2016-2021年中国有机农业深度调研与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国有机农业相关发展概述
1.1 有机农业相关概述
1.1.1 有机农业基本概念
1.1.2 有机农业主要特点
1.1.3 有机农业概念辨析
（1）有机农业与传统农业
（2）有机农业与现代农业
（3）有机农业与生态农业
1.1.4 有机农业SWOT分析
（1）有机农业发展机会分析
（2）有机农业发展威胁分析
（3）有机农业发展优势分析
（4）有机农业发展劣势分析
1.2 有机农业发展环境分析
1.2.1 有机农业政策环境分析
（1）有机农业管理体制分析
（2）有机农业认证标准分析
（3）有机农业发展政策分析
（4）有机农业发展规划分析
1.2.2 有机农业经济环境分析
（1）宏观经济环境分析
（2）农业经济发展情况
（3）农业融资环境分析
（4）宏观经济发展前瞻
1.2.3 有机农业社会环境分析
（1）食品安全因素分析
（2）中国人口因素分析
（3）居民收入因素分析
（4）居民消费因素分析
（5）有机认知情况分析
1.2.4 有机农业技术环境分析
（1）行业专利申请数分析
（2）行业专利公开数量变化情况
（3）行业专利申请人分析
（4）行业热门技术分析
1.3 中国有机农业发展路线图
1.3.1 中国农业发展总体思路
（1）十八届三中全会对农业发展的定位
（2）中央一号文件对农业发展的定位
（3）政府工作报告对农业发展的定位
（4）中国农业发展的总体思路
1.3.2 中国现代农业发展总体框架
（1）中国现代农业发展总体框架
（2）中国现代农业发展的科技现代化
（3）中国现代农业发展的装备现代化
（4）中国现代农业发展的组织形式与配套现代化
1.3.3 中国有机农业发展路线图
（1）中国现代农业发展路线图
（2）中国有机农业发展路线图
（3）2014年中国农业发展趋势
1.4 中国有机农业产融结合路径

1.4.1 中国有机农业产融结合路径
（1）中国农业发展的产融结合路径
（2）中国有机农业产融结合路径选择
1.4.2 中国有机农业信贷融资路径分析
（1）有机农业信贷融资机会分析
（2）有机农业信贷融资现状分析
（3）有机农业信贷融资路径选择
1.4.3 中国有机农业股权融资路径分析
（1）有机农业股权融资机会分析
（2）有机农业股权融资现状分析
（3）有机农业股权融资路径选择
第2章：全球有机农业发展状况分析
2.1 全球有机农业发展分析
2.1.1 全球有机农业法规与政策
2.1.2 全球有机农业发展阶段
2.1.3 全球有机农业发展现状
2.1.4 全球有机农业发展趋势
2.2 主要国家有机农业发展状况
2.2.1 英国有机农业发展状况
2.2.2 德国有机农业发展状况
2.2.3 瑞典有机农业发展状况
2.2.4 美国有机农业发展状况
2.2.5 日本有机农业发展状况
2.3 主要国家有机农业模式分析
2.3.1 菲律宾有机农业发展模式
2.3.2 以色列有机农业发展模式
2.3.3 德国有机农业发展模式
2.3.4 瑞典有机农业发展模式
2.3.5 美国有机农业发展模式
2.4 全球有机产品消费现状与趋势
2.4.1 全球有机农产品消费现状
2.4.2 全球有机农产品消费市场格局
2.4.3 全球有机农产品消费增长情况
2.4.4 全球有机农产品消费趋势
2.5 主要发达国家经验借鉴
2.5.1 英国有机农业经验借鉴
2.5.2 德国有机农业经验借鉴
2.5.3 美国有机农业经验借鉴
2.5.4 日本有机农业经验借鉴
第3章：中国有机农业发展状况分析
3.1 中国有机农业发展现状分析
3.1.1 有机农业发展阶段
3.1.2 有机农业发展现状分析
（1）中国有机农业发展总体情况
（2）中绿华夏有机食品认证统计情况
（3）有机农业行业产品结构分析
（4）有机农业行业区域集中度分析
（5）有机农产品价格分析
3.1.3 有机农业发展有利因素分析
3.1.4 有机农业市场存在问题
3.2 有机农业投入产出分析
3.2.1 有机农业投入物质分析
（1）有机种苗
（2）有机肥料
（3）有机农药
（4）有机饲料和饲料添加剂
（5）有机食品生产中的兽药
3.2.2 有机农产品产出情况分析
（1）有机粮食产出情况

