

2024-2030年中国有机食品 市场深度分析与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国有机食品市场深度分析与市场需求预测报告》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.cction.com/report/202310/414836.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

有机食品是根据有机农业和有机食品生产、加工标准或生产、加工技术规范而生产、加工并经有机食品认证组织认证的一切农副产品，是指在生产加工中不使用化学农药、化肥、化学防腐剂和添加剂，也不用基因工程生物及其产物，因此它是真正的源于自然、富营养、高品质的安全环保生态食品。

近年来，随着生活水平的提高，消费者对食品安全问题日益重视，而“无公害食品行动”和绿色食品渐为消费者所接受，也为有机食品在我国生根发芽打下了良好的基础。目前，我国有机食品产业已具备了一定的发展基础，品牌影响力不断扩大，并形成了以有机豆类为主的东北地区、以有机蔬菜为主的山东省、以有机茶叶为主的江浙皖赣等几大集中生产区域。

我国有机产品主要分为四大类：植物类、畜禽类、水产类及加工类产品。2021年，中国有机食品获证单位数量达1267家，较2020年增加了39家，同比增长3.18%，其中新申报单位216家。2021年，中国有机产品生产总值为2482亿元，中国有机产品总销量125.46万吨，中国有机产品总销售额951.6亿元。2021年，中国有机产品标志发放34.63亿枚。截至2021年底，我国共有105家认证机构经批准开展有机产品认证活动，共有1.5万家企业获得有机产品认证证书2.5万张。

中国致力于推进有机食品产业可持续发展。2022年9月，国家市场监督管理总局发布关于修改和废止部分部门规章的决定，其中就包括对《有机产品认证管理办法》的修订。2022年9月29日，农业农村部发布《关于实施农产品“三品一标”四大行动的通知》，促进有机农产品高质量发展。2023年2月，中央1号文件即《农业农村部关于落实党中央国务院2023年全面推进乡村振兴重点工作部署的实施意见》发布，其中要求深入推进农业生产和农产品“三品一标”，扩大绿色、有机、地理标志和名特优新产品规模。这一系列的政策为有机食品产业发展提供机遇。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国有机食品市场深度分析与市场需求预测报告》共十三章。首先介绍了有机食品的概念、分类、产生背景及应具备条件等，接着分析了国际国内有机食品行业的现状及相关标准。然后具体介绍了有机蔬菜、有机茶、有机水果、有机大米、有机奶制品、有机水产品的发展。随后，报告对有机食品市场做了区域发展分析、重点企业经营状况分析、投资和未来前景趋势分析。最后详细列明了与有机食品行业密切相关的政策和法规。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、质检总局、农业部、中企顾问网、中国绿色食品协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预

测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对有机食品产业有个系统深入的了解、或者想投资有机食品行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 有机农业及有机食品概述

1.1 有机农业的概述

1.1.1 有机农业定义

1.1.2 有机农业分类

1.1.3 有机农业的特性

1.1.4 有机农业的优势

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 有机食品的产生及其背景

1.2.3 有机食品应该具备的条件

1.2.4 中国有机食品标志的含义

1.2.5 有机食品及相关食品的异同点

第二章 2020-2022年国际有机食品行业发展状况分析

2.1 国际有机食品行业发展综述

2.1.1 主要有机食品种类

2.1.2 有机食品行业特点

2.1.3 有机农业发展状况

2.1.4 有机食品市场规模

2.2 美国

2.2.1 有机食品行业概况

2.2.2 有机产品认证机构

2.2.3 有机产品认证特点

2.2.4 有机认证相关标准

2.2.5 有机食品行业规模

2.2.6 行业发展前景分析

2.3 欧洲

2.3.1 有机农业生产状况

- 2.3.2 有机食品发展现状
- 2.3.3 产品生产流通模式
- 2.3.4 有机食品消费模式
- 2.3.5 欧盟有机食品发展
- 2.3.6 行业存在的问题及对策
- 2.4 德国
 - 2.4.1 有机农业用地规模
 - 2.4.2 有机食品销售规模
 - 2.4.3 有机食品销售渠道
 - 2.4.4 主要有机超市介绍
 - 2.4.5 有机农业支持政策
 - 2.4.6 有机农业行业协会
- 2.5 其他国家
 - 2.5.1 澳大利亚
 - 2.5.2 日本
 - 2.5.3 法国
 - 2.5.4 意大利

