

2021-2027年中国有机大米 产业发展现状与市场运营趋势报告

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

《2021-2027年中国有机大米产业发展现状与市场运营趋势报告》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/202106/224375.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

有机大米指的是栽种稻米的过程中，使用天然有机的栽种方式，完全采用自然农耕法种出来的大米。有机大米必须是种植改良场推荐的良质米品种，而且在栽培过程中不能使用化学肥料，农药和生长调节剂等。有机大米加工产品，水稻的种子——稻谷，就植物学上来讲是水稻的果实，从外到内具有颖壳、果皮、种皮、糊粉层以及胚乳等结构。在稻谷加工成稻米的过程中，这些结构遭到不同程度的去除：依据稻谷加工程度的不同，可将稻米分为糙米、胚芽米、金芽米和精白米等不同类型。有机大米加工分类数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国有机大米产业发展现状与市场运营趋势报告》共十四章。首先介绍了有机大米行业市场发展环境、有机大米整体运行态势等，接着分析了有机大米行业市场运行的现状，然后介绍了有机大米市场竞争格局。随后，报告对有机大米做了重点企业经营状况分析，最后分析了有机大米行业发展趋势与投资预测。您若想对有机大米产业有个系统的了解或者想投资有机大米行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章有机大米行业相关基础概述及研究机构

1.1有机大米产品概述

1.1.1有机大米的界定标准

1.1.2有机大米的营养价值

1.1.3有机大米与普通大米的区别

1.2有机大米行业特点分析

1.2.1市场特点分析

1.2.2行业经济特性

1.2.3行业发展周期分析

1.2.4行业进入风险

1.2.5行业成熟度分析

1.3有机大米行业研究机构

1.3.1有机大米行业研究机构介绍

1.3.2有机大米行业研究优势

1.3.3有机大米行业研究范围

第二章2019年中国有机大米行业市场发展环境分析

2.1中国有机大米行业经济环境分析

2.1.1中国经济运行情况

- 1、国民经济运行情况GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、恩格尔系数
- 5、工业发展形势
- 6、农业产业发展现状
- 7、有机农业产业发展现状

