

2017-2022年中国绿色食品 行业市场评估分析与行业前景调研分析咨询研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2017-2022年中国绿色食品行业市场评估分析与行业前景调研分析咨询研究报告》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.bosidata.com/report/493271POF7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2016-11-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国绿色食品行业市场评估分析与行业前景调研分析咨询研究报告》介绍了绿色食品行业相关概述、中国绿色食品产业运行环境、分析了中国绿色食品行业的现状、中国绿色食品行业竞争格局、对中国绿色食品行业做了重点企业经营状况分析及中国绿色食品产业发展前景与投资预测。您若想对绿色食品产业有个系统的了解或者想投资绿色食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 绿色食品行业相关概述	1.1 绿色食品的概念及特点	1.1.1 绿色食品的定义
	1.1.2 绿色食品的特点	1.2 绿色食品行业标准
	1.2.1 环境质量标准	
	1.2.2 生产技术标准	1.2.3 产品标准
	1.2.4 包装标签标准	1.2.5 贮藏
运输标准	1.2.6 其他相关标准	1.3 中国绿色食品行业的发展历程
“三品一标”相关概述	2.1 无公害食品	2.1.1 无公害食品的概念
2.1.2 无		
公害食品的范围和要求	2.1.3 无公害食品的行业标准	2.2 有机食品
2.2.1		
有机食品的概念	2.2.2 有机食品的范围特点	2.2.3 有机食品与其他食品的区别
2.3 无公害农产品、绿色食品、有机食品对比	2.3.1 无公害农产品、绿色食品、	
有机食品的特点区别	2.3.2 有机食品和无公害食品、绿色食品的异同	2.4 农产品
地理标志	第三章 2014-2016年中国绿色食品行业发展环境分析	3.1 2016年中国绿色食
品政策环境分析	3.1.1 《生产绿色食品的农药使用准则》	3.1.2 《生产绿色食
品的肥料使用准则》	3.1.3 《绿色食品生产操作规程》	3.1.4 《关于扶持农业
产业化经营重点龙头企业的意见》	3.2 绿色食品行业经济环境分析	3.2.1 国民经
济运行情况与GDP	3.2.2 消费价格指数CPI、PPI	3.2.3 固定资产投资情况
3.2.4 全国居民收入情况	3.2.5 工业发展形势	3.2.6 财政收支状况
3.2.7 中国汇率调整	3.2.8 社会消费品零售总额	3.2.9 对外贸易&进出口
3.3 绿色食品行业社会环境分析	3.3.1 居民消费观念和习惯	3.3.2 生活品质
的提高	3.3.3 人口环境分析	3.3.4 教育环境分析
3.3.5 文化环境分析		
3.3.6 生态环境分析	3.4 绿色食品行业技术环境分析	3.4.1 A级绿色食品
春小麦栽培技术	3.4.2 A级绿色食品红花籽生产技术	3.4.3 绿色畜禽产品的综
合生产技术	第四章 全球绿色食品行业运行新形势透析	4.1 2014-2016年全球世界
生态农业的发展	4.1.1 全球生态农业发展	4.1.2 促进生态农业发展的因素分析
4.2 2014-2016年全球绿色食品发展状况	4.2.1 全球绿色食品产值分析	
4.2.2 经济全球化时代的绿色食品营销	4.2.3 全球绿色食品市场动态分析	

4.2.4 绿色食品包装概述	4.3 2017-2022年全球主要国家绿色食品市场运行分析		
4.3.1 德国	4.3.2 美国	4.3.3 俄罗斯	4.3.4 日本绿色食品的生产流通体系分析
4.4 2017-2022年全球绿色食品发展趋势分析			第五章 2016年中国绿色食品行业运行态势分析
5.1 2016年中国绿色食品产业运行总况	5.1.1 中国绿色食品产业发展的优势	5.1.2 绿色食品是可持续发展的时代要求	5.1.3 中国迎来绿色食品大发展时代来临
5.1.4 绿色食品基地建设	5.1.5 发展绿色食品的必要性		
5.2 2017-2022年中国绿色食品面临的机遇与挑战	5.2.1 结构调整	5.2.2 产业升级	5.2.3 农民增收
