2026-2031年中国有机食品行业全景调研及投资战略研究咨询报告

报告简介

有机食品，是依照特定生产规范开展种养、加工、储运，经独立机构核验认证的食品品类。该体系区别于常规食品生产，不使用化学合成农药、化肥、生长调节剂、转基因原料，同时对水土环境、物种养护、废弃物循环都设置明确约束，覆盖粮食、果蔬、畜禽、水产以及以此为原料制作的加工食品。这套标准看重全流程可追溯，不只是对最终成品做检测，还要留存从土地养护到成品上市每一个环节的操作记录。它和无公害食品、绿色食品遵循不同评价逻辑，准入要求更为严格，认证流程具备独立性，只有满足全部条款的产品，才可以标注对应的标识对外流通。

围绕有机食品形成的经营链路，最早源于部分人群对食材安全与原生风味的追求，最初受众范围有限，经过多年沉淀，逐步融入更多日常消费场景。零售门店、线上商城、产地直配、特色餐饮、节日礼赠等渠道，都陆续出现对应产品。关注这类食材的群体也持续拓宽，从早期少数偏好人群，延伸至重视家人饮食健康的普通消费者。链路当中，除种养与加工主体之外，还逐步出现负责合规核验、基地托管、冷链配送、品牌运营的参与方，不同环节之间逐步形成稳定协作方式。

这条经营链路在实际运转当中，有着区别于普通食品经营的特点。源头生产环节需要预留土壤转换周期，日常管护投入更高，人为管理的细节更多，品控难度更大。终端售价普遍高于常规同类食品，大众认知存在明显分化，一部分消费者愿意为符合标准的产品支付溢价，还有不少人群难以辨别标识真伪，容易被仿冒产品干扰。市场内的经营主体选择不同发展路径，有的自持生产场地，有的和种养方达成合作共建;渠道选择上各有侧重，一部分面向精品零售，另一部分对接餐饮、团体定制需求。与此同时，标识滥用、流程简化等问题依然存在，持续消耗消费者信任，参与其中的经营者，普遍需要在品质稳定、成本控制、认知普及之间寻找平衡点。

未来，有机食品相关消费需求会持续朝着精细化方向变化，购买人群不再只关注是否避开化学投入品，对生产记录公开、产地溯源、动物福利等方面提出更多要求。产品边界持续向外延伸，不再局限生鲜基

础品类，逐步覆盖母婴辅食、休闲零食、预制餐食等细分品类。交易形式持续更新，产地直达、会员定制、内容场景推介等模式不断落地，对应的监管规则也持续细化，针对认证流程、标识使用、台账留存的约束持续收紧。对应可布局的方向较为多元，有意投入的主体，可以选择深耕种养端，搭建长期稳定、符合规范的生产基地;也可以聚焦流通与品牌建设，依靠持续稳定的品控积累用户信任;配套服务板块同样存在机会，包括独立合规核验、专属冷链配送、家庭食材定制配给等方向。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。我们对有机食品行业进行了长期追踪，结合我们对有机食品相关企业的调查研究，对我国有机食品行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了有机食品行业的前景与风险。报告揭示了有机食品市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

本报告也可以用于专精特新、小巨人、单项冠军、行业地位证明，申请申报。

报告目录

第一章 有机食品行业发展综述

第一节 有机食品行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 有机食品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 中国有机食品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

