



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国有机蔬菜市场 监测及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国有机蔬菜市场监测及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/255286.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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 2014年中国宏观经济发展环境分析 15

- 一、2014年中国GDP增长情况分析 15
- 二、2014年工业经济发展形势分析 15
- 三、2014年全社会固定资产投资分析 18
- 四、2014年社会消费品零售总额分析 20
- 五、2014年城乡居民收入与消费分析 21
- 六、2014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 2006-2014年11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 2015-2020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 2015-2020年中国有机蔬菜行业竞争格局展望 133

第八章 2015-2020年国内有机蔬菜行业品牌发展预测 134

第一节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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、2015-2020年蔬菜产业发展趋势分析	155
二、2015-2020年有机蔬菜市场趋势总结	155
三、2015-2020年有机蔬菜市场发展空间	156
四、2015-2020年有机蔬菜技术革新趋势	156
五、2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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：

图表1：2008-2014年11月国内生产总值及其增长速度 15

图表2：2008-2014年11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4：2008-2014年11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7：2008-2014年11月社会消费品零售总额及其增长速度 20

图表8：2008-2014年11月农村居民人均纯收入及其实际增长速度 21

图表9：2008-2014年11月城镇居民人均纯收入及其实际增长速度 22

图表10：2008-2014年11月货物进出口总额 22

图表11：2009-2014年11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13：2009-2014年11月东北地区有机蔬菜行业产量分析 85

图表14：2009-2014年11月华北地区有机蔬菜行业产量分析 86

图表15：2009-2014年11月华东地区有机蔬菜行业产量分析 86

图表16：2009-2014年11月华中地区有机蔬菜行业产量分析 87

图表17：2009-2014年11月华南地区有机蔬菜行业产量分析 87

图表18：2009-2014年11月西部地区有机蔬菜行业产量分析 88

图表19：2009-2014年11月中国有机蔬菜行业市场规模分析 89

图表20：2009-2014年11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33：2006-2014年11月中国有机蔬菜行业进口量统计表 116
- 图表34：2006-2014年11月中国有机蔬菜行业进口量趋势图 116
- 图表35：2006-2014年11月中国有机蔬菜行业出口量统计表 117
- 图表36：2006-2014年11月中国有机蔬菜行业出口量趋势图 117
- 图表37：2015-2020年中国有机蔬菜行业进口量预测 118
- 图表38：2015-2020年中国有机蔬菜行业出口量预测 119
- 图表39：公司偿债能力分析 121
- 图表40：公司盈利能力分析 122
- 图表41：公司运营能力分析 122
- 图表42：公司主要经济指标分析 122
- 图表43：公司主要经济指标分析 123
- 图表44：公司偿债能力分析 124
- 图表45：公司盈利能力分析 124
- 图表46：公司运营能力分析 125
- 图表47：公司主要经济指标分析 125
- 图表48：公司偿债能力分析 126
- 图表49：公司盈利能力分析 126
- 图表50：公司运营能力分析 127
- 图表51：公司主要经济指标分析 128
- 图表52：公司偿债能力分析 128
- 图表53：公司盈利能力分析 129
- 图表54：公司运营能力分析 129
- 图表55：公司主要经济指标分析 130

图表56：公司偿债能力分析 130
图表57：公司盈利能力分析 130
图表58：公司运营能力分析 131
图表59：2015-2020年中国有机蔬菜行业总产值预测 134
图表60：2015-2020年中国有机蔬菜行业利润总额预测 134
图表61：2015-2020年中国有机蔬菜行业总资产预测 135
图表62：2015-2020年中国有机蔬菜行业产量预测 136
图表63：2015-2020年中国有机蔬菜行业需求量预测 136
图表64：2015-2020年中国有机蔬菜行业供需平衡预测 137
图表65：2014年居民消费价格月度涨跌幅度 149
图表66：2014年居民消费价格比上年涨跌幅度 149
图表67：2008-2014年11月城镇新增就业人数 150
图表68：2008-2014年11月末国家外汇储备及其增长速度 151
图表69：2008-2014年11月公共财政收入及其增长速度 151
图表70：有机蔬菜产品技术应用注意事项 160
图表71：有机蔬菜产品项目投资注意事项 161
图表72：有机蔬菜产品生产开发注意事项 161
图表73：有机蔬菜产品销售注意事项 162

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/255286.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。