

2007-2008年中国有机食品 市场研究发展分析报告

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

《2007-2008年中国有机食品市场研究发展分析报告》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/200806/1495.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

第一章、有机农业及有机食品概述

第一节、有机农业概述

- 一、有机农业的定义
- 二、有机农业的特征
- 三、有机农业具有的优势

第二节、有机食品的介绍

- 一、有机食品的概念及种类
- 二、有机食品的产生及其背景
- 三、有机食品应该具备的条件
- 四、有机食品、绿色食品和无公害食品的不同点

第三节、中国有机食品相关介绍及发展意义

- 一、中国有机食品的发展历程
- 二、中国有机食品标志的含义
- 三、中国发展有机食品的意义

第二章、有机农业发展分析

第一节、国际有机农业发展概况

- 一、全球有机农业发展回顾
- 二、世界各国应该将有机农业作为农业发展的优先目标
- 三、世界有机农业发展呈出七大趋势

第二节、部分国家有机农业的发展

- 一、德国有机农业的发展分析
- 二、日本有机农业的发展状况
- 三、台湾有机农业的发展综述
- 四、意大利有机农业的发展分析
- 五、阿根廷有机农业的发展状况

第三节、中国有机农业的发展分析

- 一、中国有机农业发展概况
- 二、有机农业在中国取得长足进展
- 三、中国有机农业认证状况分析
- 四、中国有机农业的发展意义

五、有机农业与生物多样性的管理分析

六、有机认证在有机农业发展中所起的作用

第四节、中国部分地区有机农业发展

一、长江三角洲地区有机农业发展状况分析

二、北京有机农业发展状况分析

三、北京突破瓶颈发展有机农业

四、贵州凤冈县有机农业发展状况分析

五、江西万载有机农业产业化发展分析

六、山东荣成出现新型有机农业产业化合作形式

第五节、有机农业发展存在的问题及策略

一、中国有机农业发展面临的瓶颈

二、中国有机农业的发展思路

三、有机农业在中国的发展策略

四、推进中国有机农业发展的措施

五、有机农业产业化战略分析

第三章、国际有机食品行业的发展

第一节、国际有机食品行业发展概况

一、全球有机食品发展回顾

二、世界各大洲有机农业和有机食品发展状况分析

三、全球有机食品发展特点

第二节、欧盟有机食品行业

一、欧盟有机食品行业发展概况

二、欧盟部分国家有机食品市场规模

三、欧盟部分产品的市场规模

四、欧盟有机食品的消费模式

五、欧盟东扩令有机食品行业获得新机遇

六、欧盟有机食品发展存在的问题及对策

第三节、德国有机食品行业

一、德国有机食品行业发展现状分析

二、德国有机食品发展迅速的因素

三、德国有机食品市场竞争状况

四、德国有机食品市场消费情况及其开拓

五、德国有机食品市场存在的主要问题及原因分析

第四节、美国有机食品行业

一、美国有机食品发展概况

二、美国有机食品市场正逐渐扩大

三、2005年美国有机食品的消费需求上升17%

四、美国有机包装食品呈供不应求局面

五、供应短缺正阻碍美国有机食品市场的发展

第五节、英国有机食品行业

一、英国有机食品市场发展概况

二、2006年英国有机食品和饮料销售额突破20亿英镑

三、英国有机食品进口的有关规定介绍

四、英国有机食品发展前景较好

第六节、其他国家有机食品行业

一、意大利有机食品产业发展状况

二、捷克有机食品市场快速增长

三、澳大利亚有机食品出口销售情况良好

四、加拿大有机食品市场看好

五、新加坡有机食品市场不断增大

六、有机果蔬日渐受到丹麦消费者的追捧

七、台湾消费者对有机食品信任问题分析

第四章、中国有机食品行业分析

第一节、中国有机食品行业概况

一、中国有机食品发展的三个阶段

