决食品安全问题的重要途径之一。近年来，越来越多的人开始购买有机蔬菜。但由于价格原因消费人群较少，购买量也比较低。虽说有机蔬菜已经有了一些固定消费群，但高价是不争事实，即便在春节消费旺季也不温不火，无法引起更多市民的购买欲。因此，与世界发达国家相比，中国有机蔬菜普及率仍然很低，究其因却是多方面的因素。

《2016-2022年中国有机蔬菜市场全景调查与投资风险报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了有机蔬菜行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国有机蔬菜做了重点企业经营状况分析，并分析了中国有机蔬菜行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章中国有机蔬菜行业品牌发展环境分析 13

第一节有机蔬菜产品/行业特征 13

一、有机食品行业定义 13

二、有机蔬菜和其他蔬菜区别	13
三、有机蔬菜行业消费特征	14
第二节2015年中国宏观经济发展环境分析	15
一、2015年中国GDP增长情况分析	15
二、2015年工业经济发展形势分析	15
三、2015年全社会固定资产投资分析	18
四、2015年社会消费品零售总额分析	20
五、2015年城乡居民收入与消费分析	21
六、2015年对外贸易的发展形势分析	22
第三节有机蔬菜政策环境特征	23
一、有机产品认证管理办法	23
二、《有机产品》国家标准	29
三、有机蔬菜认证报告目录	41
四、有机产品认证实施规则	43
五、蔬菜流通环节免征增值税	48
六、全国蔬菜产业发展规划	51
七、有机农业示范基地创建与管理办法	73
八、有机产品认证标志及有机码管理政策	77
第四节有机蔬菜行业竞争特征	77
一、行业进入壁垒分析	77
二、可替代品威胁分析	79
三、贴牌加工产品市场威胁分析	79
第五节有机蔬菜行业技术环境特征	80
一、有机蔬菜的生产条件	80
二、有机蔬菜栽培技术措施	81
三、关于有机蔬菜认证机构	83
第二章中国有机蔬菜行业品牌产品市场分析	84
第一节有机蔬菜市场供给分析	84
第二节有机蔬菜区域结构分析	84
第三节有机蔬菜区域市场分析	85
一、东北地区市场供给分析	85

- 二、华北地区市场供给分析 86
- 三、华东地区市场供给分析 86
- 四、华中地区市场供给分析 87
- 五、华南地区市场供给分析 87
- 六、西部地区市场供给分析 88

第三章国内有机蔬菜行业品牌需求与消费者偏好调查 89

第一节有机蔬菜市场规模统计分析 89

第二节有机蔬菜历年消费量统计分析 89

第三节有机蔬菜行业品牌产品价格走势分析 90

第四节有机蔬菜产品目标客户群体调查 91

一、不同收入水平消费者偏好调查 91

二、不同年龄的消费者偏好调查 91

三、不同地区的消费者偏好调查 92

第五节有机蔬菜产品的品牌市场调查 92

一、消费者对有机蔬菜品牌认知度宏观调查 92

二、消费者对有机蔬菜产品的品牌偏好调查 93

三、消费者对有机蔬菜品牌的首要认知渠道 93

四、消费者经常购买的品牌调查 94

五、影响有机蔬菜购买决策因素 94

六、消费者的消费理念调研 94

第六节不同客户购买相关的态度及影响分析 95

一、价格敏感程度 95

二、品牌的影响 95

三、购买方便的影响 95

四、广告的影响程度 96

五、包装的影响程度 96

第四章中国有机蔬菜行业品牌产品市场供需渠道分析 97

第一节销售渠道特征分析 97

一、供需渠道定义 97

二、供需渠道格局 97

三、供需渠道形式	98
四、供需渠道要素对比	98
第二节销售渠道对有机蔬菜行业品牌发展的重要性	100
第三节有机蔬菜行业销售渠道的重要环节分析	101
一、批发商	101
二、零售商（无店铺零售、店铺零售）	101
三、代理商	103
第四节中国有机蔬菜行业品牌产品市场渠道情况分析	103
一、KA卖场	103
二、网上销售	104
三、餐饮服务	104
四、礼品团购市场	105
五、有机零售专卖店	106
六、传统高档食品超市	107
七、农场直营和生态旅游市场	108
第五节销售渠道发展趋势分析	108
一、渠道运作趋势发展	108
二、渠道支持趋势发展	109
三、渠道格局趋势发展	110
四、渠道结构扁平化趋势发展	110
第六节销售渠道策略分析	111
一、直接渠道或间接渠道的营销策略	111
二、长渠道或短渠道的营销策略	111
三、宽渠道或窄渠道的营销策略	112
四、单一销售渠道和多销售渠道策略	112
五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略	112
第七节销售渠道决策的评估方法	113
一、销售渠道评估数学模型介绍	113
二、财务评估法介绍	113
三、交易成本评估法介绍	113
四、经验评估法介绍	114
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	114