（2）有机蔬菜产出情况
（3）有机果品产出情况
（4）有机茶叶产出情况
（5）有机肉制品产出情况
3.2.3 有机农业投入产出效益分析
3.3 有机农产品国际贸易分析
3.3.1 国际有机农产品贸易现状
（1）有机产品国际贸易要求和进口程序
（2）促进有机食品国际贸易措施
（3）世界各国有机农产品贸易状况
3.3.2 中国有机农业贸易现状分析
（1）中国有机农产品贸易现状及前景
（2）中国有机农产品出口贸易制约因素
第4章：中国有机农业经营模式分析
4.1 有机农业经营模式分析
4.1.1 直供模式分析
（1）模式简介
（2）经营要点
（3）典型案例
4.1.2 体验式农庄模式分析
（1）模式简介
（2）经营要点
（3）典型案例
4.1.3 观光生态农业模式
（1）模式简介
（2）经营要点
（3）典型案例
4.1.4 CSA生态农场模式
（1）模式简介
（2）经营要点
（3）典型案例
4.1.5 原产地农产品模式
（1）模式简介
（2）经营要点
（3）典型案例
4.2 有机农业营销战略分析
4.2.1 有机农业消费群体分析
（1）有机农产品消费群体
（2）有机农产品消费动机
（3）有机农产品消费趋向
（4）有机农产品消费现状
（5）有机农产品消费抑制因素
（6）有机农产品消费促进因素
4.2.2 有机农业品牌定位分析
4.2.3 有机农业市场推广分析
4.2.4 有机农业营销策略分析
（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（brandstratagem）
4.2.5 有机农业营销策划案例
（1）项目简介
（2）项目分析
（3）市场定位
（4）市场推广
（5）营销策略
（6）预期目标与评估
4.3 有机农业电商模式分析

4.3.1 有机农业嫁接电商模式分析
4.3.2 有机农业电商营销模式分析
4.3.3 有机农业电商物流渠道分析
4.3.4 有机农业电商模式案例分析
（1）建德农食馆——阿里巴巴
（2）千湖岛有机鱼——天猫商城
（3）榆林有机农业——一号店
4.4 有机农业典型经营模式分析
4.4.1 壹亩田经营模式分析
（1）公司基本情况简介
（2）公司有机农业经营思路
（3）公司有机农业市场开发
（4）公司有机农业销售模式
（5）公司有机农业品牌塑造
（6）公司有机农业经营经验
（7）公司有机农业经验借鉴
4.4.2 乐活城经营模式分析
（1）公司基本情况简介
（2）公司有机农业经营思路
（3）公司有机农业市场开发
（4）公司有机农业销售模式
（5）公司有机农业品牌塑造
（6）公司有机农业经营经验
（7）公司有机农业经验借鉴
4.4.3 正谷农业经营模式分析
（1）公司基本情况简介
（2）公司有机农业经营思路
（3）公司有机农业市场开发
（4）公司有机农业销售模式
（5）公司有机农业品牌塑造
（6）公司有机农业经营经验
（7）公司有机农业经验借鉴
4.4.4 多利农庄经营模式分析
（1）公司基本情况简介
（2）公司有机农业经营思路
（3）公司有机农业市场开发
（4）公司有机农业销售模式
（5）公司有机农业品牌塑造
（6）公司有机农业盈利模式
（7）公司有机农业经验借鉴
4.4.5 沱沱公社经营模式分析
（1）公司基本情况简介
（2）公司有机农业经营思路
（3）公司有机农业市场开发
（4）公司有机农业销售模式
（5）公司有机农业品牌塑造
（6）公司有机农业盈利模式
（7）公司有机农业经验借鉴
4.5 有机农业未来运作模式发展
4.5.1 有机农业发展战略要点
4.5.2 有机农业未来运作模式
第5章：中国有机农业细分市场分析
5.1 有机粮食市场分析
5.1.1 有机水稻市场发展概况
（1）水稻种植情况
（2）水稻供销情况
（3）有机水稻市场价格分析
（4）有机水稻市场供给分析
（5）有机水稻市场需求分析

