

2023-2029年中国有机食品 市场竞争战略分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2023-2029年中国有机食品市场竞争战略分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/E64775O4W4.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2023-05-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2023-2029年中国有机食品市场竞争战略分析及投资前景研究报告》介绍了有机食品行业相关概述、中国有机食品产业运行环境、分析了中国有机食品行业的现状、中国有机食品行业竞争格局、对中国有机食品行业做了重点企业经营状况分析及中国有机食品产业发展前景与投资预测。您若想对有机食品产业有个系统的了解或者想投资有机食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

有机食品也叫生态或生物食品等。有机食品是国际上对无污染天然食品比较统一的提法。有机食品通常来自于有机农业生产体系，根据国际有机农业生产要求和相应的标准生产加工的。

除有机食品外，国际上还把一些派生的产品如有机化妆品、纺织品、林产品或有机食品生产而提供的生产资料，包括生物农药、有机肥料等，经认证后统称有机产品。

未显示数据请查阅正文

据博思数据发布的《2023-2029年中国有机食品市场竞争战略分析及投资前景研究报告》表明：2022年我国食品制造业出口交货值累计值达1464.5亿元，期末总额比上年累计增长15.7%。

指标	2022年12月	2022年11月	2022年10月	2022年9月	2022年8月	2022年7月	食品制造业出口交货值当期值(亿元)	食品制造业出口交货值累计值(亿元)	食品制造业出口交货值同比增长(%)	食品制造业出口交货值累计增长(%)
	127.9	118.8	110	116.7	117.8	126.7	127.9	1464.5	-5.5	15.7
	118.8	110	116.7	117.8	126.7		118.8	1327.6	-0.5	18.3
	110	116.7	117.8	126.7			110	1212.8	4.7	21.5
	116.7	117.8	126.7				116.7	1104.6	8.5	24.1
	117.8	126.7					117.8	989.4	18.2	26.5
	126.7						126.7	871.4	29.6	27.8

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 行业趋势预测分析

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 产业化趋势预测

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调研

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调研

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 有机食品行业投资前景
 - 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 行业趋势预测
- 6.3 有机蔬菜发展面临的问题及投资策略
 - 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 市场趋势预测
- 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投资策略
 - 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 产业化投资策略
 - 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 行业趋势预测
- 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 市场投资策略
- 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 行业趋势预测

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 发展面临的问题

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调研

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 市场趋势预测

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 公司投资前景

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 公司投资前景

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 公司投资前景
- 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 公司投资前景
 - 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 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 行业投资前景研究建议
- 12.2 中国有机食品趋势预测展望
 - 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 2023-2027年中国有机食品行业预测分析

