

2021-2026年中国有机食品市场深度评估及行业投资前景咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国有机食品市场深度评估及行业投资前景咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/foods/656216.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

有机食品也叫生态或生物食品等。有机食品是国际上对无污染天然食品比较统一的提法。有机食品通常来自于有机农业生产体系，根据国际有机农业生产要求和相应的标准生产加工的。

除有机食品外，国际上还把一些派生的产品如有机化妆品、纺织品、林产品或有机食品生产而提供的生产资料，包括生物农药、有机肥料等，经认证后统称有机产品。

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 有机农业及有机食品概述

1.1 有机农业概述

1.1.1 有机农业的定义

1.1.2 有机农业的特征

1.1.3 有机农业具有的优势

1.2 有机食品的介绍

1.2.1 有机食品的概念及种类

1.2.2 有机食品产生的历史背景

1.2.3 有机食品应该具备的条件

1.2.4 有机食品、绿色食品和无公害食品的区别

1.3 中国有机食品相关介绍及发展意义

1.3.1 中国有机食品的发展历程

1.3.2 中国有机食品标志的含义

1.3.3 中国发展有机食品的意义

第二章 有机农业发展分析

2.1 国际有机农业发展概况

2.1.1 国际有机农业发展现状

2.1.2 世界各国应该将有机农业作为农业发展的优先目标

2.1.3 世界有机农业发展的主要经验

2.1.4 2020年全球有机棉产量情况

2.1.5 世界有机农业发展呈出七大趋势

2.2 部分国家有机农业的发展状况

2.2.1 匈牙利有机农业发展情况

- 2.2.2 日本有机农业的发展状况
- 2.2.3 泰国有机农业发展现状
- 2.2.4 挪威有机农业发展状况
- 2.2.5 韩国有机农产品市场发展迅速
- 2.3 中国有机农业的发展分析
 - 2.3.1 2020年中国有机农业发展概况
 - 2.3.2 中国有机农产品发展中存在的问题
 - 2.3.3 中国有机农产品发展的主要措施
- 2.4 中国部分地区有机农业发展分析
 - 2.4.1 江西万载有机农业产业化发展分析
 - 2.4.2 铁岭发展有机农业的优势与对策
 - 2.4.3 云南省有机农业的现状
 - 2.4.4 台湾有机农业发展的经验
 - 2.4.5 辽宁省有机农业的现状
 - 2.4.6 贵州有机农业发展探讨
 - 2.4.7 新疆有机农业发展优势分析
 - 2.4.8 山东荣成出现新型有机农业产业化合作形式
- 2.5 有机农业发展存在的问题及策略
 - 2.5.1 中国有机农业发展的障碍
 - 2.5.2 有机农业在中国的发展策略
 - 2.5.3 推广有机农业发展的措施
 - 2.5.4 有机农业产业化战略分析
- 2.6 中国有机园艺发展策略分析
 - 2.6.1 有机园艺的特点
 - 2.6.2 中国有机园艺生产的优势
 - 2.6.3 影响中国有机园艺生产发展的主要因素
 - 2.6.4 发展有机园艺的思路与策略
- 第三章 国际有机食品行业的发展
 - 3.1 国际有机食品行业发展概况
 - 3.1.1 全球有机食品发展回顾
 - 3.1.2 全球有机食品发展迅猛
 - 3.1.3 全球有机食品发展特点
 - 3.1.4 全球有机食品消费发展分析
 - 3.1.5 东欧国家有机食品消费不断增长
 - 3.2 欧盟有机食品行业分析

3.2.1 欧洲有机食品行业发展情况

3.2.1 欧盟有机食品行业发展概况

3.2.2 欧盟有机食品市场加快发展的原因

3.2.3 欧盟有机食品发展存在的问题及对策

3.3 德国有机食品行业分析

3.3.1 德国有机食品行业发展现状分析

3.3.2 德国有机食品销售渠道

3.3.3 德国有机食品市场准入“高门槛”

