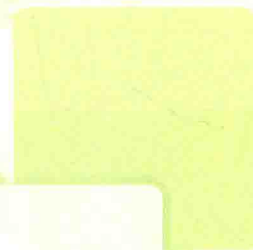
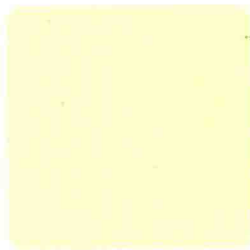
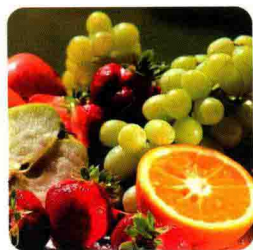


中国绿色食品产业 发展与绿色营销

李焱 袁菲 刘明智◎著



九州出版社
JIUZHOU PRESS

【内容简介】 本书分析了中国绿色食品产业的发展 and 营销情况。全书分为：绿色食品产业概述、相关理论研究、实证分析、国内外相关研究比较、绿色消费需求影响因素分析、绿色营销定位、流程和模式。

本书适合相关专业领域研究的教师和学生阅读参考，也可供对此领域感兴趣的大众阅读。

中国绿色食品产业发展与 绿色营销

李 焱 袁 菲 刘明智 著



九州出版社
JIUZHOU PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

中国绿色食品产业发展与绿色营销 / 李垚, 袁菲, 刘明智著. -- 北京: 九州出版社, 2018. 11

ISBN 978-7-5108-7624-0

I. ①中… II. ①李… ②袁… ③刘… III. ①绿色食品—产业发展—研究—中国②绿色食品—市场营销学—中国 IV. ①F426.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 269742 号

中国绿色食品产业发展与绿色营销

作 者 李 垚 袁 菲 刘明智

出版发行 九州出版社

地 址 北京市西城区阜外大街甲 35 号 (100037)

发行电话 (010) 68992190/3/5/6

网 址 www.jiuzhoupress.com

电子信箱 jiuzhou@jiuzhoupress.com

印 刷 北京华忠兴业印刷有限公司

开 本 710 毫米×1000 毫米 1/16

印 张 14

字 数 246 千字

版 次 2019 年 5 月第 1 版

印 次 2019 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5108-7624-0

定 价 56.00 元

★版权所有 侵权必究★

| 目 录 |

第一章 绿色食品产业概述	1
1.1 绿色食品的内涵及分类	1
1.2 绿色食品产业的界定、构成与特征	3
第二章 绿色食品产业国内外相关理论研究	6
2.1 绿色食品产业国际相关研究概况	6
2.2 绿色食品产业国内相关研究概况	10
2.3 国内外相关研究的对比分析	17
2.4 产业发展与动力机制理论	18
第三章 中国绿色食品产业发展实证分析	26
3.1 基于生产曲线模型的中国绿色食品产业发展实证分析	26
3.2 绿色食品产业演化过程与发展的影响因素及发展机制模型构建	49
第四章 中国绿色食品产业发展现状及国际比较	63
4.1 中国绿色食品产业概况	63
4.2 发达国家绿色食品产业发展概况	82
4.3 发达国家发展绿色食品产业的启示与借鉴	85
第五章 绿色营销、绿色产业与绿色经济	90
5.1 绿色经济的含义与特征	90
5.2 绿色营销与绿色经济的关系	92
5.3 绿色产业与绿色经济的关系	105
第六章 绿色营销的理论基础	110
6.1 绿色营销的经济学基础	110
6.2 绿色营销的营销学基础	113
6.3 绿色营销的生态经济学基础	115