12.3.1 2023-2027年中国有机食品行业影响因素分析

12.3.2 2023-2027年中国有机产品产值规模预测

12.3.3 2023-2027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

图表31 2021年全国绿色食品产品结构（按产品类别）

图表32 2021年全国绿色食品产地环境监测面积

图表33 2021年全国绿色食品原料标准化生产基地总体情况

图表34 2021年全国分产品类别绿色食品原料标准化生产基地面积与产量

图表35 2021年全国绿色食品生产资料获证企业与产品数

图表36 中国有机食品发展历程示意图

图表37 有机食品产业链示意图

图表38 2021年有机食品发展总体情况

图表39 2021年有机食品分类产品发展情况

图表40 2021年有机食品产品结构

图表41 2021年分地区有机食品发展情况

图表42 中国有机食品重点企业介绍

图表43 影响消费者购买有机食品动机分布

图表44 消费者对有机食品关注动机分布

图表45 消费者对有机食品的消费频次

图表46 消费者购买有机食品的主要渠道

图表47 消费对有机食品主要品类的消费意愿

图表48 有机食品区块链溯源体系框架

图表49 区块链技术去中心化结构

图表50 有机食品溯源参与实体的作用

图表51 境内有机认证流程

图表52 有机茶的卫生指标

图表53 净含量负偏差

图表54 有机茶园环境空气质量标准

图表55 有机茶园土壤环境质量标准

图表56 有机茶园灌溉水质标准

图表57 商品有机肥料污染物质允许含量

图表58 有机茶园允许和限制使用的土壤培肥和改良物质

图表59 有机茶园主要病虫害及其防治方法

图表60 有机茶园病虫害防治允许和限制使用的物质与方法

图表61 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62 2021年有机稻谷种植面积占比

图表63 2021年有机稻谷产量规模占比

图表64 我国部分有机大米品牌

图表65 有机乳制品分类

图表66 2020年中国境外国标有机乳制品发展情况

- 图表67 2020年中国有机乳制品有机防伪标签核销量及占比
- 图表68 2019-2020年中国有机生牛乳总产量
- 图表69 2020年中国有机乳制品产量结构
- 图表70 2020年中国有机乳制品产量TOP5地区
- 图表71 2020年中国有机乳制品细分产品主要生产地区
- 图表72 2021年中国有机家畜和家禽生产状况
- 图表73 2017-2021年中国主要有机畜禽养殖数量及变化趋势
- 图表74 2021年有机水产品生产状况
- 图表75 2019-2021年食品行业线上渠道销售占比情况
- 图表76 2019-2021年食品行业线上销售额趋势
- 图表77 2020-2021年食品行业线上线下销售额同比增速趋势
- 图表78 2021年食品饮料销售渠道分布
- 图表79 2021年看直播买食品饮料的消费者渗透率
- 图表80 2021年在直播中购买食品饮料的原因
- 图表81 食品营销供应链主要环节
- 图表82 食品电商营销模式分类
- 图表83 2021年中国食品电商及相关企业数量TOP10省市
- 图表84 2021年中国食品电商融资事件分析
- 图表85 有机电商产业链流程图
- 图表86 有机食品的电子商务模式
- 图表87 有机食品市场主要消费者定位
- 图表88 有机电商企业盈利模式图
- 图表89 2019-2022年黑龙江北大荒农业股份有限公司总资产及净资产规模
- 图表90 2019-2022年黑龙江北大荒农业股份有限公司营业收入及增速
- 图表91 2019-2022年黑龙江北大荒农业股份有限公司净利润及增速
- 图表92 2021年黑龙江北大荒农业股份有限公司主营业务分行业
- 图表93 2021年黑龙江北大荒农业股份有限公司主营业务分产品
- 图表94 2021年黑龙江北大荒农业股份有限公司主营业务分地区
- 图表95 2021年黑龙江北大荒农业股份有限公司主营业务分销售模式
- 图表96 2021-2022年黑龙江北大荒农业股份有限公司营业收入情况
- 图表97 2019-2022年黑龙江北大荒农业股份有限公司营业利润及营业利润率
- 图表98 2019-2022年黑龙江北大荒农业股份有限公司净资产收益率

图表99 2019-2022年黑龙江北大荒农业股份有限公司短期偿债能力指标

图表100 2019-2022年黑龙江北大荒农业股份有限公司资产负债率水平

图表101 2019-2022年黑龙江北大荒农业股份有限公司运营能力指标

图表102 2019-2022年东方集团股份有限公司总资产及净资产规模

图表103 2019-2022年东方集团股份有限公司营业收入及增速

图表104 2019-2022年东方集团股份有限公司净利润及增速

图表105 2021年东方集团股份有限公司主营业务分行业、产品

图表106 2021-2022年东方集团股份有限公司营业收入情况

图表107 2019-2022年东方集团股份有限公司营业利润及营业利润率

图表108 2019-2022年东方集团股份有限公司净资产收益率

图表109 2019-2022年东方集团股份有限公司短期偿债能力指标

图表110 2019-2022年东方集团股份有限公司资产负债率水平

图表111 2019-2022年东方集团股份有限公司运营能力指标

图表112 2019-2022年西王食品股份有限公司总资产及净资产规模

图表113 2019-2022年西王食品股份有限公司营业收入及增速

图表114 2019-2022年西王食品股份有限公司净利润及增速

图表115 2020-2021年西王食品股份有限公司营业收入分行业、产品、地区

图表116 2021-2022年西王食品股份有限公司营业收入分行业、产品、地区

图表117 2019-2022年西王食品股份有限公司营业利润及营业利润率

图表118 2019-2022年西王食品股份有限公司净资产收益率

图表119 2019-2022年西王食品股份有限公司短期偿债能力指标

图表120 2019-2022年西王食品股份有限公司资产负债率水平

图表121 2019-2022年西王食品股份有限公司运营能力指标

图表122 2019-2022年天邦食品股份有限公司总资产及净资产规模

图表123 2019-2022年天邦食品股份有限公司营业收入及增速

图表124 2019-2022年天邦食品股份有限公司净利润及增速

图表125 2020-2021年天邦食品股份有限公司营业收入分行业、产品、地区

图表126 2021-2022年天邦食品股份有限公司营业收入分行业、产品、地区

图表127 2019-2022年天邦食品股份有限公司营业利润及营业利润率

图表128 2019-2022年天邦食品股份有限公司净资产收益率

图表129 2019-2022年天邦食品股份有限公司短期偿债能力指标

图表130 2019-2022年天邦食品股份有限公司资产负债率水平

图表131	2019-2022年天邦食品股份有限公司运营能力指标
图表132	2019-2020年中国圣牧综合收益表
图表133	2020-2021年中国圣牧综合收益表
图表134	2020-2021年中国圣牧分部资料
图表135	2021-2022年中国圣牧综合收益表
图表136	有机农业市场机会整体评估表
图表137	中投市场机会矩阵：有机农业
图表138	有机农业投资壁垒评估
图表139	有机农业进入时机分析
图表140	中投产业生命周期：有机农业
图表141	有机农业投资价值综合评估
图表142	博思数据投资机会箱：有机农业
图表143	2023-2027年中国有机产品产值规模预测
图表144	2023-2027年中国有机产品销售额预测
图表145	中国有机食品认证标志
图表146	有机产品相关国家标准
图表147	有机产品相关行业标准
图表148	有机产品相关地方标准
图表149	有机食品相关行业标准
图表150	有机食品相关地方标准
图表151	有机产品认证证书编号示例
图表152	有机产品认证标志编码示例
图表153	有机食品认证收费标准一览表
图表154	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155	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156	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157	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158	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159	加工产品生产规模及工艺复杂系数核定
图表160	农药及肥料生产规模及工艺复杂系数核定
图表161	有机产品认证目录
图表162	允许和限制使用的土壤培肥和改良物质

图表163 作物病虫害防治中允许和限制使用的物质、方法

图表164 允许和限制使用的畜禽饲料添加剂

图表165 允许在畜禽饲养场所使用的清洁剂和消毒剂

图表166 食品加工中允许使用的食品添加剂和载体

图表167 食品加工中允许使用的加工助剂

图表168 中国有机产品认证标志

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/E64775O4W4.html>