

2013-2018年中国有机农业市场深度分析与投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国有机农业市场深度分析与投资前景预测报告》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/detail/148457.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

近年来，有机农业生产方式在100多个国家得到了推广，有机农业的面积和种植者数目逐年增加。全世界进行有机农业管理的土地面积已超过2200万公顷。此外被各种认证机构认证为“野生收获植物”的面积有1070万公顷。有机产品市场不但在欧洲和北美(全球最大的有机市场)拓展，在其它一些国家包括发展中国家也持续扩大，其中西欧和美国大约1%左右的农民在从事有机农业的生产，在美国，有机农场遍布全国各地。

中国有机农业起步于上个世纪90年代。数据显示，目前，中国有机产品以植物类产品为主，动物性产品相当缺乏，野生采集产品增长较快。植物类产品中，茶叶、豆类和粮食作物比重很大;有机茶、有机大豆和有机大米等已经成为中国有机产品的主要出口品种。而作为日常消费量很大的果蔬类有机产品的发展则跟不上国内外的需求。2003年后，随着《认证认可条例》的颁布实施，有机食品认证工作划归认监委统一管理以及有机认证工作的市场化，极大地促进了有机食品的发展。截至2010年底，全国从事有机产品认证的认证机构共有26家，发放有机产品认证证书4800张，获得有机产品认证的企业4000多家，有机产品认证面积达到260万公顷。

中国有机食品不仅在国际市场有较大的发展空间，在国内市场发展潜力更大。据艾凯咨询集团调查，目前，全球有机食品市场正在以年均20%-30%的速度增长，预计2011年将超过1000亿美元。中国境内有机食品销售仅占食品销售总额的0.02%，与发达国家有机食品国内消费总额2%相比，相差达100倍。随着城乡人民收入的增长和生活水平的不断提高，人们更加关注自己的生活质量和身心健康，十分渴望能得到纯天然、无污染的优质食品，发展有机农业、生产开发有机农产品和食品正可满足这一要求。据预测，“十二五”期间，中国有机农业发展速度将保持在10%以上。我国有机农产品有着广阔的国内外市场。

艾凯集团发布的《2013-2018年中国有机农业市场深度分析与投资前景预测报告》共十章，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，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