（6）有机水稻市场发展展望
5.1.2 有机小麦市场发展概况
（1）小麦种植情况
（2）小麦供销情况
（3）有机小麦市场价格分析
（4）有机小麦市场供给分析
（5）有机小麦市场需求分析
（6）有机小麦市场现状及展望
5.1.3 有机玉米市场发展概况
（1）玉米种植情况
（2）玉米供销情况
（3）有机玉米市场价格分析
（4）有机玉米市场供给分析
（5）有机玉米市场现状及展望
5.2 有机蔬菜市场分析
5.2.1 有机蔬菜市场发展现状
5.2.2 有机蔬菜市场价格分析
（1）有机蔬菜市场供给分析
（2）有机蔬菜市场需求分析
5.2.3 有机蔬菜市场调研分析
（1）消费群组
（2）认识程度
（3）用户需求
（4）购买频率
（5）调研结论
5.2.4 有机蔬菜出口潜力分析
（1）对欧盟市场的出口潜力
（2）对北美市场的出口潜力
（3）对日本市场的出口潜力
5.3 有机果品市场分析
5.3.1 有机苹果市场发展概况
（1）苹果种植情况
（2）苹果供销情况
（3）有机苹果市场价格分析
（4）有机苹果市场需求分析
（5）有机苹果市场发展展望
5.3.2 有机柑橘市场发展概况
（1）柑橘种植情况
（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
5.4 有机茶市场分析
5.4.1 有机茶概念及认证发展
5.4.2 有机茶市场发展现状
5.4.3 有机茶产地生产情况
（1）浙江武义有机茶生产情况
（2）贵州风冈有机茶生产情况
（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
5.4.4 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
5.4.5 有机茶市场发展面临的挑战
5.4.6 有机茶市场发展展望
5.5 有机养殖产品市场分析
5.5.1 有机猪肉市场分析
（1）生猪养殖情况
（2）猪肉市场供销情况
（3）有机猪肉市场价格分析
（4）有机猪肉市场供给分析
（5）有机猪肉市场需求分析
（6）有机猪肉市场发展展望
5.5.2 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
5.5.3 有机羊肉市场分析
（1）羊养殖情况
（2）羊肉市场供销情况
（3）有机羊肉市场供给分析
（4）有机羊肉市场需求分析
（5）有机羊肉市场价格分析
（6）有机羊肉市场现状及展望
5.5.4 有机牛肉市场分析
（1）有机牛肉概念及认证
（2）牛养殖情况
（3）牛肉市场供销情况
（4）有机牛肉市场价格分析
（5）有机牛肉市场供给分析
（6）有机牛肉市场需求现状
（7）有机牛肉市场现状及展望
第6章：中国有机农业生产技术分析
6.1 有机农业生产技术分析
6.1.1 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
6.1.2 有机蔬菜生产技术
（1）产地要求
（2）品种选择
（3）种植制度
6.1.3 有机畜禽养殖技术分析
（1）育种技术
（2）动物饲养
6.2 有机农产品采后处理技术
6.2.1 果蔬采后处理技术与手段
6.2.2 有机果蔬保鲜方式与方法
6.3 有机产品加工技术分析
6.3.1 有机产品加工基本原则
6.3.2 有机产品加工厂选择
6.3.3 有机产品加工卫生条件
6.3.4 有机食品加工工艺技术
第7章：中国有机农业主要企业生产经营分析
7.1 有机农业企业发展状况分析
7.2 有机农业重点企业个案分析

7.2.1 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
7.2.2 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
7.2.3 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）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售网络与生产基地
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.2.4 北京欧阁有机农庄科贸发展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）企业销售网络与生产基地
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.2.5 辽宁巨龙有机食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业经营状况优劣势分析
7.2.6 北京德青源农业科技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
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.2.7 北京归原生态农业发展有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况优劣势分析
7.2.8 东周丰源（北京）有机农业有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与生产基地
（4）企业经营状况优劣势分析
7.2.9 梅州市金穗生态农业发展有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售网络与生产基地
（4）企业经营状况优劣势分析
（5）企业最新发展动向分析
7.2.10 北京德杰天然有机绿色食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向