6.4	绿色营销的环境经济学基础	117
6.5	绿色营销的循环经济学基础	118
6.6	绿色营销的环境伦理学基础	119
第七章	绿色营销动力系统的构建	121
7.1	系统与绿色营销动力系统	121
7.2	企业绿色营销动力系统的内容与特征	125
7.3	绿色营销动力系统工作机制与构建	128
第八章	绿色消费与绿色消费需求的影响因素	164
8.1	绿色消费与市场营销	164
8.2	绿色消费需求的影响因素	167
第九章	绿色市场细分与定位	171
9.1	绿色市场细分	171
9.2	绿色目标市场选择——以绿色食品市场为例	176
9.3	绿色市场营销定位——以绿色食品为例	181
第十章	绿色营销流程与模式	194
10.1	绿色营销概念的深度解析	194
10.2	绿色营销的基本特征	200
10.3	绿色营销基本流程	201
10.4	绿色营销模式的划分	215
10.5	绿色营销模式演进的规律	217
参考文献	219

第一章 绿色食品产业概述

1.1 绿色食品的内涵及分类

绿色食品是为适应农业发展阶段性战略转变和消费市场的变化而提出的，是现代科学技术，特别是农业技术发展的必然产物，是在对工业污染和环境恶化进行反思的情况下，将保护环境与增进人们健康相结合而探索出的一种新概念。

1.1.1 绿色食品的内涵及特点

绿色食品是指遵循可持续发展原则，按照特定方式生产和加工，经中国绿色食品发展中心认证，许可使用绿色食品标志的无污染的安全、优质和营养类食品。这一界定体现了绿色食品的安全性和环保特性，既满足了消费者对安全、营养、健康食品的需求，又反映了整个生产过程的环境友好性和可持续发展特征。获得绿色食品认证的食品类产品必须在原料产地、生产操作规程，以及生产、贮运、包装等方面符合一系列条件。

从生产角度看，绿色食品要求良好的生态生产环境，实行“从土地到餐桌”全过程质量监控，依法对生产和产品进行质量认证与高标准管理，从而约束和规范生产者行为，保护消费者权益。从需求角度看，绿色食品具有无污染、安全和保健等优势，绿色食品的成本构成中包括了生态环境成本，绿色食品具有信息不对称性和消费的正外部性，需求价格弹性短期相对较高，长期则相对较低，需求收入弹性相对较大，与其他食品是替代关系。

1.1.2 绿色食品的分类

根据中国绿色食品发展中心的绿色食品产品类别进行统计分类，绿色食品可以分为农林产品及其加工品、畜禽类产品、水产类产品、饮品类和其他产品。具体分类如表 1-1 所示。

表 1-1 绿色食品产品分类

大类	细 类
农业产品及其加工产品	01. 小麦 02. 小麦粉 03. 大米 04. 大米加工品 05. 玉米 06. 玉米加工品 07. 大豆 08. 大豆加工品 09. 油料作物产品 10. 食用植物油及其制品 11. 糖 料作物产品 12. 机制糖 13. 杂粮 14. 杂粮加工品 15. 蔬菜 16. 冷冻、保 鲜蔬菜 17. 蔬菜加工品 18. 鲜果类 19. 干果类 20. 果类加工品 21. 食用 菌及山野菜 22. 食用菌及山野菜加工品 23. 其他食用农林产品 24. 其他农 林加工食品
畜禽类产品	25. 猪肉 26. 牛肉 27. 羊肉 28. 禽肉 29. 其他肉类 30. 肉食加工品 31. 禽蛋 32. 蛋制品 33. 液体乳 34. 乳制品 35. 蜂产品
水产类产品	36. 水产品 37. 水产加工品
饮品类产品	38. 瓶(罐)装饮用水 39. 碳酸饮料 40. 果蔬汁及其饮料 41. 固体饮料 42. 其他饮料 43. 冷冻饮品 44. 精制品 45. 其他茶 46. 白酒 47. 啤酒 48. 葡萄酒 49. 其他酒类
其他产品	50. 方便主食品 51. 糕点 52. 糖果 53. 果脯蜜饯 54. 食盐 55. 淀粉 56. 调味品类 57. 食品添加剂