第三章 2020-2022年有机农业发展分析

- 3.1 2020-2022年全球有机农业发展状况分析
 - 3.1.1 有机农业发展历史
 - 3.1.2 有机农地面积
 - 3.1.3 有机生产者数量
 - 3.1.4 行业标准及政策支持
- 3.2 有机农业发展价值
 - 3.2.1 落实环境保护
 - 3.2.2 增加农民收入
 - 3.2.3 谋求健康福祉
 - 3.2.4 促进农业生产升级
 - 3.2.5 创新农业发展新技术
- 3.3 2020-2022年中国有机农业发展综合状况分析
 - 3.3.1 有机农业产业链分析

- 3.3.2 有机农业发展必要性
- 3.3.3 有机农业管理架构
- 3.3.4 有机作物生产情况
- 3.3.5 有机动物生产情况
- 3.3.6 有机产品产值规模
- 3.3.7 有机产品销售情况
- 3.3.8 有机产品标志发放情况
- 3.4 有机农业发展基本原则
 - 3.4.1 生态原则
 - 3.4.2 健康原则
 - 3.4.3 公平原则
 - 3.4.4 谨慎原则
- 3.5 中国有机农业产业化发展模式分析
 - 3.5.1 有机订单农业
 - 3.5.2 有机农场模式
 - 3.5.3 产业化发展前景
- 3.6 有机农业发展存在的问题
 - 3.6.1 行业制约瓶颈
 - 3.6.2 生产制约因素
 - 3.6.3 技术发展困境
 - 3.6.4 政策补贴缺陷
 - 3.6.5 行业布局不清晰
 - 3.6.6 产业化发展瓶颈
- 3.7 有机农业发展对策建议
 - 3.7.1 完善有机制度设计
 - 3.7.2 强化政策扶持
 - 3.7.3 拓展有机全产业链
 - 3.7.4 完善技术保障体系
 - 3.7.5 转变消费观念
 - 3.7.6 有机农业种植改善措施

第四章 2020-2022年中国有机食品行业分析

4.1 2020-2022年中国绿色食品行业运行情况

4.1.1 绿色食品发展历程

4.1.2 绿色食品产业标准汇总

4.1.3 绿色食品发展意义

4.1.4 绿色食品发展规模

4.1.5 绿色食品运行模式

4.1.6 绿色食品供给分析

4.1.7 绿色食品发展挑战

4.1.8 绿色食品发展机遇

4.1.9 绿色食品发展目标

4.2 2020-2022年中国有机食品市场分析

4.2.1 有机食品发展历程

4.2.2 有机食品产业链分析

4.2.3 有机食品发展规模

4.2.4 有机食品市场竞争关系

4.2.5 有机食品重点企业分析

4.3 中国有机食品消费情况

4.3.1 有机食品市场消费现状

4.3.2 有机食品的消费者特征

4.3.3 有机食品消费动机分析

4.3.4 有机食品消费行为分析

4.3.5 有机食品消费制约因素

4.4 有机食品供应链管理建设分析

4.4.1 供应链管理模式的内涵及意义

4.4.2 供应链管理建设存在的问题

4.4.3 加强供应链管理建设的措施

4.5 有机食品营销策略分析

4.5.1 发达国家有机食品营销经验

4.5.2 有机食品营销市场表现情况

4.5.3 有机食品市场营销策略

4.6 有机食品溯源体系建设分析

4.6.1 有机食品溯源的意义

- 4.6.2 有机食品溯源体系建设内容
- 4.6.3 有机食品溯源体系建设存在的问题
- 4.6.4 有机食品溯源体系建设建议
- 4.7 有机食品行业存在的问题与挑战
 - 4.7.1 有机食品行业存在的难题
 - 4.7.2 有机食品市场发展的掣肘
 - 4.7.3 有机食品盈利难的原因
 - 4.7.4 有机食品行业面临的挑战
 - 4.7.5 有机肥的安全质量问题
 - 4.7.6 有机食品行业潜在的失信行为
- 4.8 中国有机食品行业发展的策略
 - 4.8.1 有机食品行业发展战略
 - 4.8.2 有机食品技术创新策略
 - 4.8.3 有机食品市场发展建议
 - 4.8.4 发展有机食品产业对策
 - 4.8.5 开展有机食品保险
 - 4.8.6 有机食品诚信体系建设

第五章 中国有机食品认证情况及相关标准介绍

- 5.1 有机食品认证情况分析
 - 5.1.1 有机食品认证定义
 - 5.1.2 有机食品认证标准
 - 5.1.3 有机食品认证流程
 - 5.1.4 有机食品认证现状
 - 5.1.5 有机食品认证困境
 - 5.1.6 有机食品认证建议
- 5.2 有机种植标准介绍
 - 5.2.1 种植环境要求
 - 5.2.2 外来污染防治
 - 5.2.3 使用种苗规定
 - 5.2.4 农药使用标准
 - 5.2.5 施用肥料要求