第一章 中国有机农业发展综述

1.1 有机农业的相关概述

1.1.1 有机农业概念

1.1.2 有机农业特征

1.1.3 有机农业与其他形态农业的关系

1.2 有机农业背景分析

1.2.1 有机农业发展背景

1.2.2 有机农业的起源

1.2.3 有机农业目标和原则

1.2.4 有机农业的发展意义

1.3 有机农业产业链分析

1.3.1 农业产业链简介

1.3.2 传统农业产业链

1.3.3 有机农业产业链

1.4 有机农业生产模式分析

1.4.1 自有生产模式

1.4.2 合同生产模式

1.4.3 混合生产模式

1.4.4 农民合作社模式

第二章 中国有机农业市场环境分析

2.1 有机农业政策环境分析

2.1.1 行业管理体制

(1) 行业监管机构

(2) 行业自律协会

2.1.2 行业相关政策动向

(1) 历年《政府工作报告》农业政策要点

(2) 《中华人民共和国食品安全法》

(3) 《中华人民共和国农产品质量安全法》

(4) 《有机产品认证管理办法》

(5) 《有机产品国家标准》

(6) 《有机产品认证实施规则》

2.1.3 有机农业发展规划

2.2 有机农业经济环境分析

2.2.1 国内生产总值增长分析

2.2.2 城乡居民收支与恩格尔系数

2.2.3 城乡居民食品消费结构分析

(1) 人均食品消费结构的国际比较

(2) 国内居民人均食品消费量比较

2.3 有机农业社会环境分析

2.3.1 中国食品安全状况

2.3.2 中国人口总量及结构变化

2.3.3 有机标识认知度尚待提高

2.4 有机农业技术环境分析

2.4.1 国内有机农业专家的农场规划

2.4.2 有机农业专业技术人员的培养

第三章 国内外有机农业总体发展状况分析

3.1 世界有机农业发展分析

3.1.1 世界有机农业法规与政策

3.1.2 世界有机农业发展阶段

3.1.3 世界有机农业发展现状

3.1.4 世界有机农业发展趋势

3.2 其他国家有机农业发展状况分析

3.2.1 欧洲有机农业发展状况分析

(1) 英国有机农业发展状况

(2) 德国有机农业发展状况

(3) 奥地利有机农业发展状况

(4) 意大利有机农业发展状况

(5) 其他欧洲国家有机农业发展状况

3.2.2 美洲有机农业发展状况

(1) 加拿大有机农业发展状况

(2) 美国有机农业发展状况

(3) 巴西有机农业发展状况

(4) 阿根廷有机农业发展状况

3.2.3 亚洲有机农业发展状况

(1) 日本有机农业发展状况

(2) 印度有机农业发展状况

(3) 泰国有机农业发展状况

(4) 韩国有机农业发展状况

3.2.4 澳大利亚有机农业发展状况

3.3 中国有机农业总体发展状况分析

3.3.1 有机农业发展阶段

3.3.2 有机农业发展影响因素

3.3.3 有机农业发展现状分析

3.3.4 2009-2012年部分区域有机农业发展动态

(1) 长江三角洲地区有机农业发展动态分析

(2) 北京市有机农业发展动态分析

- (3) 贵州凤冈县有机农业发展动态分析
- (4) 山东荣成有机农业发展动态分析
- (5) 广西省有机农业发展动态分析
- (6) 辽宁有机农业发展动态分析
- (7) 江西有机农业发展动态分析
- 3.3.5 有机农业市场发展趋势分析
- 3.3.6 有机农业市场发展前景预测

第四章 中国有机农业投入产出分析

- 4.1 有机农业基地建设分析
 - 4.1.1 有机农业基地的基本要求
 - 4.1.2 有机农业基地的环境要求
 - 4.1.3 有机农业基地建设的基本原则
 - 4.1.4 有机农业基地的建设步骤
 - 4.1.5 有机农业基地的质量控制
 - 4.1.6 中国有机农业基地建设现状
- 4.2 有机农业投入物质分析
 - 4.2.1 种子及种苗
 - 4.2.2 有机肥料
 - 4.2.3 有机农业可供使用的农药
 - 4.2.4 可用于有机食品生产的饲料添加剂
 - 4.2.5 有机（动物）食品生产中的兽药
- 4.3 有机农业养分管理分析
 - 4.3.1 有机肥料制作与施用
 - 4.3.2 有机农业土壤培肥
 - 4.3.3 不同作物施肥技术
- 4.4 有机农业植物保护分析
 - 4.4.1 有机农业的植物保护方式
 - 4.4.2 有机粮食生产的植物保护
 - 4.4.3 有机蔬菜生产的植物保护
 - 4.4.4 有机果品生产的植物保护
- 4.5 有机农产品产出情况分析
 - 4.5.1 有机粮食产出情况
 - 4.5.2 有机蔬菜产出情况
 - 4.5.3 有机果品产出情况

4.5.4 有机茶叶产出情况

4.5.5 有机肉制品产出情况

第五章 中国有机农产品销售与贸易分析

5.1 中国有机农产品国内市场消费状况分析

5.1.1 有机食品销售途径

- (1) 直销形式
- (2) 天然食品商店
- (3) 传统健康食品店
- (4) 普通杂货店和超市
- (5) 展销会和食品博览会

5.1.2 有机食品营销策略分析

- (1) 制定绿色营销战略计划
- (2) 运用绿色广告战略
- (3) 选择恰当的绿色销售渠道
- (4) 实施绿色价格策略
- (5) 品牌战略 (brand stratagem)

5.1.3 有机农产品市场消费概况

- (1) 有机农产品消费群体
- (2) 有机农产品消费原因
- (3) 有机农产品消费现状
- (4) 有机农产品消费趋向
- (5) 有机农产品市场存在问题
- (6) 有机农产品国内市场培育
- (7) 限制有机消费的因素及促进措施

1) 限制消费者购买有机食品的因素

2) 促进有机食品消费的措施

5.2 中国有机农产品国际贸易状况分析

5.2.1 有机农产品国际贸易要求及进口程序

- (1) 欧盟进口有机食品步骤
- (2) 美国进口有机食品的法律要求和程序

5.2.2 国际有机农产品消费与贸易现状

- (1) 欧洲有机农产品市场及进口状况
- (2) 美国有机农产品市场
- (3) 日本有机农产品市场

- (4) 大洋洲有机农产品市场
- (5) 发展中国家有机农产品出口贸易
- 5.2.3 中国有机农业国际贸易现状及趋势
- 5.2.4 中国有机农产品出口贸易制约因素
- 5.2.5 促进中国有机农产品国际贸易措施