二、中国有机食品行业发展回顾

三、中国有机食品行业发展优势

四、中国西部有机食品发展具有优势

五、中国有机食品生产及市场发展的有利条件

第二节、有机食品市场状况分析

一、中国有机食品的经营情况

二、中国有机食品终端市场简况

三、湖南昂利科技公司从生产切入销售来应对终端困局

四、有机食品的推广措施

五、有机食品市场营销策略

六、推动有机食品品牌流行的策略

第三节、中国有机食品消费情况

一、有机食品消费者浅析

二、中国有机食品超市消费现状

三、有机食品碰到环保难题中国消费群不超过3%

四、消费有机食品与生物污染物的暴露之分析

第四节、有机食品认证情况分析

一、中国有机食品认证概述

二、中国农业系统有机食品认证发展状况分析

三、中绿华夏有机食品认证中心认证情况

四、2005年中国有机食品认证企业发展情况

五、中国有机食品认证存在的主要问题

第五节、中国有机食品出口情况分析

一、中国有机食品出口贸易的发展历程

二、中国有机食品出口欧洲应遵循的规定

三、中国有机食品出口存在的问题

四、中国有机食品出口美国的途径简析

五、中国有机食品出口大有潜力

第六节、有机食品行业存在的问题与挑战

一、中国有机食品发展存在六大问题

二、大部分有机食品企业无法盈利原因分析

三、中国有机食品行业发展面临的挑战

四、中国有机食品产业期待鼓励性政策支持

五、有机食品产业发展中有机肥的安全质量问题

第七节、中国有机食品行业发展的策略

一、浅析中国有机食品行业发展战略

二、加快中国有机食品发展速度的几点措施

三、中国有机食品发展的具体建议

四、促进有机食品产业健康发展的建议

第五章、有机蔬菜

第一节、有机蔬菜相关概述

一、有机蔬菜的定义

二、有机蔬菜基地的三个基本要求

三、有机蔬菜生产主要栽培技术措施

第二节、国际有机蔬菜行业发展状况

一、英国有机蔬菜市场形势逐步上升

二、美国纽约长岛的有机蔬菜农场产品生产及销售情况

三、台湾有机蔬菜发展状况分析

第三节、中国有机蔬菜发展状况

一、中国发展有机蔬菜具有重要意义

二、中国有机蔬菜转攻国内市场

三、中国有机蔬菜出口国际市场潜力分析

第四节、山东省有机蔬菜发展状况

一、肥城有机蔬菜种植面积达14.3万亩

二、山东肥城市大力发展有机蔬菜产业经验分析

三、山东泰安市有机蔬菜行业成现代农业发展新亮点

四、山东泰安市有机蔬菜已成农产品出口创汇主导产业

第五节、其他地区有机蔬菜发展状况

一、上海市民成有机蔬菜的消费主力军

二、渔农居有机食品配送中心为深圳提供全国有机食品

三、青岛市民热衷购买有机蔬菜

四、武汉有机蔬菜市场还需慢慢培养

五、山西晋中市榆次区有机蔬菜产业发展状况分析

六、“太白山”牌蔬菜成陕西省首家国际认证有机蔬菜

第六节、部分有机蔬菜企业发展情况

一、“奥绿特”打造绿色有机蔬菜连锁品牌

二、北京绿富隆公司以有机蔬菜基地带动企业发展

三、上海锦菜园积极打造有机蔬菜品牌

第七节、有机蔬菜发展面临的问题及发展策略

一、有机蔬菜消费面临的难题

二、有机蔬菜期盼行业标准

三、发展有机蔬菜的对策分析

第六章、有机茶

第一节、有机茶相关概述

- 一、有机茶相关介绍
- 二、有机茶发展的意义
- 三、有机茶开发和茶业产业化两者关系探析

第二节、有机茶行业发展分析

- 一、国内外有机茶行业发展概况
- 二、中国有机茶认证的发展
- 三、中国发展有机茶的有利条件

第三节、有机茶市场分析

- 一、有机茶逐渐成为市场新宠
- 二、影响中国有机茶快速发展的市场因素
- 三、成熟的有机茶市场还有待时日

第四节、部分地区有机茶发展状况

- 一、欧盟市场有机茶一半多来自江西婺源
- 二、浙江有机茶行业发展迅速
- 三、湖南有机茶出口位居全国第一
- 四、湖北省有机茶发展状况分析
- 五、湖北保康县有机茶打进欧盟市场
- 六、浙江武义县有机茶产业化建设新模式
- 七、厦门有机茶经销商欲以“低价”争夺市场