3.3.4 德国有机食品行业发展潜力巨大

3.4 美国有机食品行业分析

3.4.1 美国有机食品发展概况

3.4.2 美国有机食品主导消费潮流

3.4.3 美国有机食品成大众新宠

3.4.4 美国修订有机食品生产和加工的法规提案

3.5 英国有机食品行业分析

3.5.1 英国有机食品市场发展概况

3.5.2 英国有机食品进口的有关规定介绍

3.5.3 英国有机食品发展前景较好

3.6 其他国家有机食品行业

3.6.1 日本有机食品市场发展情况

3.6.1 泰国有机食品发展现状

3.6.2 秘鲁有机食品出口迅速增加

3.6.3 澳大利亚人热衷有机食品

3.6.4 加拿大有机食品新标识

3.6.5 有机果蔬日渐受到丹麦消费者的追捧

3.6.6 意大利有机食品市场发展分析

第四章 中国有机食品行业分析

4.1 中国有机食品行业概况

4.1.1 中国有机食品发展的三个阶段

4.1.2 中国有机食品发展现状

4.1.3 2020年中国绿色有机食品发展分析

4.1.4 中国发展有机食品的意义

4.1.5 中国有机食品行业发展优势

4.1.6 中国有机食品的生产优势

4.2 有机食品市场状况分析

- 4.2.1 中国有机食品的经营情况
- 4.2.2 湖南昂利科技公司从生产切入销售来应对终端困局
- 4.2.3 无公害农产品绿色食品有机食品保持快速健康发展
- 4.2.4 2020年中国首个超有机食品专营市场开业
- 4.2.5 2020年中国有机食品投资非洲市场
- 4.3 中国有机食品消费情况
 - 4.3.1 有机食品碰到环保难题
 - 4.3.2 消费有机食品与生物污染物的暴露之分析
- 4.4 有机食品认证情况分析
 - 4.4.1 中国有机食品认证概述
 - 4.4.2 中国农业系统有机食品认证发展状况分析
 - 4.4.3 中绿华夏有机食品认证中心认证情况
 - 4.4.4 中国有机食品认证发展情况
 - 4.4.5 中国有机食品认证存在的主要问题
- 4.5 中国有机食品出口情况分析
 - 4.5.1 中国有机食品如何进入欧洲市场
 - 4.5.2 开拓欧洲有机食品市场的对策
 - 4.5.3 中国有机食品如何进入欧盟市场
 - 4.5.4 中国有机食品出口德国市场的机会
 - 4.5.5 中国有机食品出口中存在的问题及对策
 - 4.5.6 中国发展有机食品出口的原因
 - 4.5.7 中国发展有机食品出口的现状和优势
 - 4.5.8 中国发展有机食品出口应注意的问题
- 4.6 有机食品行业存在的问题与挑战
 - 4.6.1 中国有机食品发展存在的问题
 - 4.6.2 中国有机食品行业发展面临的挑战
 - 4.6.3 中国有机食品产业期待鼓励性政策支持
 - 4.6.4 中国有机食品有效需求增长缓慢原因分析
 - 4.6.5 中国有机食品的发展及制约因素分析
- 4.7 中国有机食品行业发展的策略
 - 4.7.1 浅析中国有机食品行业发展战略
 - 4.7.2 加快中国有机食品发展速度的几点措施
 - 4.7.3 促进有机食品产业健康发展的建议
 - 4.7.4 有机食品开发中值得注意的问题和需采取的措施
 - 4.7.5 有机食品推动流行的策略分析