5.2.4 生态环境治理以及提高产品质量	5.2.5 安全性和市场竞争力的严峻挑战		
5.3 2016年中国绿色食品市场运行透析	5.3.1 2016年中国绿色食品市场现状综述	1、我国绿色食品产品结构	2、我国绿色食品和有机食品合格率情况
5.3.2 2016年中国绿色食品市场存在的问题	1、消费者对绿色食品存在认识上的误区	2、市场秩序混乱，假冒伪劣充斥市场	3、绿色食品成本较高，价格不菲
4、经营者对绿色食品进入市场设置了重重障碍	5、中国绿色食品标准亟待与国际接轨		
5.4 绿色食品市场发展对策分析	5.4.1 大力发展绿色食品产业对策	5.4.2 绿色食品市场的培育	5.4.3 中国绿色食品业发展对策解析
5.4.4 五大措施构建中国绿色食品长效发展机制	5.4.5 新形势下我国绿色食品行业投资策略		
第六章 2014-2016年中国绿色食品行业经济指标分析	6.1 2014-2016年绿色食品行业发展概述	6.1.1 2014年绿色食品行业发展概述	6.1.2 2015年绿色食品行业发展概述
6.1.3 2016年绿色食品行业发展趋势	6.2 2014-2016年绿色食品行业经济运行状况	6.2.1 绿色食品行业企业数量分析	6.2.2 绿色食品行业资产规模分析
6.2.3 绿色食品行业销售收入分析	6.2.4 绿色食品行业利润总额分析	6.3 2014-2016年绿色食品行业成本费用分析	6.3.1 绿色食品行业销售成本分析
6.3.2 绿色食品行业销售费用分析	6.3.3 绿色食品行业管理费用分析	6.3.4 绿色食品行业财务费用分析	
6.4 2014-2016年中国绿色食品行业财务指标总体分析	6.4.1 行业盈利能力分析	6.4.2 行业偿债能力分析	6.4.3 行业营运能力分析
6.4.4 行业发展能力分析			
第七章 2014-2016年中国绿色食品区域市场调研	7.1 中国绿色食品产业区域竞争优势与产业发展研究	7.1.1 地方政府在培育区域竞争优势中的作用分析	7.1.2 中国绿色食品产业区域市场发展回顾
7.1.3 中国绿色食品区域市场发展存在问题分析	7.1.4 中国部分地区绿色食品发展状况对比	7.1.5 中国发展绿色食品区域市场的政策对策	7.2 黑龙江省
7.2.1 黑龙江发展绿色食品的优势条件	7.2.2 黑龙江省绿色食品发展现状	7.2.3 黑龙江绿色食品发	

展中存在的问题及对策	7.3 吉林省	7.3.1 吉林绿色食品产业发展状况
	7.3.2 绿色食品产业是吉林农业发展支撑点	7.3.3 吉林着重发展高端绿色食品
	7.3.4 吉林省绿色食品标志市场监管工作进展状况	7.4 内蒙古自治区
古绿色食品业发展状况	7.4.1 内蒙古绿色食品业发展状况	7.4.2 内蒙古绿色食品产业整体水平大幅提高
	7.4.3 内蒙古扎兰屯市绿色食品发展简述	7.4.4 发展内蒙古绿色食品产业的优劣势解析
	7.4.5 内蒙古绿色食品产业投资前景	7.5 新疆
件	7.5.1 新疆发展绿色食品的优劣势条件	7.5.2 新疆绿色食品相关企业发展分析
生产基地简况	7.5.3 新疆新增绿色食品原料标准化生产基地简况	7.5.4 新疆将加快绿色食品发展步伐
品产业发展的重要措施	7.5.5 促进新疆绿色有机食品产业发展的重要措施	7.6 江西省
	7.6.1 绿色食品成为江西省农业开发热点	7.6.2 江西绿色食品发展概况
	7.6.3 江西绿色食品行业发展面临的主要问题	7.6.4 江西绿色食品行业的投资策略
其它地区	7.6.5 江西绿色食品发展目标及战略	7.7 其它地区
	7.7.1 甘肃省绿色食品行业发展概述	7.7.2 广东绿色食品产业发展规模
	7.7.3 宁夏积极打造绿色食品标准化生产基地	7.7.4 四川绿色食品发展成效显著
著	第五章 2014-2016年中国绿色食品行业营销分析	8.1 中国绿色食品营销概述
	8.1.1 绿色食品业营销环境分析	8.1.2 绿色食品营销的产生与发展
中国绿色食品市场营销的主要影响因素	8.1.3 中国绿色食品市场营销的主要影响因素	8.1.4 中国绿色食品市场营销的基础和优势分析
析	8.2 绿色食品品牌营销分析	8.2.1 绿色食品品牌的重要作用分析
绿色食品的品牌战略思路	8.2.2 绿色食品品牌营销要素分析	8.2.3 绿色食品品牌营销中存在的问题分析
牌营销中存在的问题分析	8.2.4 绿色食品品牌营销对策分析	8.2.5 绿色食品品牌营销渠道分析