2.1.2经济环境对行业的影响分析

2.2中国有机大米行业政策环境分析

2.2.1行业监管环境

- 1、中国植物油行业协会
- 2、行业监管体制

2.2.2行业政策分析

- 1、《中华人民共和国食品安全法》
- 2、《中华人民共和国农产品质量安全法》
- 3、《有机产品认证管理办法》
- 4、《有机产品国家标准》

2.2.3政策环境对行业的影响分析

2.3中国有机大米行业社会环境分析

2.3.1行业社会环境

- 1、人口规模分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、绿色健康消费趋势

7、消费升级发展趋势

2.3.2社会环境对行业的影响分析

2.4中国有机大米行业技术环境分析

2.4.1有机大米种植技术分析

2.4.2有机大米加工规程分析

2.4.3技术环境对行业的影响

第三章中国有机大米行业上、下游产业链分析

3.1有机大米行业产业链概述

3.1.1产业链定义

3.1.2有机大米行业产业链

3.2有机大米行业上游-农具产业发展分析

3.2.1农具产业发展现状

3.2.2农具产业供给分析

3.2.3农具供给价格分析

3.2.4农具供给区域分布

3.3有机大米行业下游-经销商情况分析

3.3.1有机大米经销商发展现状

3.3.2有机大米经销商规模情况

3.3.3有机大米经销商区域分布

3.4有机大米行业终端消费者消费情况分析

3.4.1中国人均有机大米消费情况

3.4.2有机大米消费者地域分布情况

3.4.3健康绿色消费观念下的有机大米消费市场

3.4.4有机大米消费者品牌忠诚度分析

第四章国际有机大米行业市场发展分析

4.12019年国际有机大米行业发展现状

4.1.1国际有机大米行业发展现状

4.1.2国际有机大米行业发展规模2011-2019年全球有机大米市场规模走势图数据来源：公开资料整理

4.1.3国际有机大米主要技术水平

4.22019年国际有机大米市场需求研究

4.2.1国际有机大米市场需求特点

4.2.2国际有机大米市场需求结构

4.2.3国际有机大米市场需求规模

4.32019年国际区域有机大米行业研究

4.3.1欧洲有机大米市场分析

1、市场现状分析

2、市场规模分析

3、发展趋势分析

4.3.2美国有机大米市场分析

1、市场现状分析

2、市场规模分析

3、发展趋势分析

4.3.3日韩有机大米市场分析

1、市场现状分析

2、市场规模分析

3、发展趋势分析

4.42021-2027年国际有机大米行业发展展望

4.4.1国际有机大米行业发展趋势

4.4.2国际有机大米行业规模预测

4.4.3国际有机大米行业发展机会

第五章2019年中国有机大米行业发展概述

5.1中国有机大米行业发展状况分析

5.1.1中国有机大米行业发展阶段

5.1.2中国有机大米行业发展总体概况

5.1.3中国有机大米行业发展特点分析

5.22015-2019年有机大米行业发展现状

5.2.12015-2019年中国有机大米行业发展热点

5.2.22015-2019年中国有机大米行业发展现状

5.2.32015-2019年中国有机大米企业发展分析

5.3有机大米行业替代品及互补产品分析

5.3.1有机大米行业替代品分析

- 1、替代品种类
- 2、主要替代品对有机大米行业的影响
- 3、替代品发展趋势分析

5.3.2有机大米行业互补产品分析

- 1、行业互补产品种类
- 2、主要互补产品对有机大米行业的影响
- 3、互补产品发展趋势分析

5.4中国有机大米行业细分市场概况

5.4.1稻花香有机大米市场分析

5.4.2稻花香2号有机大米市场分析

5.5有机大米行业渠道与行业品牌分析

5.5.1有机大米行业渠道分析

- 1、渠道形式
- 2、渠道要素对比
- 3、各区域主要代理商情况

5.5.2有机大米行业品牌分析

- 1、品牌数量分析
- 2、品牌推广方式分析
- 3、品牌美誉度分析
- 4、品牌的选择情况

5.5.3有机大米行业存在的问题分析

5.6中国有机大米行业发展问题及对策建议

5.6.1中国有机大米行业发展制约因素

5.6.2中国有机大米行业存在问题分析

5.6.3中国有机大米行业发展对策建议

第六章中国有机大米行业运行指标分析及预测

6.1中国有机大米所属行业企业数量分析

6.1.12015-2019年中国有机大米行业企业数量情况

6.1.22015-2019年中国有机大米行业企业竞争结构

6.22015-2019年中国有机大米所属行业财务指标总体分析

6.2.1 所属行业盈利能力分析

6.2.2 所属行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国有机大米行业市场规模分析及预测

6.3.1 2015-2019年中国有机大米行业市场规模分析

6.3.2 2021-2027年中国有机大米行业市场规模预测

6.4 2015-2019年中国有机大米区域市场规模分析

6.4.1 东北地区市场规模分析

6.4.2 华北地区市场规模分析

6.4.3 华东地区市场规模分析

6.4.4 华中地区市场规模分析

6.4.5 华南地区市场规模分析

6.4.6 西部地区市场规模分析

6.5 中国有机大米行业市场供需分析及预测

6.5.1 中国有机大米行业市场供给分析

1、2015-2019年中国有机大米行业供给规模分析

2、2021-2027年中国有机大米行业供给规模预测

6.5.2 中国有机大米行业市场需求分析

1、2015-2019年中国有机大米行业需求规模分析

2、2021-2027年中国有机大米行业需求规模预测

6.6 2015-2019年中国有机大米行业产品价格分析

6.6.1 2015-2019年中国有机大米行业产品价格回顾

6.6.2 2015-2019年中国有机大米产品当前市场价格统计分析

6.6.3 2015-2019年中国有机大米产品价格影响因素分析

6.6.4 2021-2027年中国有机大米产品价格预测

6.7 有机大米所属行业进出口分析

6.7.1 出口分析

1、2015-2019年有机大米出口总况分析

2、2015-2019年有机大米出口量及增长情况

3、2015-2019年有机大米细分行业出口情况

4、出口流向结构

5、出口产品品牌分析

6、主要出口企业分析

7、出口价格特征分析

6.7.2进口分析

1、2015-2019年有机大米进口总况分析

2、2015-2019年有机大米进口量及增长情况

3、2015-2019年有机大米细分行业进口情况

4、国家进口结构

5、进口产品结构

6、出口价格分析

第七章中国互联网+有机大米行业发展现状及前景

7.1互联网给有机大米行业带来的冲击和变革分析

7.1.1互联网时代有机大米行业大环境变化分析

7.1.2互联网+有机大米行业渠道形势变革分析

7.1.3互联网+有机大米行业营销模式变革分析

7.2中国互联网+有机大米行业市场发展现状分析

7.2.1中国互联网+有机大米行业投资布局分析

1、中国互联网+有机大米行业投资切入方式

2、中国互联网+有机大米行业投资规模分析

3、中国互联网+有机大米行业投资业务布局

7.2.2有机大米行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3中国互联网+有机大米行业市场规模分析