第二章 中国有机食品行业发展环境分析

第一节 有机食品行业政策环境分析

一、有机食品行业监管体系

二、有机食品行业产品规划

三、有机食品行业布局规划

四、有机食品行业企业规划

第二节 有机食品行业经济环境分析

一、中国gdp增长情况

二、固定资产投资情况

第三节 有机食品行业技术环境分析

一、有机食品行业专利申请数分析

二、有机食品行业专利申请人分析

三、有机食品行业热门专利技术分析

第四节 有机食品行业消费环境分析

一、有机食品行业消费态度调查

二、有机食品行业消费驱动分析

三、有机食品行业消费需求特点

四、有机食品行业消费群体分析

五、有机食品行业消费行为分析

六、有机食品行业消费关注点分析

七、有机食品行业消费区域分布

第三章 国际有机食品行业发展分析

第一节 国际有机食品行业发展综述

一、全球有机食品行业发展特点

二、全球有机食品市场现状分析

三、世界有机食品市场销售规模

四、国际有机食品贸易日益深化

第二节 欧盟有机食品行业发展情况分析

一、欧洲有机食品市场发展回顾

二、欧洲有机食品行业格局解析

三、欧盟有机食品的消费模式

四、欧盟制定有机农产品新规

五、进入欧盟有机食品市场的准入条件

六、欧盟对有机食品实施的新规定介绍

七、欧盟有机食品发展存在的问题及对策

第三节 美国有机食品行业发展情况分析

一、美国有机食品发展概况

二、美国有机食品市场逐渐扩大

三、美国有机生鲜制品销售持续增长

四、美国有机食品市场格局

五、美国有机食品产业面临保费压力

第四节 英国有机食品行业发展情况分析

一、英国有机食品市场强劲增长

二、英国有机农产品消费需求空间巨大

三、英国有机食品进口的有关规定介绍

第五节 其它地区及国家

一、北美洲有机食品市场分析

二、亚洲有机食品市场分析

三、大洋洲有机食品市场分析

四、中东地区有机食品市场分析

五、俄罗斯有机食品市场分析

六、加拿大有机食品市场分析

七、中国台湾有机食品市场分析

第四章 中国有机食品行业现状分析

第一节 中国有机食品的发展现状分析

一、行业市场规模分析

二、行业企业数量分析

三、行业产品结构分析

第二节 中国有机食品行业发展特征分析

一、我国有机食品行业发展阶段

二、我国有机食品行业发展总体概况

三、我国有机食品行业发展特点分析

第三节 我国有机食品市场价格走势分析

一、有机食品市场定价机制组成

二、有机食品市场价格影响因素

三、2024-2026年有机食品产品价格走势分析

四、2026-2031年有机食品产品价格走势预测

第四节 有机食品行业运行分析

一、2024-2026年有机食品业产销存运行分析

二、2024-2026年有机食品行业利润情况分析

三、2024-2026年有机食品行业发展周期分析

四、2026-2031年有机食品行业发展机遇分析

五、2026-2031年有机食品行业利润增速预测

第五章 我国有机食品市场供需形势分析

第一节 有机食品行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

四、2024-2026年原材料产能情况分析

第二节 我国有机食品市场供需分析

一、2024-2026年我国有机食品行业供给情况

1、我国有机食品行业供给分析

2、我国有机食品行业产品产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、2024-2026年我国有机食品行业需求情况