第五章 中国主要地区有机食品所属行业发展分析

5.1 西部有机食品发展分析

5.1.1 西部地区发展有机食品生产的有利条件

5.1.2 西部地区有机食品产业发展现状

5.1.3 西部地区有机食品产业发展中存在的主要问题

5.1.4 西部地区发展有机食品产业的战略措施

5.1.5 西部地区有机食品开发方略

5.2 辽宁有机食品生产实例分析

5.2.1 “绿色芳山”有机食品生产的发展历程

5.2.2 “绿色芳山”有机食品发展现状

5.2.3 “绿色芳山”有机食品发展经验与模式

5.3 甘肃省有机食品发展状况

5.3.1 甘肃有机食品发展现状

5.3.2 甘肃省有机食品发展潜力分析

5.3.3 甘肃省开发有机食品的应对措施

5.4 山西省有机食品开发分析

5.4.1 山西省有机食品开发的意义

5.4.2 山西省有机食品开发政策体系构成要素

5.4.3 山西省有机食品开发政策体系的构建

5.5 广州市有机食品发展分析

5.5.1 广州市有机食品发展现状

5.5.2 广州市有机食品发展的对策

5.6 新疆有机食品发展状况

5.6.1 新疆有机食品产业发展的优势条件分析

5.6.2 新疆有机食品发展规划

5.7 其他地区有机食品发展状况

5.7.1 2020年有机食品示范基地落户珠海

5.7.2 2020年江西有机食品产品总数列全国首位

5.7.3 福建省有机食品发展情况

5.7.4 2020年云南省有机食品发展情况

第六章 有机蔬菜产业发展分析

6.1 有机蔬菜相关概述

6.1.1 有机蔬菜的定义

6.1.2 有机蔬菜与无公害蔬菜、绿色蔬菜的区别

6.1.3 有机蔬菜的生产条件

- 6.1.4 有机蔬菜生产主要栽培技术措施
- 6.1.5 关于有机蔬菜认证机构
- 6.2 国际有机蔬菜行业发展状况
 - 6.2.1 英国有机蔬菜市场形势逐步上升
 - 6.2.2 美国纽约长岛的有机蔬菜农场产品生产及销售情况
 - 6.2.3 台湾有机蔬菜发展状况分析
- 6.3 中国有机蔬菜发展状况
 - 6.3.1 有机蔬菜的生产现状
 - 6.3.2 有机蔬菜的销售分析
 - 6.3.3 中国发展有机蔬菜具有重要意义
 - 6.3.4 中国有机蔬菜转攻国内市场
- 6.4 山东省有机蔬菜发展状况
 - 6.4.1 肥城有机蔬菜种植面积情况
 - 6.4.2 山东寿光大面积建有机蔬菜基地
 - 6.4.3 山东泰安市有机蔬菜已成农产品出口创汇主导产业
 - 6.4.4 山东泰安有机蔬菜形成产业优势
- 6.5 重庆市有机蔬菜发展分析
 - 6.5.1 重庆市有机蔬菜发展状况
 - 6.5.2 重庆市发展有机蔬菜的对策及建议
- 6.6 广州市有机蔬菜发展现状
 - 6.6.1 广州市蔬菜生产现状
 - 6.6.2 广州市有机蔬菜生产存在问题
 - 6.6.3 广州市有机蔬菜发展对策
- 6.7 其他地区有机蔬菜发展状况
 - 6.7.1 上海市民成有机蔬菜的消费主力军
 - 6.7.2 渔农居有机食品配送中心为深圳提供全国有机食品
 - 6.7.3 青岛市民热衷购买有机蔬菜
 - 6.7.4 山西晋中市榆次区有机蔬菜产业发展状况分析
 - 6.7.5 陕西“太白山”牌蔬菜靠品牌闯世界
 - 6.7.6 安徽省发展有机蔬菜种植的前景分析
- 6.8 部分有机蔬菜企业发展情况
 - 6.8.1 “奥绿特”打造绿色有机蔬菜连锁品牌
 - 6.8.2 北京绿富隆公司以有机蔬菜基地带动企业发展
 - 6.8.3 上海锦菜园积极打造有机蔬菜品牌
 - 6.8.4 2020年中南地区规模最大有机食品工业园湖南投产

6.9 有机蔬菜发展面临的问题及发展策略

6.9.1 有机蔬菜发展中存在的主要问题

6.9.2 发展有机蔬菜的主要对策

6.9.3 有机蔬菜发展的建议

第七章 有机茶产业发展分析

7.1 有机茶相关概述

7.1.1 有机茶的概念

7.1.2 有机茶相关介绍

7.1.3 有机茶开发和茶业产业化两者关系探析

7.2 有机茶行业发展分析

7.2.1 中国有机茶生产现状

7.2.2 中国有机茶认证的发展

7.2.3 中国发展有机茶的有利条件

7.3 有机茶市场分析

7.3.1 有机茶市场概况

7.3.1 中国首家有机茶研究院成立

7.3.2 有机茶生产大有可为

7.4 部分地区有机茶发展状况

7.4.1 江西省发展有机茶的现状

7.4.2 江西省婺源县有机茶现状

7.4.3 丽水有机茶现状及产业化发展分析

7.4.4 武义县有机茶产业化建设成效与措施

7.4.5 邵武市有机茶开发现状与发展对策

7.4.6 湖南有机茶出口居全国第一

7.4.7 2020年湖南浏阳开发万亩优质有机茶基地

7.5 中国部分茶企有机茶发展状况

7.5.1 更香打造“有机茶绿色产业链”

