

2016-2022年中国有机蔬菜市场运营态势与投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国有机蔬菜市场运营态势与投资战略研究报告》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.chyxx.com/research/201610/455809.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

中国已经有很多蔬菜加工企业获得了欧盟的BCS(欧盟有机监督认证机构)认证，伴随今后欧盟对有机蔬菜需求的不断扩大，中国蔬菜加工企业与蔬菜生产农户迎来了较大的机遇。

但在实地调查中发现，受语言、欧洲有机蔬菜流通渠道以及运费较高等方面的限制，中国企业很难接触到欧洲客户。因此，在获得欧盟认证之后，首先就要多参加和参观欧盟的有机蔬菜交易会，如在德国每年都举办BioFch国际有机食品博览会，要通过交易会或博览会来多接触客户并建立关系;其次，要生产出高质量的产品，并在收获后的处理、预冷、包装以及物流供应链方面下功夫。第三，从有机蔬菜品种和出口季节来看，在现有物流条件下，由于从中国到欧盟的距离较远，出口保鲜蔬菜会受到一定的限制，应尽可能选择冷冻有机蔬菜、调理有机蔬菜(如番茄酱等)以及可长期保存的保鲜蔬菜进行出口。

智研咨询发布的《2016-2022年中国有机蔬菜市场运营态势与投资战略研究报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

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

第二节中国宏观经济发展环境分析 15

一、中国GDP增长情况分析 15

二、工业经济发展形势分析 15

三、全社会固定资产投资分析 18

四、社会消费品零售总额分析 20

五、城乡居民收入与消费分析 21

六、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
- 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运营状况分析 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2011-2015年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、企业经营情况分析121
 - 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、企业经营情况分析123
 - 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、企业经营情况分析125
 - 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、企业经营情况分析128
 - 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、企业经营情况分析 130
- 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前景及控制策略分析 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前景研究分析 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前景分析 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前景研究分析 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

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1：2011-2015年国内生产总值及其增长速度 15

图表2：2011-2015年全部工业增加值及其增长速度 16

图表3：2015年主要工业产品产量及其增长速度 16

图表4：2011-2015年全社会固定资产投资及其增长速度 18

图表5：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 19

图表6：2015年固定资产投资新增主要生产能力 20

图表7：2011-2015年社会消费品零售总额及其增长速度 20

图表8：2011-2015年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 21

图表9：2011-2015年城镇居民人均纯收入及其实际增长速度 22

图表10：2011-2015年货物进出口总额 22

图表11：2010-2015年中国有机蔬菜行业产量分析 84

图表12：2015年有机蔬菜生产区域结构分布 84

图表13：2010-2015年东北地区有机蔬菜行业产量分析 85

- 图表14：2010-2015年华北地区有机蔬菜行业产量分析 86
 - 图表15：2010-2015年华东地区有机蔬菜行业产量分析 86
 - 图表16：2010-2015年华中地区有机蔬菜行业产量分析 87
 - 图表17：2010-2015年华南地区有机蔬菜行业产量分析 87
 - 图表18：2010-2015年西部地区有机蔬菜行业产量分析 88
 - 图表19：2010-2015年中国有机蔬菜行业市场规模分析 89
 - 图表20：2010-2015年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24：2015年消费者对有机蔬菜品牌认知度调查 92
 - 图表25：2015年消费者对有机蔬菜品牌的首要认知渠道调查 93
 - 图表26：2015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：<https://www.chyxx.com/research/201610/455809.html>