1、有机食品行业需求市场

2、有机食品行业客户结构

3、有机食品行业需求的地区差异

三、2024-2026年我国有机食品行业供需平衡分析

第三节 有机食品产品市场应用及需求预测

一、有机食品产品应用市场总体需求分析

1、有机食品产品应用市场需求特征

2、有机食品产品应用市场需求总规模

二、2026-2031年有机食品行业领域需求量预测

1、2026-2031年有机食品行业领域需求产品功能预测

2、2026-2031年有机食品行业领域需求产品市场格局预测

第六章 中国有机食品行业进出口状况分析

第一节 中国有机食品行业进出口市场分析

一、有机食品行业进出口综述

1、中国有机食品进出口的特点分析

2、中国有机食品进出口地区分布状况

3、中国有机食品进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国有机食品进出口政策与国际化经营

二、有机食品行业出口市场分析

1、2024-2026年行业出口整体情况

2、2024-2026年行业出口总额分析

3、2024-2026年行业出口产品结构

三、有机食品行业进口市场分析

1、2024-2026年行业进口整体情况

2、2024-2026年行业进口总额分析

3、2024-2026年行业进口产品结构

第二节 中国有机食品行业进出口面临的挑战及对策

一、有机食品进出口面临的挑战

二、有机食品产品进出口发展对策

三、有机食品行业进出口前景展望

第七章 有机蔬菜行业分析

第一节 有机蔬菜相关概述

一、有机蔬菜的定义

二、有机蔬菜的优点

三、有机蔬菜基地的三个基本要求

四、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、全球有机蔬菜种植面积分析

二、美国有机蔬菜行业概况及经验借鉴

三、日本有机蔬菜的产销模式分析

四、中国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

四、有机蔬菜及农场受风投青睐

五、有机蔬菜网上销售带来良好效益

六、有机蔬菜市场未来发展前景分析

第四节 山东省有机蔬菜发展状况

一、山东有机蔬菜市场销售态势

二、肥城有机蔬菜行业发展势头良好

三、潍坊市有机蔬菜行业处境艰难

四、青岛市贴标有机蔬菜价格暴增

五、山东章丘市牛一村有机蔬菜发展路径

第五节 其它地区有机蔬菜发展状况

一、郑州有机蔬菜行业销售现状

二、内蒙古创建高端有机蔬菜种植基地

三、贵阳市有机蔬菜市场发展态势剖析

四、合肥市有机蔬菜企业遭遇认证难题

五、武汉市有机蔬菜市场发展潜力巨大

第六节 有机蔬菜发展面临的问题及发展策略

一、中国有机蔬菜发展存在的主要问题

二、我国有机蔬菜发展的政策建议

三、推广及规范有机蔬菜发展的对策

四、我国有机蔬菜产业发展路径探索

第八章 有机茶行业分析

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、中国有机茶产业发展迅速

二、中国发展有机茶的有利条件

三、中国有机茶产业的区域发展格局

四、中国有机茶的出口形势分析

五、中国有机茶认证的发展状况

六、国内外主要的有机茶认证机构

第三节 部分地区有机茶发展状况

一、安徽休宁县有机茶产业发展概况

二、福建安溪巨资打造大型有机茶庄园

三、厦门有机茶迎来发展机遇期

四、福建华安县有机茶产业发展状况

五、贵州毕节市有机茶产业发展模式

六、广西昭平有机茶产业经济效益显着

第四节 中国部分茶企有机茶发展状况

一、湖南茶叶总公司

二、亿健茶业有限公司

三、黄山松萝有机茶公司

四、北京更香茶叶有限公司

五、川红茶业集团

第五节 有机茶发展中存在的问题及发展策略

一、中国有机茶有市无量的问题凸显

二、中国有机茶开发和出口面临的挑战

三、我国有机茶国内市场开拓策略

四、中国有机茶行业可持续发展建议

五、中国有机茶产业化发展策略

第六节 有机茶行业标准情况

一、有机茶行业标准研究

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》

第九章 其它有机食品发展分析

第一节 有机水果

一、中国有机水果的发展状况及优势

二、西充县有机水果行业发展乐观

三、麦积区建造我国第一大有机水果出口中心

四、有机水果市场存在的问题及发展建议

第二节 有机大米

一、临沂有机大米产业进入快速发展阶段

二、南宁生产首批有机大米

三、哈尔滨有机大米生产状况

四、辽宁盘锦市有机大米种植模式

五、有机大米加工技术规程

第三节 有机奶制品

一、国内外有机奶发展现状

二、我国有机奶受国际权威机构认可

三、有机奶产品备受市场青睐

四、国外高端有机奶品牌布局中国市场

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、印度政府支持有机水产品的发展

三、中国有机水产品发展概况

四、丹江口高端有机水产品成功进入江城超市

五、临沂市有机水产品发展态势良好

六、内蒙古有机水产品市场紧俏

七、重庆长寿区积极发展有机水产品

第十章 中国有机食品电子商务分析

第一节 中国电子商务发展现状

一、电子商务市场规模

二、电子商务市场特征

三、网络购物市场结构

四、电子商务市场竞争格局

五、电子商务市场前景展望

第二节 中国有机电商发展综述