7.5.2 湖南茶叶总公司优质低农残茶与有机茶关键技术探析

7.5.3 联合国茶叶示范基地花落南安

7.5.4 武平县获龙岩市首家有机茶生产基地颁证

7.5.5 南澳“宋茶”成为粤东首个有机茶品牌

7.6 有机茶发展中存在的问题及发展策略

7.6.1 有机茶行业发展存在的理解误区

7.6.2 中国有机茶行业可持续发展建议

7.6.3 现代可持续茶园生产的实现策略

7.7有机茶的前景分析

第八章 其他有机食品发展分析

8.1 有机水果发展分析

8.1.1国外有机水果的发展概况

8.1.2 欧盟有机水果消费情况分析

8.1.3中国有机水果的发展现状及优势

8.1.4 广东高州有机水果发展状况及策略剖析

8.1.5 广东高州建造全国最大有机水果生产示范基地

8.1.6大连有机水果将行销全球

8.1.7中国有机水果发展的展望

8.2 有机大米市场发展分析

8.2.1 泰国已成世界最大的有机大米出口国

8.2.2 宜春成江西省绿色及有机大米主产区

8.2.3长江农场在江西建立有机大米生产基地

8.2.4灌南县加快有机大米发展

8.3有机奶制品市场发展分析

8.3.1有机奶概念

8.3.2国际上有机奶发展状况

8.3.3 有机奶制品成英国奶制品行业发展最快的部分

8.3.4 丹麦有机奶制品市场已突显商机

8.3.5中国有机奶发展现状及存在的问题

8.3.6中国有机奶发展实践分析

8.3.7发展有机奶产业的重要意义

8.3.8齐齐哈尔飞鹤打造最大有机奶源基地

8.4 有机水产品市场发展分析

8.4.1全球有机水产品发展回顾

8.4.2中国有机水产品市场分析

8.4.3山东滨城区大力开展有机水产品市场

8.4.4内蒙古赤峰市大力开展有机水产品基地建设

8.4.5 句容市已成为江苏省最大有机水产品基地

8.5其它有机产品市场发展分析

8.5.1有机巧克力成为美国市场新宠

8.5.2中国有机糖果市场升温

8.5.2有机酱油成为调味品新贵

8.5.3新疆加快有机蜂产品发展

第九章 有机食品重点竞争企业分析

9.1 宁波启盛生物食品发展有限公司

9.1.1 企业基本情况

9.1.2 企业经营情况

9.2 泰安泰山亚细亚食品有限公司

9.2.1 企业基本情况

9.2.2 企业经营情况

9.3 济宁市明源棉业有限公司

9.3.1 企业基本情况

9.3.2 企业经营情况

9.4 衢州烛光有机食品有限公司

9.4.1 企业基本情况

9.4.2 企业经营情况

9.5 神农架有机茶开发有限责任公司

9.5.1 企业基本情况

9.5.2 企业经营情况

第十章 有机食品发展前景与趋势

10.1 国际有机食品发展前景及趋势 (AKZJH)

10.1.1 发展有机食品的前景展望

10.1.2 国际有机食品产业发展趋势

10.1.3 2021-2026年世界有机食品发展预测

10.1.3 有机食品将引航国际消费新时尚

10.2 中国有机食品发展展望

10.2.1 中国有机食品市场前景展望

10.2.2 “十四五”期间中国将大力促进有机食品业发展

10.2.3 “十四五”期间农十四师欲打造南疆最大有机食品基地

图表目录：

图表1 中国有机食品标志

图表2 世界有机农业种植面积最大的10个国家

图表3 各大洲有机农业面积及其占世界的比例

图表4 有机农业面积百分比前10位的国家

图表5 2016-2020年挪威补贴有机农业预算方案

图表6 2016-2020年中国有机食品企业概况

图表7 2020年中国有机食品企业区域分布概况

图表8 2020年中国有机食品产品结构

图表9 2016-2020年中国可供使用的有机耕地面积情况

图表10 2016-2020年中国使用的有机耕地面积情况

图表11 贵州花溪区主要农作物的生产状况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/foods/656216.html>