- 一、国内生产企业投资运作模式 114
- 二、国内营销企业投资运作模式 114
- 三、外销与内销优势分析 115

第五章中国有机蔬菜行业进出口市场情况分析 116

第一节2009-2015年8月中国有机蔬菜行业进出口量分析 116

- 一、中国有机蔬菜行业进口分析 116
- 二、中国有机蔬菜行业出口分析 117

第二节2016-2022年中国有机蔬菜行业进出口市场预测分析 118

- 一、中国有机蔬菜行业进口预测 118
- 二、中国有机蔬菜行业出口预测 119

第六章中国有机蔬菜行业优势品牌企业分析 120

第一节福建省闽中有机食品有限公司 120

- 一、公司基本情况分析 120
- 二、企业发展历程分析 121
- 三、企业经营情况分析 121
- 四、企业主要经济指标 122
- 五、企业发展战略分析 123

第二节长沙天野有机农业发展有限公司 123

- 一、公司基本情况分析 123
- 二、企业主要经济指标 123
- 三、企业偿债能力分析 124
- 四、企业盈利能力分析 124
- 五、企业运营能力分析 125

第三节肥城市绿源果蔬有限公司 125

- 一、公司基本情况分析 125
- 二、企业主要经济指标 125
- 三、企业偿债能力分析 126
- 四、企业盈利能力分析 126
- 五、企业运营能力分析 127

第四节山东万德大地有机食品有限公司 127

一、公司基本情况分析 127

二、企业主要经济指标 128

三、企业偿债能力分析 128

四、企业盈利能力分析 129

五、企业运营能力分析 129

第五节泰安泰山亚细亚食品有限公司 129

一、公司基本情况分析 129

二、企业主要经济指标 130

三、企业偿债能力分析 130

四、企业盈利能力分析 130

五、企业运营能力分析 131

第七章中国有机蔬菜行业品牌竞争格局分析 132

第一节有机蔬菜行业历史竞争格局概况 132

一、有机蔬菜行业集中度分析 132

二、有机蔬菜行业竞争程度分析 132

第二节有机蔬菜行业企业竞争状况分析 132

一、领导地区的市场力量 132

二、其他地区的竞争力 133

第三节2016-2022年中国有机蔬菜行业竞争格局展望 133

第八章2016-2022年国内有机蔬菜行业品牌发展预测 134

第一节2016-2022年有机蔬菜行业品牌市场财务数据预测 134

一、有机蔬菜行业总产值预测 134

二、有机蔬菜行业利润总额预测 134

三、有机蔬菜行业总资产预测 135

第二节2016-2022年有机蔬菜行业供需预测 136

一、有机蔬菜产量预测 136

二、有机蔬菜需求预测 136

三、有机蔬菜供需平衡预测 137

第三节2016-2022年有机蔬菜行业投资机会 138

一、有机蔬菜行业主要领域投资机会 138

二、有机蔬菜行业出口市场投资机会	138
三、有机蔬菜行业企业的多元化投资机会	138
第四节2016-2022年影响有机蔬菜行业发展的主要因素	139
一、影响有机蔬菜行业运行的有利因素分析	139
二、影响有机蔬菜行业运行的稳定因素分析	140
三、影响有机蔬菜行业运行的不利因素分析	140
四、我国有机蔬菜行业发展面临的挑战分析	141
五、我国有机蔬菜行业发展面临的机遇分析	141
第五节2016-2022年有机蔬菜行业投资风险及控制策略分析	142
一、有机蔬菜行业政策风险及控制策略	142
二、有机蔬菜行业经营风险及控制策略	143
三、有机蔬菜行业价格风险及控制策略	143
四、有机蔬菜行业食品安全风险及控制策略	143
五、有机蔬菜行业自然灾害风险及控制策略	143
第九章2016-2022年国内有机蔬菜行业品牌投资价值与投资策略分析	145
第一节行业SWOT模型分析	145
一、优势分析	145
二、劣势分析	145
三、机会分析	146
四、风险分析	146
第二节有机蔬菜行业发展的PEST分析	147
一、政策和法律环境分析	147
二、经济发展环境分析	149
三、社会、文化与自然环境分析	151
四、技术发展环境分析	154
第三节有机蔬菜行业投资价值分析	155
一、2016-2022年蔬菜产业发展趋势分析	155
二、2016-2022年有机蔬菜市场趋势总结	155
三、2016-2022年有机蔬菜市场发展空间	156
四、2016-2022年有机蔬菜技术革新趋势	156
五、2016-2022年有机蔬菜价格走势分析	157