（3）企业生产基地建设
（4）企业经营状况优劣势分析
7.2.11 西藏特色产业股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况优劣势分析
7.2.12 云南广泰生物科技开发有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售网络分布
（4）企业经营状况优劣势分析
7.2.13 大连兴龙垦有机产品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）企业销售网络与生产基地
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.14 杭州浙大天赐生态科技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
7.2.15 中良美裕有机谷物制品（北京）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售网络与生产基地
（4）企业经营状况优劣势分析
（5）企业最新发展动向分析
7.2.16 山东银香伟业集团经营情况分析
（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）企业经营状况优劣势分析
（5）企业最新发展动向分析
7.2.17 内蒙古云海秋林畜牧有限责任公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况优劣势分析
7.2.18 黑龙江东北大有机食品集团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
7.2.19 广西三凯有机农业集团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）企业经营状况优劣势分析
7.2.20 福州超大嘉和茶业有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况优劣势分析
7.2.21 绿都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
7.2.22 江西万载锦江有机食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况优劣势分析
7.2.23 惠州东进农牧股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道
（4）企业发展模式分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.2.24 陈巴尔虎旗泰丰生态农牧业有限责任公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业经营状况优劣势分析
7.2.25 湖南博野有机农业有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营模式分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业经营状况优劣势分析
（5）企业最新发展动向分析
7.2.26 云南迪思企业集团坚果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）企业运营模式分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.27 浙江绿叶生态农业发展有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品分析
（3）企业经营模式分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
7.2.28 江苏田娘农业科技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
7.2.29 高邮市红太阳食品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
7.2.30 四川攀星绿色食品集团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
第8章：中国有机农业发展趋势与前景预测
8.1 有机农业市场前景分析

8.1.1 有机农业市场发展趋势分析
8.1.2 有机农业市场发展前景预测
8.2 有机农业市场投资分析
8.2.1 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
8.2.2 有机农业投资风险分析
（1）行业政策风险及提示
（2）行业市场风险及提示
8.2.3 有机农业投资项目分析
（1）隆平高科布局有机农业
（2）联想集团布局有机农业
（3）其他有机农业投资项目
8.2.4 前瞻有机农业投资建议

图表目录

图表1：我国有机农业产品分类
图表2：我国有机农业特征
图表3：我国有机农业与传统农业的区别
图表4：我国现代农业的特点
图表5：我国与国外生态农业的差别
图表6：我国有机农业认证相关政策法规
图表7：有机农业行业管理结构
图表8：有机农业标准汇总
图表9：有机产品贮藏技术要求与规范
图表10：2005年以来《政府工作报告》农业政策要点
图表11：有机农业相关法规
图表12：有机农业发展相关规划
图表13：2005年以来中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）
图表14：2008年以来我国粮食产量、面积与主要粮食作物产量（单位：万吨，千公顷）
图表15：2011年以来我国第一产业固定资产投资额及同比增速（单位：亿元，%）
图表16：2011年以来金融机构人民币存贷款基准利率调整表（单位：百分点）
图表17：2011年以来存款准备金率调整（单位：%）
图表18：中国经济预测（单位：%）
图表19：末人口数及构成情况（单位：万人，%）
图表20：2000年以来中国城镇化率（单位：%）
图表21：1950-2050年中国城市化发展情况及预测（单位：%）
图表22：中国人口年龄结构（单位：%）
图表23：2001年以来中国居民收入变化情况（单位：元）
图表24：2000年以来城镇和农村恩格尔系数分布图（单位：%）
图表25：1990年以来中国城乡居民家庭人均食品消费量比较（单位：kg/人）
图表26：2011年以来居民消费价格指数走势情况（单位：%）
图表27：2004年以来有机农业技术相关专利申请数量变化图（单位：个）
图表28：2004年以来有机农业技术相关专利公开数量变化图（单位：个）
图表29：有机农业技术相关专利申请人构成图（单位：个）
图表30：有机农业技术相关专利申请人综合比较（单位：种，%，个，年）
图表31：中国有机农业技术相关专利分布领域（前十位）（单位：个）
图表32：2004年以来中央一号文件概览
图表33：中国现代农业发展总体框架图
图表34：世界各大洲有机认证机构数目分布情况（单位：家）
图表35：世界各大洲有机认证机构数目分布情况（单位：家）
图表36：有机农业概念的深入定义
图表37：有机农业环境标准体系建设的重要事件
图表38：部分发达国家有机食品消费者所占比例（单位：%）