- 5.2.6 其他认证说明
- 5.3 有机养殖标准解析
 - 5.3.1 有机养殖条件
 - 5.3.2 饲料喂养要求
 - 5.3.3 饮用水质标准
 - 5.3.4 养殖方式选择
 - 5.3.5 动物福利要求
 - 5.3.6 其他说明
- 5.4 有机食品加工标准分析
 - 5.4.1 有机加工环境标准
 - 5.4.2 有机加工配料要求
 - 5.4.3 有机加工设备条件
 - 5.4.4 有机加工防虫方法
 - 5.4.5 有机加工包装标准
 - 5.4.6 有机加工其他说明

第六章 2020-2020年有机蔬菜行业发展分析

- 6.1 有机蔬菜相关概述
 - 6.1.1 有机蔬菜定义
 - 6.1.2 有机蔬菜优点
 - 6.1.3 有机蔬菜认证
 - 6.1.4 种植相关要求
- 6.2 中国有机蔬菜行业发展现状分析
 - 6.2.1 市场供给规模
 - 6.2.2 商业模式特征
 - 6.2.3 销售渠道分析
 - 6.2.4 关键种植技术
 - 6.2.5 国际经验借鉴
 - 6.2.6 行业发展前景
- 6.3 有机蔬菜发展面临的问题及发展策略
 - 6.3.1 行业主要问题
 - 6.3.2 生产相关风险

- 6.3.3 产业发展对策
- 6.3.4 发展政策建议
- 6.3.5 规范发展对策
- 6.3.6 技术推广路径
- 6.3.7 生产风险控制

第七章 2020-2022年有机茶行业发展分析

7.1 有机茶相关概述

- 7.1.1 有机茶相关介绍
- 7.1.2 有机茶发展意义
- 7.1.3 有机茶种植方法
- 7.1.4 有机茶开发探析
- 7.1.5 有机茶生产条件

7.2 中国有机茶行业发展分析

- 7.2.1 行业发展概述
- 7.2.2 发展有利条件
- 7.2.3 产业升级发展
- 7.2.4 市场发展概况
- 7.2.5 市场发展前景

7.3 部分地区有机茶发展状况

- 7.3.1 浙江省武义县
- 7.3.2 广西省昭平县
- 7.3.3 安徽省休宁县
- 7.3.4 江西省婺源县

7.4 中国重点有机茶品牌相关介绍

- 7.4.1 玉皇剑茶业
- 7.4.2 将军峰茶业
- 7.4.3 T三有机茶
- 7.4.4 妙心茶业
- 7.4.5 黔茶浪竹
- 7.4.6 沂蒙雪尖

7.5 中国有机茶市场营销传播分析

- 7.5.1 营销影响因素
- 7.5.2 模式存在问题
- 7.5.3 营销策略分析
- 7.6 有机茶发展中存在的问题及发展策略
 - 7.6.1 总体发展问题
 - 7.6.2 出口面临挑战
 - 7.6.3 市场开拓策略
 - 7.6.4 产业化发展策略
 - 7.6.5 种植技术推广策略
 - 7.6.6 控制生产质量安全
- 7.7 有机茶行业标准情况
 - 7.7.1 《有机茶》标准
 - 7.7.2 《有机茶产地环境条件》
 - 7.7.3 《有机茶生产技术规程》
 - 7.7.4 《有机茶加工技术规程》
 - 7.7.5 《有机茶标识管理章程》

第八章 2020-2022年其它有机食品行业发展分析

- 8.1 有机果品
 - 8.1.1 有机果品定义
 - 8.1.2 市场运行情况
 - 8.1.3 行业发展前景
 - 8.1.4 行业发展建议
- 8.2 有机大米
 - 8.2.1 产业发展状况
 - 8.2.2 市场占比情况
 - 8.2.3 种植效益测算
 - 8.2.4 品牌发展情况
 - 8.2.5 产业发展路径
- 8.3 有机小麦
 - 8.3.1 有机小麦基本介绍
 - 8.3.2 有机小麦特性分析