第五节、中国部分茶企有机茶发展状况

- 一、北京“更香”有机茶叶异军突起原因分析
- 二、有机茶助湖南茶业公司打进国际市场
- 三、湖南茶叶总公司优质低农残茶与有机茶关键技术探析
- 四、福建京泰有机茶打入北京市场

第六节、有机茶发展中存在的问题及发展策略

- 一、有机茶行业发展存在的理解误区
- 二、中国有机茶市场必须打假
- 三、中国有机茶开发中急需解决的问题

四、中国有机茶行业可持续发展建议

五、有机茶产业化发展策略

第七节、有机茶行业标准情况

一、《有机茶》

二、《有机茶产地环境条件》

三、《有机茶生产技术规程》

四、《有机茶加工技术规程》

五、《有机茶标识管理章程》

第七章、其他有机食品发展分析

第一节、有机水果

一、欧洲有机水果生产情况回顾

二、欧盟有机水果消费情况及预测

三、广东高州有机水果发展状况及策略剖析

四、广东高州建造全国最大有机水果生产示范基地

第二节、有机大米

一、泰国已成世界最大的有机大米出口国

二、宜春成江西省绿色及有机大米主产区

三、江西万载有机大米抢占国内外市场

四、有机大米加工技术规程

第三节、有机奶制品

一、美国最大有机奶制品生产商得到农业部支持

二、有机奶制品成英国奶制品行业发展最快的部分

三、丹麦有机奶制品市场已突显商机

四、三大国产有机奶品牌抢滩上海市场

五、内蒙古源真乳业打开中国有机奶消费新时代

第四节、有机水产品

一、世界有机水产品市场发展状况

二、中国有机水产品发展概况

三、2005年浙江慈溪市四种水产品获得国家有机食品认证

四、2006年浙江衢州第一个水产品获得有机认证

五、千岛湖绿色有机水产品出口基地建设已取得显著成效

六、句容市已成为江苏省最大有机水产品基地

第八章、中国主要地区有机食品的发展

第一节、江西省

一、江西有机食品热销国际市场

二、2005年江西省有机食品产品数量居全国第一

三、2006年江西省有机食品发展情况

第二节、北京市

一、北京发展有机食品产业的主要优势

二、北京有机食品拟推行连锁销售

三、北京政府对有机食品企业认证费用给予优惠

第三节、哈尔滨市

一、哈尔滨发展有机农业及有机食品的五大优势

二、哈尔滨市有机农业及有机食品发展概况

三、2005年哈尔滨市有机食品认证填补五项空白

四、哈尔滨有机农业及有机食品发展中存在的主要问题

五、哈尔滨有机农业及有机食品发展的主要对策

第四节、其他地区有机食品发展状况

一、山东有机食品具有竞争力

二、武夷山有机食品的发展状况分析

三、新疆有机食品面临品牌缺失出疆难的困局

四、有机食品认证成功突显河南省畜牧业优势

五、辽西有机食品行业发展潜力巨大

六、沈阳将面临商机无限的“有机食品时代”