第六章 中国有机农业细分市场分析

6.1 有机粮食市场分析

6.1.1 有机水稻市场发展概况

- (1) 水稻种植规模分析
- (2) 水稻供销情况分析
- (3) 有机水稻市场需求分析
- (4) 有机水稻市场价格分析
- (5) 有机水稻市场发展展望

6.1.2 有机小麦市场发展概况

- (1) 小麦种植规模分析
- (2) 小麦供销情况规模
- (3) 有机小麦市场需求分析
- (4) 有机小麦市场价格分析
- (5) 有机小麦市场发展展望

6.1.3 有机玉米市场发展概况

- (1) 玉米种植规模分析
- (2) 玉米供销情况分析
- (3) 有机玉米市场需求分析
- (4) 有机玉米市场价格分析
- (5) 有机玉米市场发展展望

6.2 有机蔬菜市场分析

6.2.1 蔬菜种植规模分析

6.2.2 有机蔬菜市场需求分析

6.2.3 有机蔬菜市场价格分析

6.2.4 有机蔬菜市场调研结果分析

- (1) 消费群体
- (2) 认识程度
- (3) 用户需求
- (4) 购买频率

6.2.5 有机蔬菜出口潜力分析

6.2.6 有机蔬菜出口营销分析

6.2.7 有机蔬菜市场发展展望

6.3 有机果品市场分析

6.3.1 有机苹果市场发展概况

(1) 苹果种植情况分析

(2) 苹果供销情况分析

(3) 有机苹果市场需求分析

(4) 有机苹果市场价格分析

(5) 有机苹果市场发展展望

6.3.2 有机柑橘市场发展概况

(1) 柑橘种植情况分析

(2) 柑橘供销情况

(3) 有机柑橘市场价格分析

(4) 有机柑橘市场需求分析

(5) 有机柑橘市场发展展望

6.4 有机茶市场分析

6.4.1 有机茶概念及认证发展

6.4.2 有机茶市场发展现状

6.4.3 有机茶产地生产情况

(1) 浙江武义有机茶生产情况

(2) 贵州凤冈有机茶生产情况

(3) 四川马边有机茶生产情况

(4) 湖南石门有机茶生产情况

(5) 云南普洱有机茶生产情况

(6) 湖北鹤峰有机茶生产情况

(7) 福建安溪有机茶生产情况

(8) 安徽休宁有机茶生产情况

6.4.4 有机茶市场开发策略

(1) 目标市场选择

(2) 产品功能和外延开发

(3) 合理制定价格体系

(4) 整合供应链

(5) 积极主动推广有机理念

6.4.5 有机茶市场发展展望

6.5 有机养殖产品市场分析

6.5.1 有机猪肉市场分析

- (1) 生猪养殖规模分析
- (2) 猪肉市场供销情况
- (3) 有机猪肉市场需求分析
- (4) 有机猪肉市场价格分析
- (5) 有机猪肉市场发展展望

6.5.2 有机猪肉市场消费调查

- (1) 数据来源及方案设计
- (2) 消费者个体特征描述
- (3) 猪肉质量安全风险
- (4) 有机猪肉认知与评价
- (5) 消费者对有机猪肉品质的信任水平
- (6) 信息强化后消费者支付意愿
- (7) 调查结论分析及建议

6.5.3 有机羊肉市场分析

- (1) 羊养殖规模分析
- (2) 羊肉市场供销情况
- (3) 有机羊肉生产加工分析
- (4) 有机羊肉市场需求分析
- (5) 有机羊肉市场价格分析
- (6) 有机羊肉市场发展展望

6.5.4 有机牛肉市场分析

- (1) 牛养殖规模分析
- (2) 牛肉市场供销情况
- (3) 有机牛肉概念及认证
- (4) 有机牛肉市场需求分析
- (5) 有机牛肉市场价格分析
- (6) 有机牛肉市场发展展望