一、发展阶段

二、市场规模

三、成本优势

四、案例分析

五、前景展望

六、产业链流程

第三节 有机食品电子商务商业模式分析

一、总体框架模式

二、目标客户分析

三、o2o模式兴起

四、盈利模式分析

五、物流配送模式

第四节 有机食品电子商务发展的关键环节

一、产品采购与组织

二、网站建设

三、品牌建设及营销

四、物流配送体系

五、增值服务

第五节 有机食品电子商务风险因素分析

一、配送速度

二、货源及成本

三、用户习惯

四、信任危机

第十一章 我国有机食品行业营销趋势及策略分析

第一节 有机食品行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、有机食品营销环境分析与评价

1、国际环境下的有机食品

2、企事业需求下的有机食品

3、我国有机食品市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 有机食品行业营销策略分析

一、中国有机食品营销概况

二、有机食品营销策略探讨

1、中国有机食品产品营销策略浅析

2、有机食品新产品的市场推广策略

3、有机食品细分产品营销策略分析

第三节 有机食品营销的发展趋势

一、未来有机食品市场营销的出路

二、中国有机食品营销的趋势预测

第十二章 中国有机食品行业市场竞争格局分析

第一节 有机食品行业竞争格局分析

一、有机食品行业区域分布格局

二、有机食品行业企业规模格局

三、有机食品行业企业性质格局

四、国内有机食品行业竞争格局

1、外资利用技术、资本和管理优势占领高端

2、本土民企强势崛起应对外资扩张

3、中小企业立足区域突围全国

第二节 有机食品行业竞争五力分析

一、有机食品行业上游议价能力

二、有机食品行业下游议价能力

三、有机食品行业新进入者威胁

四、有机食品行业替代产品威胁

五、有机食品行业行业内部竞争

第三节 行业投资兼并与重组整合分析

一、国际有机食品企业在华投资兼并与重组整合

1、国际有机食品企业在华投资兼并重组现状

2、国际有机食品企业在华投资兼并重组趋势

二、国内有机食品企业投资兼并与重组整合

1、国内有机食品企业投资兼并重组现状

2、国内有机食品企业业投资兼并重组趋势

第十三章 中国有机食品行业重点区域市场竞争力分析

第一节 中国有机食品行业区域市场概况

一、有机食品行业产值分布情况

二、有机食品行业市场分布情况

三、有机食品行业利润分布情况

第二节 华东地区有机食品行业需求分析

一、上海市有机食品行业需求分析

二、江苏省有机食品行业需求分析

三、山东省有机食品行业需求分析

四、浙江省有机食品行业需求分析

五、安徽省有机食品行业需求分析

六、福建省有机食品行业需求分析

第三节 华南地区有机食品行业需求分析

一、广东省有机食品行业需求分析

二、广西省有机食品行业需求分析

三、海南省有机食品行业需求分析

第四节 华中地区有机食品行业需求分析

一、湖南省有机食品行业需求分析

二、湖北省有机食品行业需求分析

三、河南省有机食品行业需求分析

第五节 华北地区有机食品行业需求分析

一、北京市有机食品行业需求分析

二、山西省有机食品行业需求分析

三、天津市有机食品行业需求分析

四、河北省有机食品行业需求分析

第六节 东北地区有机食品行业需求分析

一、辽宁省有机食品行业需求分析

二、吉林省有机食品行业需求分析

三、黑龙江有机食品行业需求分析

第七节 西南地区有机食品行业需求分析

一、重庆市有机食品行业需求分析

二、四川省有机食品行业需求分析

三、云南省有机食品行业需求分析

第八节 西北地区有机食品行业需求分析

一、陕西省有机食品行业需求分析

二、新疆省有机食品行业需求分析

三、甘肃省有机食品行业需求分析

第十四章 有机食品行业品牌企业生产经营分析

第一节 有机食品企业发展总体状况分析

一、有机食品行业企业资产状况

二、有机食品行业企业销售收入和利润

三、有机食品行业企业工业产值状况

第二节 有机食品企业生产经营分析

一、泰安泰山亚细亚食品有限公司

1、企业发展历程分析

2、企业主营业务分析

3、企业组织架构分析

4、企业经营业绩分析

5、企业商业模式分析

6、企业经营状况优劣势分析

二、山东好当家海洋发展股份有限公司

1、企业发展历程分析

2、企业主营业务分析

3、企业组织架构分析

4、企业经营业绩分析

5、企业商业模式分析

6、企业经营状况优劣势分析

三、北京欧阁有机农庄科贸发展有限公司

1、企业发展历程分析

2、企业主营业务分析

3、企业组织架构分析

4、企业经营业绩分析

5、企业商业模式分析

6、企业经营状况优劣势分析

四、江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司

1、企业发展历程分析

2、企业主营业务分析

3、企业组织架构分析

4、企业经营业绩分析

5、企业商业模式分析

6、企业经营状况优劣势分析

五、福建闽中有机食品有限公司

1、企业发展历程分析

2、企业主营业务分析

3、企业组织架构分析

4、企业经营业绩分析

5、企业商业模式分析

6、企业经营状况优劣势分析

第十五章 2026-2031年有机食品行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年有机食品市场发展前景