7.2.4中国互联网+有机大米行业竞争格局分析

1、中国互联网+有机大米行业参与者结构

2、中国互联网+有机大米行业竞争者类型

3、中国互联网+有机大米行业市场占有率

7.2.5中国有机大米行业电商平台分析

1、天猫商城

2、淘宝商城

3、京东商城

4、苏宁易购

5、亚马逊

7.2.6中国有机大米企业互联网战略案例分析

7.3中国互联网+有机大米行业发展趋势分析

7.3.1“互联网+智慧农业”产业发展机遇分析

7.3.2现代农业生产与管理溯源管理系统平台

7.3.3电商直销平台占有率逐渐提升

7.3.4有机大米品牌化发展趋势

第八章中国有机大米行业消费市场调查

8.1有机大米市场消费需求分析

8.1.1有机大米市场的消费需求变化

8.1.2有机大米行业的需求情况分析

8.1.3有机大米品牌市场消费需求分析

8.2有机大米消费市场状况分析

8.2.1有机大米行业消费特点

8.2.2有机大米行业消费结构分析

8.2.3有机大米行业消费的市场变化

8.2.4有机大米市场的消费方向

8.3有机大米行业产品的品牌市场调查

8.3.1消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4有机大米行业品牌忠诚度调查

8.3.5消费者的消费理念调研

第九章中国有机大米行业市场竞争格局分析

9.1中国有机大米行业竞争格局分析

9.1.1有机大米行业区域分布格局

9.1.2有机大米行业企业规模格局

9.1.3有机大米行业企业性质格局

9.1.4有机大米国际竞争格局分析

1、国际有机大米品牌格局

- 2、国际有机大米区域格局
- 3、国际有机大米市场集中度分析
- 4、中国有机大米市场国产品牌占比分析
- 9.2中国有机大米行业竞争五力分析
 - 9.2.1有机大米行业上游议价能力
 - 9.2.2有机大米行业下游议价能力
 - 9.2.3有机大米行业新进入者威胁
 - 9.2.4有机大米行业替代产品威胁
 - 9.2.5有机大米行业现有企业竞争
- 9.3中国有机大米行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1有机大米行业优势分析（S）
 - 9.3.2有机大米行业劣势分析（W）
 - 9.3.3有机大米行业机会分析（O）
 - 9.3.4有机大米行业威胁分析（T）
- 9.4中国有机大米行业竞争策略建议

第十章中国有机大米行业领先企业竞争力分析

- 10.1黑龙江省北大荒米业集团有限公司竞争力分析
 - 10.1.1企业发展基本情况
 - 10.1.2企业经营状况分析
 - 10.1.3企业发展战略分析
- 10.2益海嘉里食品营销有限公司竞争力分析
 - 10.2.1企业发展基本情况
 - 10.2.2企业经营状况分析
 - 10.2.3企业发展战略分析
- 10.3中粮国际（北京）有限公司竞争力分析
 - 10.3.1企业发展基本情况
 - 10.3.2企业经营状况分析
 - 10.3.3企业发展战略分析
- 10.4华润五丰（中国）投资有限公司竞争力分析
 - 10.4.1企业发展基本情况
 - 10.4.2企业经营状况分析

- 10.4.3企业发展战略分析
- 10.5湖北国宝桥米有限公司竞争力分析
 - 10.5.1企业发展基本情况
 - 10.5.2企业经营状况分析
 - 10.5.3企业发展战略分析
- 10.6五常葵花阳光米业有限公司竞争力分析
 - 10.6.1企业发展基本情况
 - 10.6.2企业经营状况分析
 - 10.6.3企业发展战略分析
- 10.7江苏省农垦米业集团有限公司竞争力分析
 - 10.7.1企业发展基本情况
 - 10.7.2企业经营状况分析
 - 10.7.3企业发展战略分析
- 10.8金健米业股份有限公司竞争力分析
 - 10.8.1企业发展基本情况
 - 10.8.2企业经营状况分析
 - 10.8.3企业发展战略分析
- 10.9黑龙江泰丰粮油食品有限公司竞争力分析
 - 10.9.1企业发展基本情况
 - 10.9.2企业经营状况分析
 - 10.9.3企业发展战略分析
- 10.10江西金佳谷物股份有限公司竞争力分析
 - 10.10.1企业发展基本情况
 - 10.10.2企业经营状况分析
 - 10.10.3企业发展战略分析

