

# 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](http://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 外来污染防止
  - 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>