一、2026-2031年有机食品市场发展潜力

二、2026-2031年有机食品市场发展前景展望

三、2026-2031年有机食品细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年有机食品市场发展趋势预测

一、2026-2031年有机食品行业发展趋势

1、行业整体发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

二、2026-2031年有机食品市场规模预测

1、有机食品行业市场容量预测

2、有机食品行业销售收入预测

三、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国有机食品行业供需预测

一、2026-2031年中国有机食品行业供给预测

二、2026-2031年中国有机食品行业产量预测

三、2026-2031年中国有机食品市场销量预测

四、2026-2031年中国有机食品行业需求预测

五、2026-2031年中国有机食品行业供需平衡预测

第四节 中国有机食品企业发展趋势分析

一、中国有机食品企业面临问题

二、中国有机食品企业发展趋势

第十六章 2026-2031年有机食品行业投资机会与风险防范

第一节 有机食品行业投融资情况

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、有机食品行业投资现状分析

1、有机食品产业投资经历的阶段

2、2025年有机食品行业投资状况回顾

(1)总体投资及结构

(2)投资规模及增速分析

(3)分行业投资分析

(4)分地区投资分析

(5)外商投资分析

第二节 2026-2031年有机食品行业投资机会

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、有机食品行业投资机遇

第三节 2026-2031年有机食品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 中国有机食品行业投资建议

一、有机食品行业未来发展方向

二、有机食品行业主要投资建议

三、中国有机食品企业融资分析

第十七章 有机食品行业面临的困境及对策

第一节 有机食品企业面临的困境及对策

一、重点有机食品企业面临的困境及对策

1、重点有机食品企业面临的困境

2、重点有机食品企业对策探讨

二、中小有机食品企业发展困境及策略分析

1、中小有机食品企业面临的困境

2、中小有机食品企业对策探讨

三、国内有机食品企业的出路分析

第二节 中国有机食品行业存在的问题及对策

一、中国有机食品行业存在的问题

二、中国有机食品行业发展的对策

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

第十八章 有机食品行业发展战略研究

第一节 有机食品行业战略规划综述

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 对我国有机食品品牌的战略思考

一、有机食品品牌的重要性

二、有机食品实施品牌战略的意义

三、有机食品企业品牌的现状分析

四、我国有机食品企业的品牌战略

五、有机食品品牌战略管理的策略

第三节 有机食品经营策略分析

一、有机食品市场细分策略

二、有机食品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、有机食品新产品差异化战略

第四节 有机食品行业投资战略研究

一、2026年有机食品企业投资战略

二、2026-2031年有机食品行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

图表目录

图表：2024-2026年有机食品行业经营效益分析

图表：2024-2026年中国有机食品行业盈利能力分析

图表：2024-2026年中国有机食品行业运营能力分析

图表：2024-2026年中国有机食品行业偿债能力分析

图表：2024-2026年中国有机食品行业发展能力分析

图表：2024-2026年有机食品行业主要经济指标一览表

图表：有机食品行业生命周期

图表：有机食品行业产业链结构

图表：2024-2026年全球有机食品行业市场规模

图表：2024-2026年中国有机食品行业市场规模

图表：中国有机食品市场占全球份额比较

图表：2026年有机食品行业集中度

图表：2026年有机食品市场价格走势

图表：2026年有机食品行业重要数据指标比较

图表：2026-2031年有机食品行业市场规模预测

图表：2026-2031年有机食品行业竞争格局预测

把握投资 决策经营！

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

报告编号：4070546

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20261115/4070546.shtml

在线订购：点击这里