资料来源：中国绿色食品发展中心《关于实行绿色食品产品新编号的通知》(2002)。

1.1.3 绿色食品的分级以及其与有机食品的区别与联系

绿色食品是我国政府主推的一种认证农产品，绿色食品分 A 级绿色食品和 AA 级绿色食品二种。A 级绿色食品，是指在生态环境质量符合规定标准的产地，生产过程中允许限量使用限定的化学合成物质，按特定的生产操作规程生产、加工，产品质量及包装经检测、检查符合特定标准，并经专门机构认定，许可使用 A 级绿色食品标志的产品。AA 级绿色食品（等同有机食品），是指在生态环境质量符合规定标准的产地，生产过程中不使用任何有害化学合成物质，按特定的生产操作规程生产、加工，产品质量及包装经检测、检查符合特定标准，并经专门机构认定，许可使用 AA 级绿色食品标志的产品。

有机食品指来自有机农业生产体系，根据有机农业生产的规范生产加工，并经独立的认证机构认证的农产品及其加工产品等。有机食品指按照本技术规范的要求生产并获得认证的有机食品和其他各类产品，如有机纺织品、皮革、化妆品、林产品、家具以及生物农药、肥料等有机农业生产资料。

绿色食品是普通耕作方式生产的农产品向有机食品过渡的一种食品形式。有机食品是食品行业的最高标准。绿色食品在中国是对无污染的安全、优质、营养类食品的总称。是指按特定生产方式生产，并经国家有关的专门

机构认定，准许使用绿色食品标志的无污染、无公害、安全、优质、营养型的食品。类似的食物在其他国家被称为有机食品、生态食品或自然食品。

1.2 绿色食品产业的界定、构成与特征

作为 20 世纪 90 年代形成和发展起来的新兴产业，按照国民经济现行的分类管理方法，绿色食品产业还没有成为一个独立的产业，因此在界定和划分绿色食品产业时，必须考虑产业发展的历史及发展趋势，还必须考虑是否服务于特定的分析目的和研究需要。

1.2.1 绿色食品产业的界定

对于绿色食品产业的界定，主要把握如下几点：

首先，必须以提供绿色食品为基点。绿色食品产业的形成和发展是为了满足消费者对绿色食品的需求，绿色产业是通过分工协作将各种产业资源进行组合，生产并提供绿色食品和服务的企业集合体或活动综合体。

其次，要遵循可持续发展原则。绿色食品产业建立在资源可持续利用的基础上，以生产基地为依托实现绿色食品生产、加工和流通活动，充分利用先进科学技术，把标准化、产业化贯穿在“从土地到餐桌”的绿色食品生产、加工、销售的整个产业链中的新型农业发展模式。

最后，绿色食品产业是以绿色食品农业为基础，以绿色食品加工制造业为主体，以绿色食品流通服务业为导向，以及以绿色食品知识产业为动力的产业体系等组成的一个系统的、涉及整个产业链的综合过程。绿色食品产业不单单是产品，也不仅仅局限于生产过程，要把绿色食品产业视为包括产前、产中和产后全过程的一个绿色食品产业系统进行研究（昝廷全 2002）。由此可见，绿色食品产业涉及的行业非常广，许多行业都或多或少地担负着一定的绿色食品生产与流通职能或与之有某种关联。

目前学术界对绿色食品产业的界定大致包括以下两个层面：

一方面，从产业目标与功能角度。绿色食品产业可界定为提供绿色食品的企业或产品总和（毛可进 2006）。绿色食品产业的主要功能在于生产和提供绿色食品与服务，从而利于促进资源可持续利用、环境改善和经济社会持续发展（王圣宏 2009）。这种界定强调产业功能，但不适合对绿色食品产业发展的深入研究。

另一方面，从产业链和绿色食品再生产角度。绿色食品产业主要指包括

符合绿色食品要求的农产品生产、加工制造、流通与服务业，包括为绿色食品提供专业化服务的配套企业、政府管理部门、中介组织等在内的相互作用、相互联系的综合体。这种界定有助于促进绿色食品产业化发展，也便于理解绿色食品产业结构的演变。