- 8.3.3 有机小麦栽培技术
- 8.3.4 新疆有机小麦发展
- 8.4 有机玉米
 - 8.4.1 有机玉米概念界定
 - 8.4.2 有机玉米营养分析
 - 8.4.3 有机玉米种植技术
 - 8.4.4 有机玉米推广策略
- 8.5 有机奶制品
 - 8.5.1 产品主要分类
 - 8.5.2 产品认证状况
 - 8.5.3 产量规模状况
 - 8.5.4 主要产区分布
 - 8.5.5 行业存在问题
 - 8.5.6 市场发展策略
- 8.6 有机养殖
 - 8.6.1 有机养殖介绍
 - 8.6.2 产业发展意义
 - 8.6.3 市场规模分析
 - 8.6.4 行业发展对策
 - 8.6.5 行业发展前景

第九章 2020-2022年中国有机农业重点地区发展分析

- 9.1 黑龙江省
 - 9.1.1 品牌发展优势
 - 9.1.2 产品认证情况
 - 9.1.3 推广体系启动
 - 9.1.4 有机土地保护
 - 9.1.5 区域发展状况
 - 9.1.6 产业发展问题
 - 9.1.7 产品发展对策
 - 9.1.8 产业发展路径
- 9.2 吉林省

- 9.2.1 行业发展优势
- 9.2.2 产业发展综况
- 9.2.3 典型示范城市
- 9.2.4 产业分析问题
- 9.2.5 产业发展对策
- 9.3 福建省
 - 9.3.1 产业发展回顾
 - 9.3.2 行业认证体系
 - 9.3.3 福建省古田县
 - 9.3.4 产品销售模式
 - 9.3.5 生产组织模式
 - 9.3.6 产业相关规划
- 9.4 贵州省
 - 9.4.1 发展必要性分析
 - 9.4.2 产品认证情况
 - 9.4.3 典型有机农场
 - 9.4.4 典型区域发展
- 9.5 西藏自治区
 - 9.5.1 行业发展意义
 - 9.5.2 产品认证规模
 - 9.5.3 有机茶品牌
 - 9.5.4 发展面临的问题
 - 9.5.5 解决措施建议
- 9.6 山西省
 - 9.6.1 产业发展意义
 - 9.6.2 产业发展基础
 - 9.6.3 政策环境分析
 - 9.6.4 产业发展特点
 - 9.6.5 行业相关规划
- 9.7 其他地区
 - 9.7.1 湖南省
 - 9.7.2 新疆自治区

- 9.7.3 重庆市
- 9.7.4 江苏省
- 9.7.5 湖北省
- 9.7.6 青海省

第十章 2020-2022年中国有机食品电子商务分析

- 10.1 2020-2022年中国食品电商市场分析
 - 10.1.1 交易规模情况
 - 10.1.2 交易渠道分析
 - 10.1.3 电商食品营销
 - 10.1.4 企业规模情况
 - 10.1.5 行业融资情况
 - 10.1.6 市场发展前景
- 10.2 2020-2022年中国有机电商发展综述
 - 10.2.1 行业发展阶段
 - 10.2.2 行业发展现状
 - 10.2.3 产业链条分析
 - 10.2.4 成本优势分析
 - 10.2.5 行业前景展望
- 10.3 有机食品电子商务商业模式分析
 - 10.3.1 总体框架模式
 - 10.3.2 目标客户分析
 - 10.3.3 O2O模式兴起
 - 10.3.4 盈利模式分析
 - 10.3.5 物流配送模式
- 10.4 有机食品电子商务发展的关键环节
 - 10.4.1 产品采购与组织
 - 10.4.2 网站建设
 - 10.4.3 品牌建设及营销
 - 10.4.4 物流配送体系
 - 10.4.5 增值服务
- 10.5 有机食品电子商务风险因素分析

- 10.5.1 配送速度
- 10.5.2 货源及成本
- 10.5.3 用户习惯
- 10.5.4 信任危机

第十一章 2016-2019年有机食品重点企业分析

11.1 黑龙江北大荒农业股份有限公司

- 11.1.1 企业发展概况
- 11.1.2 经营效益分析
- 11.1.3 业务经营分析
- 11.1.4 财务状况分析
- 11.1.5 核心竞争力分析
- 11.1.6 公司发展战略

11.2 东方集团股份有限公司

- 11.2.1 企业发展概况
- 11.2.2 经营效益分析
- 11.2.3 业务经营分析
- 11.2.4 财务状况分析
- 11.2.5 核心竞争力分析
- 11.2.6 公司发展战略
- 11.2.7 未来前景展望

11.3 西王食品股份有限公司

- 11.3.1 企业发展概况
- 11.3.2 经营效益分析
- 11.3.3 业务经营分析
- 11.3.4 财务状况分析
- 11.3.5 核心竞争力分析
- 11.3.6 公司发展战略
- 11.3.7 未来前景展望