道分析	8.3 绿色食品营销渠道分析	8.3.1 绿色食品的营销渠道定位
	8.3.2 绿色食品的渠道销售策略分析	8.3.3 绿色食品营销渠道分析
	8.4 中国绿色食品国际营销分析	8.4.1 发展中国绿色食品对外贸易的作用分析
	8.4.2 中国绿色食品的国际市场竞争力研析	8.4.3 中国绿色食品标志在国外注册
	8.4.4 中国绿色食品的全球化发展及对策	8.4.5 绿色食品对外贸易中应强化政府作用
色食品市场培育及营销对策分析	8.5 绿色食品营销对策分析	8.5.1 绿色食品市场培育及营销对策分析
食品企业发展的全面营销战略	8.5.2 绿色食品营销战略分析	8.5.3 推进绿色食品企业发展的全面营销战略
	8.5.4 中国绿色食品产业的发展与营销策略	8.5.5 绿色食品市场产品营销策略
	第九章 中国现代生态农业发展分析	9.1 中国现代生态农业概述
	9.1.1 现代生态农业是新世纪农业发展的必然方向	9.1.2 生态系统原理浅析
	9.1.3 生态与经济协调的发展原理分析	9.1.4 现代生态农业的特点及模式
特点及模式	9.2 现代生态农业的特点及模式	9.2.1 中国生态农业的研发与实践综述
	9.2.2 发展生态农业是新农村建设的必由之路	9.2.3 我国生态农业发展的特征
	9.2.4 国内生态农业发展面临的困难和问题	9.2.5 推动我国生态农业发展的

对策	9.3 中国生态农业发展的财政政策选择分析	9.3.1 中国生态农业发展需要国家财政政策支持	9.3.2 中国生态农业发展的财政政策支持现状解析	9.3.3 中国生态农业发展中财政支持不足的原因	9.3.4 中国财政支持生态农业发展的政策选择
9.4 中国生态农业发展模式分析	9.4.1 国内生态农业存在的模式概述	9.4.2 中国的生态农业模式详解	9.4.3 黄河及珠江三角洲区域生态农业模式	9.4.4 我国需因地制宜地发展生态农业	9.4.5 中国农业生态模式的推广前景分析
9.5 生态农业与绿色食品	9.5.1 生态农业、绿色食品与有机农业综合分析	9.5.2 生态农业为食品安全打造良好基础	9.5.3 绿色食品与生态农业的联系及发展	9.5.4 绿色食品推动中国生态农业发展	
第十章 中国绿色食品行业相关上市公司分析	10.1 大连天宝绿色食品股份有限公司	10.1.1 企业发展基本情况	10.1.2 企业主要经济指标分析	10.1.3 企业盈利能力分析	10.1.4 企业偿债能力分析
	10.1.5 企业运营能力分析	10.1.6 企业成长能力分析	10.2 黑龙江北大荒农业股份有限公司	10.2.1 企业发展基本情况	10.2.2 企业主要经济指标分析
	10.2.3 企业盈利能力分析	10.2.4 企业偿债能力分析	10.2.5 企业运营能力分析	10.2.6 企业成长能力分析	10.3 山东九发食用菌股份有限公司
	10.3.1 企业发展基本情况	10.3.2 企业主要经济指标分析	10.3.3 企业盈利能力分析	10.3.4 企业偿债能力分析	10.3.5 企业运营能力分析
	10.3.6 企业成长能力分析	10.4 哈尔滨高科技(集团)股份有限公司	10.4.1 企业发展基本情况	10.4.2 企业主要经济指标分析	10.4.3 企业盈利能力分析
	10.4.4 企业偿债能力分析	10.4.5 企业运营能力分析	10.4.6 企业成长能力分析	10.5 海南椰岛(集团)股份有限公司	10.5.1 企业发展基本情况
	10.5.2 企业主要经济指标分析	10.5.3 企业盈利能力分析	10.5.4 企业偿债能力分析	10.5.5 企业运营能力分析	10.5.6 企业成长能力分析
	10.6 维维食品饮料股份有限公司	10.6.1 企业发展基本情况	10.6.2 企业主要经济指标分析	10.6.3 企业盈利能力分析	10.6.4 企业偿债能力分析
	10.6.5 企业运营能力分析	10.6.6 企业成长能力分析	第十一章 2017-2022年中国绿色食品行业发展趋势与前景分析	11.1 2017-2022年中国绿色食品市场趋势预测	11.1.1 绿色食品产业发展潜力巨大
	11.1.2 绿色食品产业的发展面临机遇	11.1.3 中国绿色食品具有趋势预测	11.2 2017-2022年中国绿色食品发展趋势展望	11.2.1 绿色食品是中国未来食品工业发展中一个非常有潜力的产业	11.2.2 无污染、无公害的绿色食品将成为国际食品贸易的主流