1.2.2 绿色食品产业的构成

绿色食品产业的构成具有多元复合性和交叉融合性特征。根据《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754—2002），并参照国家统计局《三次产业划分规定》，绿色食品产业可划分为3大类产业13个门类。绿色食品产业进一步从产品层面进行划分，包括产品大类和产品加工深度两类，而从产业链角度则划分为绿色食品农业、绿色食品加工制造业和绿色食品流通服务业。具体内容见表1-2。

表 1-2 绿色食品产业的分类

分类依据	类别	基本描述	研究适用性
按产业链划分	绿色食品农业、加工制造业、流通服务业	按依托的产业资源进行划分	符合国民经济三次产业划分，能反映产业结构变迁和促进产业化发展
按产品划分	初级产品、初加工产品、深加工产品	按产品加工深度进行划分	能反映我国绿色食品产业构成与产品结构变化状况，利于产品结构优化调整
	农林及加工产品、畜禽类、水产类、饮品类、其他类	按产品大类进行划分	

资料来源：中国绿色食品发展中心。

1.2.3 绿色食品产业的特征

产业之间技术经济特征的差异导致了不同的产业演进方式，也决定了产业发展过程中的不同特点。绿色食品产业除具有一般产业的基本特征外，还具有自身特殊的技术经济特征和发展特性。这些基本特性也成为绿色食品产业研究的依据和起点，主要表现为：

1. 发展性（成长性）

随着经济发展、科技进步和需求结构的变化，绿色食品产业表现出由低级到高级、由单一到多样化的发展趋势。绿色食品的需求收入弹性大，而需求价格弹性小。因此，随着收入水平的不断提高，人们对绿色食品需求也会逐渐提高，绿色食品产业的成长性得到充分体现。

2. 综合性

绿色食品产业涉及面广，涵盖了农业、工业和服务业在内的许多产业门类，不局限于某一部门或行业中，是一个具有明显产业融合性的综合性产业。同时，绿色食品产业结构高度关联，产业边界也较为模糊。

3. 开放性

绿色食品产业体系作为一个有限的经济系统，在资源、技术、产业部门等要素及功能上带有明显的不完整性，要素和功能的不足决定了绿色食品产业体系必然是一个开放系统。系统的开放性使绿色食品产业得以与外部环境不断地进行物质流、价值流、技术流以及信息流等物质和能量交换，并要求最大限度地降低转化成本，加快转化速率，以促进绿色食品产业快速发展。

4. 环保性与节能性

绿色食品产业具有附加值高、技术密集集约、环境污染小、资源消耗少、节省能源等特征，属于资源节约和环境友好型产业。绿色食品产业生产过程中强调资源节约，利于实现产业发展的经济、社会和生态效益的统一。

5. 高成本与高风险性

绿色食品在生产和消费过程中的正外部性，需要支付一定的资源环境成本。这种生产和消费过程中的高成本导致绿色食品产业运行存在着高风险。另外，绿色食品产业的生产周期长、消费周期短，受自然条件限制等方面也表现出高风险特性。

第二章 绿色食品产业国内外相关理论研究

2.1 绿色食品产业国际相关研究概况

2.1.1 食品加工工业及有机食品产业的相关研究

国外学者对食品（加）工业、绿色食品产业的研究成果主要体现在对发达国家有机食品贸易、有机食品市场和消费以及竞争战略、技术和政策等对有机食品产业发展的影响等方面的研究，侧重于实证研究。具体如下：

