

2026-2031年中国有机农业行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

有机农业(英文名称: Organic

Agriculture)是指在生产中完全或基本不用人工合成的肥料、农药、生长调节剂和畜禽饲料添加剂,而采用有机肥满足作物营养需求的种植业,或采用有机饲料满足畜禽营养需求的养殖业。

从2014年开始,我国有机产品产值一直在1000亿元以上,与2018年相比,2019年我国有机产品产值增加了6亿元,同比增长0.36%。截至2019年12月31日,按照中国有机产品标准进行生产有机作物种植面积为220.2万公顷,有机植物总产量为1245.1万吨。野生采集总生产面积为155万公顷,野生采集总产量为32.1万吨。

2018年12月认监委启动了第二次修订实施规则的工作。2019年8月30日,国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会批准发布《有机产品 生产、加工、标识与管理体系要求》(GB/T 19630-2019)国家标准,自2020年1月1日开始实施。随着有机农业生产标准、认证标准和管理措施的不断在完善和发展,政府和社会的监管、监督力度不断增强,有机农业生产企业行业自律意识在增强,我国有机农业生产进入规范发展时期。在国内外市场巨大需求的推动下,我国有机农业正在进入快速发展时期。2021年2月21日,2021年中央一号文件《中共中央国务院关于全面推进乡村振兴加快农业农村现代化的意见》发布。“十四五”开局之年,针对全面推进乡村振兴,加快农业农村现代化,文件提出了“加强农产品质量和食品安全监管,发展绿色农产品、有机农产品和地理标志农产品,试行食用农产品达标合格证制度,推进国家农产品质量安全县创建”等一系列要求。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写,在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料,对我国有机农业及各子行业的发展状况、上下游行

业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了我国有机农业行业发展状况和特点，以及中国有机农业行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的有机农业行业发展态势作了详细分析，并对有机农业行业进行了趋向研判，是有机农业开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前有机农业业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国有机农业相关发展概述

第一节 有机农业相关概述

一、有机农业基本概念

二、有机农业主要特点

三、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

四、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

第二节 中国有机农业发展路线图

一、中国农业发展总体思路

1、政府工作报告对农业发展的定位

2、中国农业发展的总体思路

二、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现代化

三、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、中国农业发展趋势

第三节 中国有机农业产融结合路径

一、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

二、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

三、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

第二章 有机农业行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 有机农业行业政治法律环境(P)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、有机农业行业标准

四、行业相关发展规划

1、有机农业行业国家发展规划

2、有机农业行业地方发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(E)

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

1、经济复苏对行业的影响

2、货币政策对行业的影响

3、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析(S)

一、有机农业产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、有机农业产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(T)

一、有机农业技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、我国有机农业行业新技术研究

二、有机农业技术发展水平

1、我国有机农业行业技术水平所处阶段

2、与国外有机农业行业的技术差距

三、2021-2026年有机农业技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 全球有机农业发展状况分析