第七章 中国有机农业生产及加工技术分析

7.1 有机种植业生产技术分析

7.1.1 有机粮食生产技术

- (1) 产地要求
- (2) 品种选择

- (3) 培育壮秧
- (4) 栽培技术
- 7.1.2 有机蔬菜生产技术
 - (1) 产地要求
 - (2) 品种选择
 - (3) 种植制度
- 7.1.3 有机果品生产技术
 - (1) 有机苹果生产技术
 - (2) 有机柑橘生产技术
- 7.2 畜禽的有机生产技术分析
 - 7.2.1 育种技术
 - (1) 生物多样性
 - (2) 本地和世界品种
 - (3) 育种原则
 - (4) 繁殖方法
 - 7.2.2 动物饲养
 - (1) 有机畜牧业中动物福利
 - (2) 有机畜牧业生产体系中家畜饲养原则
 - (3) 家畜有机饲养的技术要求
 - (4) 家畜有机饲养的基本方法
 - 7.2.3 有机畜禽疾病防控技术分析
 - (1) 畜禽疾病流行病学
 - (2) 有机畜禽疾病防控技术
- 7.3 有机果蔬产品采后处理技术与规范
 - 7.3.1 果蔬采后病害与控制方法
 - (1) 果蔬出病害类型与发病过程
 - (2) 果蔬采后病害的防治
 - 7.3.2 有机农产品采后处理技术
 - (1) 水果蔬菜贮藏的采后生理变化
 - (2) 果蔬出处理技术与手段
 - (3) 有机果蔬保鲜方式与方法
 - 7.3.3 有机食品贮藏技术要求与规范
 - (1) 有机食品贮藏技术要求
 - (2) 有机食品贮藏技术规范
- 7.4 有机食品加工技术分析

7.4.1 有机食品加工基本原则与原理

- (1) 有机食品加工基本原则
- (2) 有机食品加工基本原理

7.4.2 有机食品加工厂建设与环境要求

- (1) 有机食品加工厂厂址选择
- (2) 有机食品起源建筑设计和卫生条件

7.4.3 有机食品加工过程要求

- (1) 有机食品加工配料、添加剂和加工助剂
- (2) 有机食品加工预处理
- (3) 有机食品加工工艺要求

第八章 中国有机农业检查认证与质量控制

8.1 有机农业检查认证制度框架

8.1.1 有机农业检查认证目的及特点

8.1.2 有机农业认证制度构成

8.1.3 有机农业检查认证体系

8.2 有机农业标准

8.2.1 有机农业标准发展概况

8.2.2 有机农业标准作用及制定原则

8.2.3 有机农业标准简介

8.3 有机农业检查与认证

8.3.1 申请人提交文件资料

8.3.2 认证机构评审申请表

8.3.3 认证机构检查准备与实施

8.4 有机认证机构的认可及互认

8.4.1 中国有机认证主管机构及法规框架

8.4.2 中国对认证机构认可过程

8.4.3 国际认证机构认可过程

8.4.4 有机产品认证合作与互认

8.5 有机农业质量管理体系的建立与运行

8.5.1 有机农业质量管理体系建立意义

8.5.2 有机农业外部质量控制

8.5.3 有机农业内部质量控制体系的建立

8.5.4 有机农业内部质量控制——内部检查

8.5.5 有机农业内部质量控制体系的保持与改进

第九章 中国有机农业主要企业生产经营分析

9.1 有机农业企业发展状况分析

9.2 有机农业领先企业个案分析

9.2.1 天人果汁集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.2.2 泰安泰山亚细亚食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业盈利能力分析
- (6) 企业发展能力分析

9.2.3 福建省闽中有机食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业盈利能力分析
- (6) 企业发展能力分析

9.2.4 黄山市松萝有机茶叶开发有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业盈利能力分析
- (6) 企业发展能力分析

9.2.5 北京欧阁有机农庄科贸发展有限公司经营情况分析

第十章 中国有机农业投资机会及授信机会分析

10.1 有机农业投资机会分析及建议

10.1.1 有机农业投资特性分析

(1) 行业进入壁垒分析

(2) 行业盈利模式分析

(3) 行业盈利因素分析

10.1.2 有机农业投资机会分析

10.1.3 有机农业投资风险预警

10.1.4 艾凯咨询集团投资建议

报告图表摘要

图表1 传统农业产业链示意图

图表2 有机农业产业链示意图

图表3 《政府工作报告》农业政策要点

图表4 2004-2012年中国国内生产总值及增长情况(单位:亿元,%)