	11.2.3 向社会化、市场化、国际化发展趋势	11.3 2017-2022年中国绿色食品市场发展趋势分析	11.3.1 产销预测分析	11.3.2 价格走势分析	

11.3.3 进出口预测分析	11.3.4 技术发展趋势分析	11.4 2017-2022年中国绿色食品加速发展的动因分析
11.4.1 中国许多地方的政府和部门进一步重视绿色食品的发展	11.4.2 广大消费者对绿色食品认知程度越来越高	11.4.3 新闻媒体主动宣传、报道绿色食品
11.4.4 理论界和学术界也日益重视对绿色食品的探讨	第十二章 2017-2022年中国绿色食品行业行业前景调研	12.1 2016年中国绿色食品投资环境分析
12.2 2017-2022年中国绿色食品投资机会分析	12.2.1 宏观环境为绿色食品营销注入了发展契机	12.2.2 绿色食品成为消费新热点
12.3 2017-2022年中国绿色食品投资前景预警	12.3.1 绿色食品行业发展障碍风险分析	12.3.2 绿色食品行业的监管风险分析
12.3.3 绿色食品行业存在消费风险	12.4 绿色食品市场趋势前景分析	12.4.1 绿色食品产业未来发展形势展望
12.4.2 中国绿色食品具有趋势预测	12.4.3 我国绿色食品行业还有很大发展空间	12.4.4 对2017-2022年中国绿色食品行业预测分析
第十三章 2017-2022年中国绿色食品企业投融资战略分析	13.1 绿色食品行业关键成功要素分析	13.2 绿色食品行业投资壁垒分析
13.2.1 绿色食品行业进入壁垒	13.2.2 绿色食品行业退出壁垒	13.3 绿色食品行业投资前景与规避
13.3.1 宏观经济风险与规避	13.3.2 行业政策风险与规避	13.3.3 原料市场风险与规避
13.3.4 市场竞争风险与规避	13.3.5 技术风险分析与规避	13.3.6 下游需求风险与规避
13.4 绿色食品行业融资渠道与策略	13.4.1 绿色食品行业融资渠道分析	13.4.2 绿色食品行业融资策略分析
第十四章 研究结论及建议	14.1 研究结论	14.2 建议
14.2.1 行业投资策略建议	14.2.2 行业投资方向建议	14.2.3 行业投资方式建议
图表目录	图表：2016年中国人口年龄结构分析图	图表：2016年中国绿色食品行业职工学历结构图
图表：2016年中国绿色食品行业管理人员学历结构图	图表：2016年中国绿色食品市场规模变化图	图表：2016年中国绿色食品市场规模变化图
图表：2016年中国绿色食品市场销售收入区域分布图	图表：2017-2022年中国绿色食品市场规模变化表	图表：2017-2022年中国绿色食品市场规模变化图
图表：2016年中国绿色食品产量比较分析图	图表：2016年中国绿色食品产量及增长率变化图	图表：2016年中国绿色食品消费量比较分析图
图表：2016年中国绿色食品消费量及增长率变化图	图表：2016年不同收入水平的消费者偏好分析图	图表：2016年绿色食品消费区域分布比率图
图表：2016年消费者对绿色食品产品的品牌满意度调查图	图表：中国绿色食品消费者对其价格的敏感度分析图	：2016年中国绿色食品进口量比较分析图
图表：2016年中国绿色食品进口量及增长率变化图	图表：2016年中国绿色食品出口量比较分析图	图表：2016年中国绿色食品出口量及增长率变化图
图表：2017-2022年中国绿色食品进口量预测表	图表：2017-2022年中国绿色食品进口量预测图	图表：2017-2022年中国绿色食品出口量预测表
图表：2017-2022年中国绿色食品出口量预测图		

图表：2016年中国绿色食品市场集中度分析图表：2016年绿色食品行业领导企业的市场占有率图表：2017-2022年中国绿色食品产值预测表图表：2017-2022年中国绿色食品产值预测图图表：2017-2022年中国绿色食品销售收入预测表图表：2017-2022年中国绿色食品销售收入预测图图表：2017-2022年中国绿色食品总资产预测表图表：2017-2022年中国绿色食品总资产预测图图表：中国绿色食品行业SWOT分析图表：2016年中国绿色食品行业盈利能力情况图表：2016年中国绿色食品行业偿债能力情况图表：2016年中国绿色食品行业发展能力情况图表：投资建议图表：区域投资前景规划略.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/493271POF7.html>