第一节 全球有机农业发展分析

一、全球有机农业法规与政策

二、全球有机农业发展阶段

三、全球有机农业发展现状

1、全球有机农业用地概况

2、全球有机农业生产者概况

3、全球有机农业用地用途概况

4、全球有机农业市场概况

四、全球有机农业发展趋势

第二节 各大洲有机农业发展状况

一、亚洲有机农业发展状况

- 1、用地概况
- 2、土地用途情况
- 3、生产人员情况
- 4、市场情况

二、非洲有机农业发展状况

- 1、用地概况
- 2、土地用途情况
- 3、生产人员情况
- 4、野生采集
- 5、发展前景

三、欧洲有机农业发展状况

- 1、用地概况
- 2、土地用途情况
- 3、生产人员情况
- 4、市场情况

四、拉丁美洲和加勒比海地区有机农业发展状况

- 1、用地概况
- 2、土地用途情况
- 3、生产人员情况

4、野生采集

5、发展前景

五、北美洲有机农业发展状况

1、用地概况

2、土地用途情况

3、生产人员情况

4、市场情况

六、大洋洲有机农业发展状况

1、用地概况

2、土地利用和生产人员情况

3、市场情况

第三节 主要国家有机农业发展状况

一、英国有机农业发展状况

二、德国有机农业发展状况

三、瑞典有机农业发展状况

四、美国有机农业发展状况

1、美国有机农业的生产现状

2、美国有机农产品的市场现状

3、美国有机产品的价格状况

4、美国有机农产品法规及国家标准

五、日本有机农业发展状况

第四节 主要国家有机农业模式分析

一、菲律宾有机农业发展模式

- 1、当地传统种子收集和田间实验阶段
- 2、现代农田的实践阶段
- 3、多样化农业系统整合和农田学习推广阶段
- 4、有机产品的销售与发展阶段

二、以色列有机农业发展模式

三、德国有机农业发展模式

四、瑞典有机农业发展模式

五、美国有机农业发展模式

第五节 主要发达国家经验借鉴

一、以色列有机农业经验借鉴

二、德国有机农业经验借鉴

三、美国有机农业经验借鉴

四、瑞典有机农业经验借鉴

第六节 全球有机产品消费现状与趋势

一、全球有机农产品消费现状

二、全球有机农产品消费市场格局

三、各大洲有机农产品消费情况

1、欧洲有机农产品消费情况

2、北美洲有机农产品消费情况

3、亚洲有机农产品消费情况

4、大洋洲有机农产品消费情况

5、其他地区有机农产品消费情况

四、全球有机农产品消费趋势和挑战

第二部分 行业深度分析

第四章 中国有机农业发展状况分析

第一节 中国有机农业发展现状分析

一、有机农业发展阶段

二、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

三、有机农业发展有利因素分析

四、有机农业市场存在问题

第二节 有机农业投入产出分析

一、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

二、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

三、有机农业投入产出效益分析

第三节 有机农产品国际贸易分析

一、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、世界各国有有机农产品贸易状况

二、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

第五章 中国有机农业经营模式分析

第一节 有机农业经营模式分析

一、直供模式分析

1、模式简介

2、经营要点

3、典型案例

二、体验式农庄模式分析

1、模式简介

2、经营要点

3、典型案例

三、观光生态农业模式

1、模式简介

2、经营要点

3、典型案例

四、CSA生态农场模式

1、模式简介

2、经营要点

3、典型案例

五、原产地农产品模式

1、模式简介

2、经营要点

3、典型案例

第二节 有机农业营销战略分析

一、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

二、有机农业品牌定位分析

三、有机农业市场推广分析

四、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(brand stratagem)

五、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

第三节 有机农业电商模式分析

一、有机农业嫁接电商模式分析

二、有机农业电商营销模式分析

三、有机农业电商物流渠道分析

四、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

第四节 有机农业未来运作模式发展

一、有机农业发展战略要点

二、有机农业未来运作模式

第三部分 市场全景调研

第六章 有机农业行业产业结构分析

第一节 有机农业产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国有机农业行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 中国有机农业细分市场分析