1. 对食品加工工业贸易的研究

对食品加工工业贸易的研究，主要集中于分析食品工业贸易对经济的影响。

Bolling C, Calderon Elizalde J 和 Handy C. (1999) 探讨了美国与墨西哥之间在食品加工工业的双向对外直接投资利益与贸易对两国经济的影响。Peter Walkenhorst (2001) 则利用引力模型分析 20 世纪 90 年代 FDI（外商直接投资）进入波兰食品产业，证实 FDI 与贸易、劳动力成本有重要关联。Renzo Akkerman (2006) 认为：在食品加工行业，减少产品损失对提高盈利能力和可持续性至关重要，并提出了一个决策支持工具，用于分析计划决策对食品加工工业产品损失量的影响。George M (2012) 认为：食品加工工业的发展必须解决能源使用问题，安全、持续的能源供应已成为社会各个部门和食品加工工业的问题。G. D. H. Claassen (2014) 提出：食品加工工业（FPI）中综合生产计划的制定和调度尤其重要，库存恶化导致的产品衰退问题已成为主要障碍。W. N. C. Wanniarachchi (2016) 根据食品加工中存在的活动和风险水平将食品加工设施的区域分为五类：主要、次要、公用事业、仓库和管理，并构建了适合食品加工工业的布局模型。Yulie E. Meneses (2016) 研究了食品加工工业的水资源利用和再利用，将水资源保护行动带来的挑战和机遇带到了最前沿，以使用更少的水生产更多的食物。

2. 对有机食品市场的研究

这部分研究主要围绕市场需求增长和有机食品市场信息不对称展开。

关于有机食品市场信息不对称的研究, Hennessy D. A (1996) 指出: 导致食品产业垂直一体化的主要原因在于信息不对称。Lone Bredahl, Klaus G. Grunert 和 Lynn J. Frewer (1998) 在消费者行为理论上, 构建模型研究消费者对转基因食品的消费态度和购买行为及其改变。Lisa Squires, Biljana Juric (2001) 则从跨文化角度研究了丹麦和新西兰有机食品消费的强度和市场发展水平。Sigrid Stagl (2002) 研究了有机食品市场对可持续发展的潜力和制约。Giannakas K (2002) 则研究有机食品市场的信息不对称和消费决策问题, 认为认证和标签制度有助于减少有机食品市场的失灵。M. Yussefi (2003) 指出: 通过提高产品质量标准, 突破贸易壁垒并利用有机食品市场需求增长的机会从而获得企业自身的发展。

随着市场因素在产业发展中的作用越来越重要, 研究重点转移到需求驱动方面。

对有机食品消费的研究, Susan Baker, Keith E. Thompson 和 Julia Engelken (2004) 通过分析驱动有机食品选择的价值观来探求英国、德国消费者对有机食品消费行为的差异性。Mette Wier (2008) 发现有机食品的购买决策主要受“私人品质”属性的驱使, 如新鲜度、口味和健康, 在有机食品的重度用户中, 成熟的有机食品市场容易引起消费者的不满。Anonymous (2009) 对全球有机市场进行了统计研究, 预计到 2010 年底, 全球有机食品市场将达到 702 亿美元, 欧洲在全球有机食品销售中的份额最大, 其次是北美。Anonymous. Farming (2010) 对美国有机食品市场进行了统计研究, 美国有机食品行业是发展最快的行业之一。2005—2007 年, 北美有机食品市场的复合年增长率约为 21%。它正面临有机产品供应短缺, 并通过进口填补这一空白。西班牙、新加坡和印度等新兴市场得到政府的支持, 以促进有机农业的发展。亚太地区有机食品市场 2008—2010 年的复合年增长率约为 18%。Raffaele Zanolli (2011) 运用情景分析针对欧洲有机食品市场的未来发展情况做了定性研究, 并对有机食品市场上企业或部门的主要决定因素进行系统分析。Almir Petek (2018) 细分了有机食品市场的潜在购买者: 热情的社会寻求者, 热情的道德家, 敌意很少的购物者和敌对的重度购物者。

