

2013-2017年中国绿色食品 市场分析预测及发展趋势研究报告

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

《2013-2017年中国绿色食品市场分析预测及发展趋势研究报告》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/201304/92596.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

绿色食品是经专门机构认证、许可使用绿色食品标志的无污染的安全、优质、营养类食品。伴随着中国加入WTO和全球经济的一体化发展，以及中国从“温饱”型社会向“小康”型社会的转轨，人们对农产品和食品质量的要求越来越高，尤其是无公害食品、绿色食品的要求。

我国绿色食品经过20年发展，创立了一个具有鲜明特色的新兴产业，打造了一个代表我国安全优质农产品的精品品牌，创建了一套符合我国农业和食品工业的发展模式，构建了一套具有国际先进水平的技术标准体系，绿色食品的公信力和美誉度得到了全社会的高度认可。

近年来，我国绿色食品保持了良好的发展势头。为了进一步发挥绿色食品在农业标准化和农产品质量安全管理工作中的示范带动作用，促进农业增效和农民增收，2005年，绿色食品原料标准化基地建设全面启动。经过几年的努力，基地建设取得了较好的效果，走出了一条以绿色食品品牌带动农业标准化生产的新路子。全国已有240个单位（199个县、41个农场）创建了312个绿色食品原料标准化生产基地。

随着生活水平的提高和消费观念的转变，以及环境污染和资源破坏问题的日益严峻，有利于人们健康的无污染、安全、优质营养的绿色食品已成为时尚，越来越受到人们的青睐。开发绿色食品已具备了深厚的市场消费基础。未来，绿色食品无论在国内还是国外，开发潜力都十分巨大，它是集经济、生态和社会效益于一体的特殊产业，有极大的经济发展空间。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国绿色食品市场分析预测及发展趋势研究报告》共十一章。首先介绍了绿色食品行业相关概述、世界绿色食品行业运行形式等，接着分析了中国绿色食品产业发展环境，然后介绍了中国绿色食品市场供需、中国绿色食品市场运行情况。随后，报告对绿色食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国绿色食品行业发展趋势与前景。您若想对绿色食品产业有个系统的了解或者想投资绿色食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 绿色食品行业相关概述

第一节 绿色食品的概念特点

一、绿色食品的概念

二、绿色食品的特点

三、绿色食品的包装要求

第二节 无公害食品

一、无公害食品的概念

二、无公害食品的范围和要求

三、无公害食品的行业标准

第三节 有机食品

一、有机食品的概念

二、有机食品的范围特点

三、有机食品与其他食品的区别

第四节 无公害农产品、绿色食品、有机食品对比

一、无公害农产品、绿色食品、有机食品的特点区别

二、有机食品和无公害食品、绿色食品的异同

第二章 2013年世界绿色食品行业市场运行形势分析

第一节 2013年全球绿色食品行业发展概况

第二节 世界绿色食品行业发展走势

二、全球绿色食品行业市场分布情况

三、全球绿色食品行业发展趋势分析

第三节 全球绿色食品行业重点国家和地区分析

一、美国

二、日本

三、欧洲

第三章 2013年中国绿色食品产业发展环境分析

第一节 2013年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 绿色食品行业主管部门、行业监管体

第三节 中国绿色食品行业主要法律法规及政策

第四节 2013年中国绿色食品产业社会环境发展分析

第四章 2012-2013年中国绿色食品市场供需分析

第一节 中国绿色食品市场供给状况

一、2008-2012年中国绿色食品产量分析

二、2013-2017年中国绿色食品产量预测

第二节 中国绿色食品市场需求状况

一、2008-2012年中国绿色食品需求分析

二、2013-2017年中国绿色食品需求预测

第三节 2012年绿色食品区域市场需求分析

一、华东地区市场需求分析

二、华北地区市场需求分析

三、东北地区市场需求分析

四、华南地区市场需求分析

五、华中地区市场需求分析

六、西部地区市场需求分析

第四节 中国绿色食品市场价格状况

一、2008-2012年中国绿色食品价格分析

二、2013-2017年中国绿色食品价格预测

第五章 2008-2012年绿色食品进出口数据分析

第一节 2008-2012年绿色食品进口分析

一、绿色食品进口数量情况

二、绿色食品进口金额分析

三、绿色食品进口来源分析

四、绿色食品进口价格分析

第二节 2008-2012年绿色食品出口分析

一、绿色食品出口数量情况

二、绿色食品出口金额分析

三、绿色食品出口流向分析

四、绿色食品出口价格分析

第六章 2011-2013年中国绿色食品市场运行情况

第一节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节 行业品牌现状分析

第三节 行业产品市场价格情况

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁

第七章 2011-2013年中国绿色食品所属行业主要数据监测分析

第一节 2011-2013年中国绿色食品所属行业总体数据分析

一、2011年中国绿色食品所属行业全部企业数据分析

二、2012年中国绿色食品所属行业全部企业数据分析

三、2013年中国绿色食品所属行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国绿色食品所属行业不同规模企业数据分析

一、2011年中国绿色食品所属行业不同规模企业数据分析

二、2012年中国绿色食品所属行业不同规模企业数据分析

三、2013年中国绿色食品所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国绿色食品所属行业不同所有制企业数据分析

一、2011年中国绿色食品所属行业不同所有制企业数据分析

一、2012年中国绿色食品所属行业不同所有制企业数据分析

一、2013年中国绿色食品所属行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国绿色食品行业竞争格局及战略分析

第一节 中国绿色食品行业竞争结构分析

一、行业现有企业间的竞争

二、行业新进入者威胁分析

三、替代产品或服务的威胁

四、上游供应商讨价还价能力

五、下游用户讨价还价的能力

第二节 中国绿色食品行业竞争力分析

一、品牌竞争分析

二、成本竞争分析

三、价格竞争分析

四、技术竞争分析

第三节 绿色食品市场集中度分析

一、国内绿色食品企业分布

二、国内绿色食品企业市场集中度

三、国内绿色食品消费区域分布

第四节 绿色食品企业资本市场运作建议

一、绿色食品企业兼并及收购建议

二、绿色食品企业融资方式选择建议

三、绿色食品企业海外市场运作建议

第九章 绿色食品主要生产厂商竞争力分析（可自选企业）

第一节 企业一

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二节 企业二

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第四节 企业四

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第五节 企业五

一、企业发展基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十章 2013-2017年中国绿色食品行业发展趋势与前景分析

第一节 2013-2017年中国绿色食品行业投资环境分析

第二节 2013-2017年中国绿色食品行业投资前景分析

一、绿色食品行业发展前景

二、绿色食品发展趋势分析

三、绿色食品市场前景分析

第三节 2013-2017年中国绿色食品行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、原材料风险分析

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第四节 2013-2017年绿色食品行业投资策略及建议

第十一章 2013-2017年中国绿色食品行业发展策略及投资建议

第一节 绿色食品行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 绿色食品行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：……

更多图表详见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201304/92596.html>