第一节 有机粮食市场分析

一、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

二、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

三、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

第二节 有机蔬菜市场分析

一、有机蔬菜市场发展现状

二、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

三、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

四、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

第三节 有机果品市场分析

一、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

二、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

第四节 有机茶市场分析

一、有机茶概念及认证发展

二、有机茶市场发展现状

三、有机茶产地生产情况

1、浙江武义有机茶生产情况

2、贵州凤冈有机茶生产情况

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

四、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

五、有机茶市场发展面临的挑战

六、有机茶市场发展展望

第五节 有机养殖产品市场分析

一、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

二、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

三、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

四、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

第八章 中国有机农业生产技术分析

第一节 有机农业生产技术分析

一、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

5、病虫害的防治

二、有机蔬菜生产技术

1、产地要求

2、品种选择

3、种植制度

三、有机畜禽养殖技术分析

1、育种技术

2、动物饲养

第二节 有机农产品采后处理技术

一、果蔬采后处理技术与手段

1、整理与挑选

2、预冷

3、清洗和涂蜡

4、分级

5、包装

6、预贮愈伤

二、有机果蔬保鲜方式与方法

1、简易贮藏保鲜

2、机械冷藏保鲜

3、气调贮藏

4、临界低温高湿保鲜

5、冷温高湿结合杀菌贮藏法

6、涂膜保鲜

7、高压保鲜

8、低压保鲜

9、细胞膨压调控保鲜

第三节 有机产品加工技术分析

一、有机产品加工基本原则

- 1、可持续发展原则
- 2、营养物质最小损失原则
- 3、加工过程无污染原则
- 4、无环境污染原则
- 5、产品的可追踪原则

二、有机产品加工厂选择

- 1、基本要求
- 2、环境要求

三、有机产品加工卫生条件

- 1、建筑布局
- 2、卫生设施
- 3、地面、墙壁处理
- 4、污水、垃圾和废气物排放处理
- 5、有害生物防治

四、有机食品加工工艺技术

- 1、有机食品加工配料、添加剂和加工助剂
- 2、有机食品加工预处理
- 3、有机食品加工工艺要求

第四部分 竞争格局分析

第九章 有机农业产业集群发展及区域市场分析

第一节 中国有机农业产业集群发展特色分析

一、长江三角洲有机农业产业发展特色分析

二、珠江三角洲有机农业产业发展特色分析

三、环渤海地区有机农业产业发展特色分析

四、闽南地区有机农业产业发展特色分析

第二节 有机农业重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

1、区域结构总体特征

2、行业区域集中度分析

3、行业区域分布特点分析

4、行业规模指标区域分布分析

5、行业效益指标区域分布分析

6、行业企业数的区域分布分析

二、有机农业重点区域市场分析

1、江苏

2、浙江

3、上海

4、福建

5、广东

第十章 2026-2031年有机农业行业领先企业经营形势分析

第一节 四川攀星绿色食品集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第二节 江苏田娘农业科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第三节 浙江绿叶生态农业发展有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第四节 云南迪思企业集团坚果有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第五节 湖南博野有机农业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第六节 陈巴尔虎旗泰丰生态农牧业有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第七节 惠州东进农牧股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第八节 江西万载锦江有机食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第九节 绿都集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第十节 福州超大嘉和茶业有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第五部分 发展前景展望

第十一章 中国有机农业发展趋势与前景预测

第一节 有机农业市场前景分析

- 一、有机农业市场发展趋势分析
- 二、有机农业市场发展前景预测

第二节 有机农业市场投资分析

- 一、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

二、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

三、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

四、有机农业投资建议

1、加大资金投入

2、加强科技研发

3、建立、培育和完善中介服务组织

4、建立有机农业生产体系和认证制度

第十二章 2026-2031年有机农业行业投资机会与风险防范

第一节 有机农业行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、有机农业行业投资现状分析

1、有机农业产业投资经历的阶段

2、2021-2026年有机农业行业投资状况回顾

3、2021-2026年中国有机农业行业风险投资状况

4、2026-2031年我国有机农业行业的投资态势

第二节 2026-2031年有机农业行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、有机农业行业投资机遇

第三节 2026-2031年有机农业行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节 中国有机农业行业投资建议

- 一、有机农业行业未来发展方向
- 二、有机农业行业主要投资建议
- 三、中国有机农业企业融资分析
 - 1、中国有机农业企业IPO融资分析
 - 2、中国有机农业企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十三章 2026-2031年有机农业行业面临的困境及对策

第一节 2021-2026年有机农业行业面临的困境

第二节 有机农业企业面临的困境及对策

一、重点有机农业企业面临的困境及对策

1、重点有机农业企业面临的困境

2、重点有机农业企业对策探讨

二、中小有机农业企业发展困境及策略分析

1、中小有机农业企业面临的困境

2、中小有机农业企业对策探讨

三、国内有机农业企业的出路分析

第三节 中国有机农业行业存在的问题及对策

一、中国有机农业行业存在的问题

二、有机农业行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国有机农业市场发展面临的挑战与对策

第十四章 有机农业行业发展战略研究

第一节 有机农业行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国有机农业品牌的战略思考

一、有机农业品牌的重要性

二、有机农业实施品牌战略的意义

三、有机农业企业品牌的现状分析

四、我国有机农业企业的品牌战略

五、有机农业品牌战略管理的策略

第三节 有机农业经营策略分析

一、有机农业市场细分策略

二、有机农业市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、有机农业新产品差异化战略

第四节 有机农业行业投资战略研究

一、2021-2026年有机农业行业投资战略

二、2026-2031年有机农业行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 有机农业行业研究结论及建议

第二节 有机农业子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和有机农业行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：有机农业行业生命周期

图表：有机农业行业产业链结构

图表：2021-2026年全球有机农业行业市场规模

图表：2021-2026年中国有机农业行业市场规模

图表：2021-2026年有机农业行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国有机农业市场占全球份额比较

图表：2021-2026年有机农业行业销售收入

图表：2021-2026年有机农业行业利润总额

图表：2021-2026年有机农业行业资产总计

图表：2021-2026年有机农业行业负债总计

图表：2021-2026年有机农业行业竞争力分析

图表：2021-2026年有机农业市场价格走势

图表：2021-2026年有机农业行业主营业务收入

图表：2021-2026年有机农业行业主营业务成本

图表：2021-2026年有机农业行业销售费用分析

图表：2021-2026年有机农业行业管理费用分析

图表：2021-2026年有机农业行业财务费用分析

图表：2021-2026年有机农业行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年有机农业行业销售利润率分析

图表：2021-2026年有机农业行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年有机农业行业总资产利润率分析

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：22453

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170208/22453.shtml>

在线订购：[点击这里](#)