第九章、有机食品重点企业

第一节、陕西天人有机食品股份有限公司

一、公司简介

二、天人有机成中国有机食品的“蓝海”领航员

三、天人有机欲领军农业产业化

第二节、泰安泰山亚细亚食品有限公司

一、公司简介

二、泰山亚细亚发展情况分析

三、泰安泰山亚细亚食品有限公司有机蔬菜成功实现突围

第三节、北京欧阁有机农庄科贸发展有限公司

一、公司简介

二、“有机农庄”发展模式剖析

三、欧阁有机农庄面临的发展形势及其建议

第四节、江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司

一、公司简介

二、大鄣山茶发展情况分析

三、大鄣山茶牵手欧盟十年造就有机食品品牌

四、婺源大鄣山茶通过原产地标记认证

第五节、其他有机食品重点企业介绍

一、福建闽中有机食品有限公司

二、绿都集团股份有限公司

三、福州超大嘉和茶业有限公司

第十章、有机食品发展前景与趋势

第一节、国际有机食品发展前景及趋势

一、国际有机农业和有机食品发展新动向和趋势

二、有机食品将引航国际消费新时尚

三、全球有机食品市场有巨大发展潜力

第二节、中国有机食品发展展望

一、中国有机食品的发展前景分析

二、“十一五”期间中国将大力促进有机食品业发展

三、“十一五”期间农十四师欲打造南疆最大有机食品基地

第十一章、有机食品政策标准

第一节、有机食品政策标准概况

一、国家11部门对推进有机食品产业发展的意见

二、有机食品认证管理移交国家认监委

三、有机食品配料使用情况规定

第二节、有机食品认证标准及要求

- 一、有机食品认证程序
 - 二、有机食品认证的基本要求
 - 三、有机产品认证实施规则
 - 四、有机食品认证收费管理细则
- 第三节、有机食品相关规范要求

- 一、有机食品技术规范
- 二、有机（天然）食品运输技术规范
- 三、有机（天然）食品贮藏技术规范
- 四、有机（天然）食品销售技术规范
- 五、有机食品检测技术规范

附录：

附录一：中华人民共和国食品卫生法

图表目录：

- 图表1 中国有机食品标志
- 图表2 世界各大洲有机农业面积所占比例
- 图表3 世界有机农业面积最多的前十个国家
- 图表4 世界有机农业用地占农业用地面积比例最多的10个国家
- 图表5 英国承认的有机食品检验认证机构
- 图表6 2005年中国有机食品认证企业发展总体情况
- 图表7 2005年中国有机食品行业产品结构
- 图表8 2005年中国有机食品分类产品发展情况
- 图表9 2005年中国分地区有机食品发展情况
- 图表10 中国有机食品出口情况
- 图表11 有机茶的卫生指标
- 图表12 净含量负偏差
- 图表13 有机茶园环境空气质量标准
- 图表14 有机茶园土壤环境质量标准
- 图表15 有机茶园灌溉水质标准
- 图表16 商品有机肥料污染物质允许含量

- 图表17 有机茶园允许和限制使用的土壤培肥和改良物质
- 图表18 有机茶园主要病虫害及其防治方法
- 图表19 有机茶园病虫害防治允许和限制使用的物质与方法
- 图表20 有机茶深加工产品中允许使用的添加剂、加工助剂和载体
- 图表21 欧盟有机水果人均消费量
- 图表22 欧盟主要有机水果消费量结构
- 图表23 有机食品认证流程图
- 图表24 有机食品认证收费标准一览表
- 图表25 种植业产品及其初加工产品生产规模及工艺复杂系数核定
- 图表26 野生资源采集及其初加工产品生产规模及工艺复杂系数核定
- 图表27 水产品（野生捕捞）及其初加工产品生产规模及工艺复杂系数核定
- 图表28 水产品（养殖）及其初加工产品生产规模及工艺复杂系数核定
- 图表29 畜产品（放牧）及其初加工产品生产规模及工艺复杂系数核定
- 图表30 加工产品生产规模及工艺复杂系数核定
- 图表31 农药及肥料生产规模及工艺复杂系数核定
- 图表32 允许和限制使用的土壤培肥和改良物质
- 图表33 作物病虫害防治中允许和限制使用的物质、方法
- 图表34 允许和限制使用的畜禽饲料添加剂
- 图表35 允许在畜禽饲养场所使用的清洁剂和消毒剂
- 图表36 食品加工中允许使用的食品添加剂和载体
- 图表37 食品加工中允许使用的加工助剂

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1495.html>