11.4 天邦食品股份有限公司

- 11.4.1 企业发展概况
- 11.4.2 经营效益分析

- 11.4.3 业务经营分析
- 11.4.4 财务状况分析
- 11.4.5 核心竞争力分析
- 11.4.6 公司发展战略
- 11.4.7 未来前景展望
- 11.5 中国圣牧有机奶业有限公司
 - 11.5.1 企业发展概况
 - 11.5.2 2021年企业经营状况分析
 - 11.5.3 2022年企业经营状况分析
 - 11.5.4 2023年企业经营状况分析

第十二章 2023-2027年有机食品行业投资分析与前景趋势展望

- 12.1 对有机农业投资价值综合评估
 - 12.1.1 市场投资机会分析
 - 12.1.2 行业进入壁垒分析
 - 12.1.3 行业进入时机判断
 - 12.1.4 投资价值综合评估
 - 12.1.5 行业投资策略建议
- 12.2 中国有机食品发展前景展望
 - 12.2.1 有机食品发展机遇
 - 12.2.2 有机食品发展路径
 - 12.2.3 全产业链发展模式
 - 12.2.4 有机食品发展趋势
 - 12.2.5 有机食品发展展望
- 12.3 对2024-2030年中国有机食品行业预测分析
 - 12.3.1 2024-2030年中国有机食品行业影响因素分析
 - 12.3.2 2024-2030年中国有机产品产值规模预测
 - 12.3.3 2024-2030年中国有机产品销售额预测

第十三章 中国有机食品产业相关政策分析

- 13.1 有机食品政策标准概况
 - 13.1.1 有机食品认证发展历程分析

- 13.1.2 有机产品相关标准汇总
 - 13.1.3 有机食品相关标准汇总
 - 13.1.4 有机产品认证管理办法修订
 - 13.1.5 “十四五”农业绿色发展规划解读
 - 13.1.6 有机农产品地理标志工作要点
 - 13.1.7 “三品一标”主要实施行动要求
 - 13.2 有机食品认证标准及要求
 - 13.2.1 有机产品认证概述
 - 13.2.2 有机产品认证实施规则修订
 - 13.2.3 有机食品认证基本要求
 - 13.2.4 有机食品认证收费管理细则
 - 13.2.5 有机产品认证目录
 - 13.3 有机食品相关规范要求
 - 13.3.1 有机食品技术规范
 - 13.3.2 有机（天然）食品运输技术规范
 - 13.3.3 有机（天然）食品贮藏技术规范
 - 13.3.4 有机（天然）食品销售技术规范
 - 13.3.5 有机（天然）食品检测技术规范
- 附录：
- 附录一：中华人民共和国食品安全法（2021年修订）
 - 附录二：有机产品认证管理办法（2022年修订）
 - 附录三：有机产品认证实施规则
 - 附录四：认证机构管理办法（2020年修订）

图表目录

- 图表1 我国有机农业产品分类
- 图表2 中国有机食品标志
- 图表3 中国有机产品标志
- 图表4 有机食品、绿色食品及无公害食品标志
- 图表5 2020年全球有机农地面积位列前十名的国家/地区
- 图表6 2000-2020年全球有机食材（含饮料）市场增长情况
- 图表7 美国有机认证标识

- 图表8 2013-2021年美国有机产品销售额及有机食品占比
- 图表9 欧盟有机食品相关标志
- 图表10 2013-2020年德国有机农业用地及增长率
- 图表11 2015-2020年德国有机耕地和有机草原面积
- 图表12 2013-2020年德国有机食品市场销售额走势
- 图表13 2013-2020年德国有机食品市场占比
- 图表14 2020年德国有机食品销售额渠道结构
- 图表15 2015-2020年德国有机食品分渠道销售额
- 图表16 NASAA标志
- 图表17 ACO标志
- 图表18 “国产有机支持者”标章
- 图表19 中国有机产业产前、产中、产后各阶段实施管理的政府机构
- 图表20 2021年中国有机作物生产面积
- 图表21 2015-2021年中国有机作物生产面积与产量变化
- 图表22 2021年中国有机家畜和家禽生产状况
- 图表23 2017-2021年中国主要有机畜禽养殖数量变化
- 图表24 2021年中国有机水产品生产状况
- 图表25 2017-2021年中国有机产品产值变化
- 图表26 2021年中国有机产品销售数量分布
- 图表27 2017-2021年中国有机产品销售额变化
- 图表28 2021年中国有机产品标志发放数量分布
- 图表29 绿色食品相关行业标准
- 图表30 2021年全国绿色食品发展总体情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414836.html>