第四节有机蔬菜行业投资风险分析 157

一、宏观调控风险 157

二、产业政策风险 158

三、行业竞争风险 158

四、供需波动风险 158

五、技术创新风险 158

六、经营管理风险 159

七、其他风险 159

第五节有机蔬菜行业投资策略分析 159

一、重点投资品种分析 159

二、重点投资地区分析 159

三、项目投资建议 160

第十章中国有机蔬菜行业总结及企业经营战略建议 164

第一节有机蔬菜行业问题总结 164

一、有机蔬菜生产存在问题 164

二、有机蔬菜市场存在问题 164

三、发展有机蔬菜主要对策 166

四、有机蔬菜产业发展建议 167

第二节2016-2022年有机蔬菜行业企业的标杆管理 167

一、国内企业的经验借鉴 167 (ZY LYS)

二、国外企业的经验借鉴 169

第三节2016-2022年有机蔬菜行业企业的资本运作模式 171

一、有机蔬菜行业企业国内资本市场的运作建议 171

(一) 有机蔬菜行业企业的兼并及收购建议 171

(二) 有机蔬菜行业企业的融资方式选择建议 172

二、有机蔬菜行业企业海外资本市场的运作建议 174

第四节2016-2022年有机蔬菜行业企业营销模式建议 175

一、有机蔬菜行业企业的国内营销模式建议 175

(一) 有机蔬菜行业企业的渠道建设 175

(二) 有机蔬菜行业企业的品牌建设 178

二、有机蔬菜行业企业海外营销模式建议 178

(一) 有机蔬菜行业企业的海外细分市场选择 178

(二) 有机蔬菜行业企业的海外经销商选择 178

第五节 有机蔬菜市场的重点客户战略实施 179

一、实施重点客户战略的必要性 179

二、企业重点客户的鉴别与确定 180

三、企业重点客户的开发与培育 181

四、实施重点客户战略要需解决的问题 184

五、企业重点客户的市场营销策略分析 190

图表目录：(部分)

图表1：2009-2015年8月国内生产总值及其增长速度 15

图表2：2009-2015年8月全部工业增加值及其增长速度 16

图表3：2014年主要工业产品产量及其增长速度 16

图表4：2009-2015年8月全社会固定资产投资及其增长速度 18

图表5：2014年分行业固定资产投资(不含农户)及其增长速度 19

图表6：2014年固定资产投资新增主要生产能力 20

图表7：2009-2015年8月社会消费品零售总额及其增长速度 20

图表8：2009-2015年8月农村居民人均纯收入及其实际增长速度 21

图表9：2009-2015年8月城镇居民人均纯收入及其实际增长速度 22

图表10：2009-2015年8月货物进出口总额 22

图表11：2010-2015年8月中国有机蔬菜行业产量分析 84

图表12：2014年有机蔬菜生产区域结构分布 84

图表13：2010-2015年8月东北地区有机蔬菜行业产量分析 85

图表14：2010-2015年8月华北地区有机蔬菜行业产量分析 86

图表15：2010-2015年8月华东地区有机蔬菜行业产量分析 86

图表16：2010-2015年8月华中地区有机蔬菜行业产量分析 87

图表17：2010-2015年8月华南地区有机蔬菜行业产量分析 87

图表18：2010-2015年8月西部地区有机蔬菜行业产量分析 88

图表19：2010-2015年8月中国有机蔬菜行业市场规模分析 89

图表20：2010-2015年8月中国有机蔬菜行业消费量分析 89

图表21：购买有机蔬菜消费者收入分布 91

图表22：购买有机蔬菜消费者年龄分布 91

- 图表23：有机蔬菜行业不同地区需求比例 92
- 图表24：2014年消费者对有机蔬菜品牌认知度调查 92
- 图表25：2014年消费者对有机蔬菜品牌的首要认知渠道调查 93
- 图表26：2014年消费者经常买的有机蔬菜品牌调查 94
- 图表27：消费者选择有机蔬菜的因素 94
- 图表28：有机蔬菜行业价格敏感程度 95
- 图表29：有机蔬菜行业品牌影响程度 95
- 图表30：有机蔬菜行业购买方便影响程度 95
- 图表31：有机蔬菜行业广告影响程度 96
- 图表32：有机蔬菜行业包装影响程度 96
- 图表33：2016-2022年中国有机蔬菜行业总产值预测 134
- 图表34：2016-2022年中国有机蔬菜行业利润总额预测 134
- 图表35：2016-2022年中国有机蔬菜行业总资产预测 135
- 图表36：2016-2022年中国有机蔬菜行业产量预测 136
- 图表37：2016-2022年中国有机蔬菜行业需求量预测 136
- 图表38：2016-2022年中国有机蔬菜行业供需平衡预测 137

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/006189YOBY.html>