第十一章2021-2027年中国有机大米行业发展趋势与投资机会研究

- 11.12021-2027年中国有机大米行业市场发展潜力分析
 - 11.1.1中国有机大米行业市场空间分析
 - 11.1.2中国有机大米行业竞争格局变化
 - 11.1.3中国有机大米行业互联网+前景
- 11.22021-2027年中国有机大米行业发展趋势分析

- 11.2.1中国有机大米行业品牌格局趋势
- 11.2.2中国有机大米行业渠道分布趋势
- 11.2.3中国有机大米行业市场趋势分析
- 11.32021-2027年中国有机大米行业投资机会与建议
- 11.3.1中国有机大米行业投资前景展望
- 11.3.2中国有机大米行业投资机会分析
- 11.3.3中国有机大米行业投资建议分析

第十二章2021-2027年中国有机大米行业投资分析与风险规避

- 12.1中国有机大米行业关键成功要素分析
- 12.2中国有机大米行业投资壁垒分析
- 12.3中国有机大米行业投资风险与规避
- 12.3.1宏观经济风险与规避
- 12.3.2行业政策风险与规避
- 12.3.3上游市场风险与规避
- 12.3.4市场竞争风险与规避
- 12.3.5技术风险分析与规避
- 12.3.6下游需求风险与规避
- 12.4中国有机大米行业融资渠道与策略
- 12.4.1有机大米行业融资渠道分析
- 12.4.2有机大米行业融资策略分析

第十三章2021-2027年中国有机大米行业盈利模式与投资战略规划分析

- 13.1国外有机大米行业投资现状及经营模式分析
- 13.1.1境外有机大米行业成长情况调查
- 13.1.2经营模式借鉴
- 13.1.3行业投资壁垒分析
- 1、技术壁垒
- 2、销售渠道壁垒
- 3、资金壁垒
- 13.2中国有机大米行业商业模式探讨
- 13.2.1行业主要商业模式分析

- 1、电商直销模式
- 2、商超模式
- 3、品牌专卖店模式
- 13.2.2有机大米行业商业模式创新分析
- 13.3中国有机大米行业投资发展战略规划
 - 13.3.1战略优势分析
 - 13.3.2战略机遇分析
 - 13.3.3战略规划目标
 - 13.3.4战略措施分析
- 13.4最优投资路径设计
 - 13.4.1投资对象
 - 13.4.2投资模式
 - 13.4.3预期财务状况分析
 - 13.4.4风险资本退出方式

第十四章研究结论及建议

- 14.1研究结论
- 14.2有机大米行业投资可行性评估
- 14.3中企顾问网建议
 - 14.3.1行业发展策略建议
 - 14.3.2行业投资方向建议
 - 14.3.3行业投资方式建议

部分图表目录：

- 图表：有机大米行业特点
- 图表：有机大米行业生命周期
- 图表：有机大米行业产业链分析
- 图表：中国GDP增长情况
- 图表：中国CPI增长情况
- 图表：中国人口数量及其构成
- 图表：中国工业增加值及其增长速度
- 图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国农业产值分析

图表：中国有机农业产值分析

图表：中国有机大米品牌排行榜

图表：中国有机大米行业外资品牌市场占有率分析

图表：中国有机大米产品市场渗透率分析

图表：中国有机大米国产品牌市场占有率分析

图表：高端有机大米品牌排行榜

图表：国际有机大米区域市场分布情况

图表：2015-2019年中国有机大米行业进口规模分析

图表：2015-2019年中国有机大米行业出口规模分析

图表：中国有机大米各个渠道销售占比分析

图表：中国有机大米行业互联网渠道占比分析

图表：2015-2019年有机大米行业市场规模分析

图表：2021-2027年有机大米行业市场规模预测

图表：2015-2019年中国有机大米行业供给规模分析

图表：2021-2027年中国有机大米行业供给规模预测

图表：2015-2019年中国有机大米行业需求规模分析

图表：2021-2027年中国有机大米行业需求规模预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/224375.html>