图表5 2004-2012年中国城镇居民人均可支配收入及增长情况(单位:亿元,%)

图表6 2004-2012年农村居民人均纯收入及增长情况(单位:亿元,%)

图表7 城镇居民人均消费支出及同比增速(单位:元,%)

图表8 城镇居民支出结构(单位:%)

图表9 农村居民人均消费支出及同比增速(单位:元,%)

图表10 农村居民支出结构(单位:%)

图表11 城乡家庭恩格尔系数(单位:%)

图表12 人均食品消费量的国际比较(单位:g,美元)

图表13 中国城乡居民家庭人均食品消费量比较(单位:kg/人)

图表14 世界各大洲有机认证机构数目分布图(单位:家)

图表15 世界有机农业和野生采集作物的面积增长情况(单位:万ha)

图表16 全球有机土地面积(单位:万ha)

图表17 全球有机农业分布情况

图表18 1996-2009年德国有机农业农田面积的发展状况(单位:公顷,%)

图表19 1996-2009年德国有机农业管理者数量及占比(单位:个,%)

图表20 拿大有机认证农场数(单位:家)

图表21 加拿大有机食品类型及比例(单位:%)

图表22 国内投资建设的主要有机农业项目情况

图表23 一般有机肥的种类及营养含量(单位:%)

图表24 堆肥养分含量(单位:%)

图表25 农村常用沼气发酵原料的碳氮比(单位:%)

图表26 沼气发酵肥养分含量（单位：%）

图表27 沼气发酵肥中的速效氮含量（单位：%）

图表28 中国大面积种植的绿肥种类

图表29 不同蔬菜经济产量1000kg的需肥量（单位:kg）

图表30 不同果树经济产量1000kg的需肥量（单位:kg）

图表31 消费者购买有机食品的主要原因

图表32 北京海淀区五大超市有机食品价格调查结果（单位:元/千克，倍）

图表33 日本有机食品的国内供应和国外进口（单位:t）

图表34 中国稻谷种植面积及增长情况（单位:千公顷，%）

图表35 中国稻谷供需平衡情况（单位:万吨，公斤/公顷）

图表36 2012年优质有机大米报价（单位:元）

图表37 2000/2001-2010/2012年度中国小麦种植面积及增长情况（单位:千公顷，%）

图表38 2001/2002-2010/2012年度中国小麦供需平衡情况（单位:万吨）

图表39 2000/2001-2010/2012年度中国玉米种植面积及增长情况（单位:千公顷，%）

图表40 2000/2001-2010/2012年度中国玉米供需平衡情况（单位:万吨）

图表41 中国蔬菜种植面积及增长情况（单位:千公顷，%）

图表42 有机蔬菜网络营销体系框架

图表43 中国苹果产量及增长情况（单位:万吨，%）

图表44 2012年陕西宜川县各种规格的有机苹果的报价（单位:元/斤）

图表45 中国肉猪出栏头数（单位:头）

图表46 中国生猪年底头数（单位:头）

图表47 消费者对当前猪肉质量安全的整体评价（单位:个，%）

图表48 猪肉质量安全突发事件对消费者质量安全感知的影响（单位:个，%）

图表49 消费者对有机猪肉与普通猪肉品质对比评价（n=63）（单位:个，%）

图表50 信息强化后消费者对有机猪肉品质的信任评价（单位:个，%）

图表51 消费者支付意愿统计表

图表52 中国羊年底只数及结构（单位:只）

图表53 中国牛年底只数及结构（单位:头）

图表54 有机蔬菜间作套作组合

图表55 热处理对果蔬采后病害的控制（单位: ，min）

图表56 果蔬采后处理流程示意图

图表57 有机食品加工中允许使用的非农业源食品添加剂和加工助剂

图表58 有机食品加工中允许使用的非农业源食品添加剂和加工助剂（续表）

图表59 有机农业检查认证体系

图表60 有机检查认证程序

图表61 2003-2006年世界各大洲获得认可的认证机构（单位:家）

图表62 有机产品生产、加工的管理者与内部检查员应具备的条件

图表63 天人果汁集团股份有限公司优劣势分析

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/148457.html>