图表39：世界各大洲有机土地面积与农场数目（单位：万公顷）
图表40：各大洲有机农场数占全球有机农场总数的比例（单位：%）
图表41：世界各大洲有机农场面积（单位：万公顷）
图表42：德国有机农业农田面积的发展状况（单位：公顷，%）
图表43：德国有机农业管理者数量及占比（单位：个，%）
图表44：美国有机食品消费增长变动趋势（单位：百万美元，%）
图表45：美国有机食品占食品消费的比例（单位：）
图表46：美国有机食品消费和增长构成（单位：百万美元，%）
图表47：全球有机食品和饮料市场增长趋势（单位：百万美元）
图表48：美国食品销售总额与有机食品销售额及增长率（单位：亿美元，%）
图表49：部分发达国家有机农业面积变化（单位：hm2）
图表50：有机农业发展历程
图表51：有机食品发展总体情况（单位：个，亿元，亿美元，万亩）
图表52：有机食品行业产品结构图（单位：%）
图表53：有机食品认证企业数量集中度分析（单位：%）
图表54：有机食品认证产品数量集中度分析（单位：%）
图表55：北京五大超市有机食品价格调查结果（单位：元/公斤，倍）
图表56：有机农业发展的有利因素总结
图表57：德国有机小麦和普通小麦效益比较（单位：欧元/公顷，吨/公顷，欧元/吨，欧元/公顷）
图表58：欧洲有机产品结构图（单位：%）
图表59：法国有机产品结构图（单位：%）
图表60：英国有机产品结构图（单位：%）
图表61：日本有机食品的国内供应和国外进口（单位：t）
图表62：2015年中国有机农产品市场前景预测（单位：亿元，亿美元）
图表63：有机农产品消费群体分布
图表64：消费者购买有机食品的主要原因
图表65：消费者购买有机食品的限制因素
图表66：绿色销售渠道策略
图表67：绿色价格策略
图表68：2002年以来中国稻谷种植面积及产量（单位：千公顷，万吨）
图表69：2006年以来中国稻谷产量情况（单位：万吨）
图表70：2010年以来中国稻谷供需平衡情况（单位：千吨）
图表71：优质有机大米报价（单位：元）
图表72：2008年以来绿色食品——大米产品个数（单位：个）
图表73：2008年以来绿色食品——大米产量（单位：万吨）
图表74：2000年以来中国小麦种植面积情况（单位：千公顷）
图表75：2012年以来有机小麦素面价格走势（单位：元）
图表76：2008年以来绿色食品——小麦产品个数与产量（单位：个，万吨）
图表77：2000年以来中国玉米种植面积情况（单位：千公顷）
图表78：2001年以来中国玉米供需状况（单位：亿吨）
图表79：2012年以来我国有机白玉米糁价格走势（单位：元）
图表80：2008年以来绿色食品——玉米产品个数与产量（单位：个，万吨）
图表81：我国部分有机蔬菜价格（单位：元）
图表82：2008年以来绿色食品——蔬菜产品个数（单位：个）
图表83：2008年以来绿色食品——蔬菜产量（单位：万吨）
图表84：2001年以来我国苹果产量增长情况（单位：万吨，%）
图表85：2012年以来我国嘎啦果价格走势（单位：元）
图表86：我国柑橘种植面积分布（单位：万亩）
图表87：2001年以来我国柑橘产量增长情况（单位：万吨，%）
图表88：2009年以来全国生猪存栏量情况（单位：万头，%）
图表89：2002年以来全国生猪出栏规模情况（单位：亿头，%）
图表90：2002年以来中国猪肉产量变化（单位：万吨，%）
图表91：2007年以来我国猪肉消费量增长情况（单位：万吨）
图表92：2008年以来绿色食品——猪肉产品个数（单位：个）
图表93：2008年以来绿色食品——猪肉产量（单位：万吨）
图表94：消费者对当前猪肉质量安全的整体评价（单位：个，%）
图表95：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96：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97：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98：消费者支付意愿统计表
图表99：1997年以来我国羊存栏数量变化（单位：万只，%）
图表100：2001年以来中国羊肉产量变化（单位：万吨，%）
图表101：2002年以来中国羊肉人均占有量变化（单位：kg/人）
图表102：2008年以来绿色食品——羊肉产品个数（单位：个）
图表103：2008年以来绿色食品——羊肉产量（单位：万吨）
图表104：1997年以来中国牛饲养规模变化（单位：万头，%）
图表105：我国各地区牛饲养规模（单位：万头）
图表106：2001年以来中国牛肉产量变化（单位：万吨，%）
图表107：2002年以来中国牛肉人均消费量变化（单位：公斤/人）
图表108：2008年以来绿色食品——牛肉产品个数（单位：个）
图表109：2008年以来绿色食品——牛肉产量（单位：万吨）
图表110：有机蔬菜间作套作组合
图表111：果蔬采后处理流程示意图
图表112：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113：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114：报告所选企业主营业务简况
图表115：天人果汁集团股份有限公司基本资料
图表116：天人果汁集团股份有限公司产品结构
图表117：天人果汁集团股份有限公司国内销售网点分布
图表118：天人果汁集团股份有限公司优劣势分析
图表119：泰安泰山亚细亚食品有限公司基本资料
图表120：泰安泰山亚细亚食品有限公司产品结构

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！