3. 对产业发展与提升竞争力方面的研究

从竞争战略、技术与政策对产业发展与竞争力提升角度进行的研究, 主要包括产业进入方式选择和产业发展推动因素等内容。Agrarwal 和 Ra-

maswami (1998) 认为产业进入方式的选择要基于不同市场条件和不同产品进行选择。Ariadna Julieta Rodriguez - Diaz (2000) 运用德尔菲预测技术设计墨西哥食品产业的竞争优势与策略。此外, 美国、欧盟和日本通过确立有机食品市场进入标准 (Sheryl R. Lee, 2001), 对有机食品产业贸易起到了推动作用。Malin Branback, Patricia Wiklund (2001) 指出技术和市场是食品产业变迁的重要驱动力, 生物技术和新知识的创造能力成为产业发展重要依托。Luanne Lohr (2003) 通过分析有机食品生产效率的影响因素, 指出信息、教育和科技服务的支持政策对美国有机食品发展和市场竞争力提高有推动作用。Amber Waves (2006) 从产业政策创新、组织创新和技术创新角度研究欧盟和美国有机食品产业, 指出宏观管理与产业政策导向对产业发展起重要作用。Carriquiry, Miguel (2007) 则指出要以政策创新、技术创新, 以及组织与管理创新等为基点推动欧盟和美国有机食品产业发展, 认为产业发展初期以产业政策为导向以快速增加供给, 随后则是以市场为导向, 促进供求协调发展。

Lee Branstetter, Ray Fisman (2010) 探究了知识产权改革对产业发展的影响, 并对影响程度进行了模糊预测。Ma Carmen Ruiz Puente (2014) 评估了土地面积对产业发展的作用, 探求了产业发展的所有阶段土地和资源的作用。Ayad Ayid Wali (2014) 从地理上给出产业发展更广泛和更全面的概念, 要衡量空间、地理因素在产业发展中的作用, 要在空间上完成产业发展, 需要制定适合本地区发展水平和可用工业投资的适宜发展战略, 特别是在财力不足的欠发达地区。Eva Bellakova (2014) 分析了城市规划与建筑发展条件在产业发展中起到的作用。Hartmut Hirsch - Kreinsen (2016) 分析了产业数字化的发展道路和前景, 并以德国为例子, 探究了数字化在产业演进中的作用。

2.1.2 关于产业发展的国外相关研究

1. 对产业发展演化的理论研究

Alfred Marshall 从进化角度考察和分析产业发展, 认为产业结构的形成和发展是一个渐进过程。G. J. Stigler (1951) 提出了产业生命周期假说, 认为市场范围制约了产业生命周期各阶段的分工和专业化的发展。

Malerba (2007) 基于需求视角, 分析了如何利用消费者需求促进技术进步以及产业发展, 认为新技术进入市场的重要条件是存在消费者需求未得到满足的利基市场, 并可以利用该市场实现主导技术的更替进而促进产业演

化。Cooke P (2011) 研究了产业发展演化中互联网与网络文化的作用, 认为积极创新文化政策对于摆脱产业发展僵局, 发展新兴产业具有重要意义。Forbes (2011) 在研究新兴产业时提到, 在确定战略性新兴产业的初期, 要选择增长潜力大、科技含量高、综合能耗少和社会效益好等天然优势的产业。Bogliacino (2013) 等在供给视角下, 结合技术创新、研发投入与企业利润因素, 构建了产业演化模型, 并基于欧洲 8 个国家制造业及服务业数据, 对技术创新、研发投入与企业利润间的互动关系进行检验, 进而揭示了技术创新与产业演化的交互规律。Jeon (2016) 等指出: 消费者需求促使企业通过学习知识和改变工艺进行技术创新, 从而实现了生物制药产业的快速发展。由此可以看出, 技术创新与市场需求的相互作用是产业演化的重要原因。

2. 对发展中国家产业发展的研究

这方面的研究侧重于用传统的“飞雁”模型和国家创新系统解释产业发展, 侧重于考察国内公司与跨国公司 (MNCs) 之间的交互作用 (Ghemawat, 2001; Prahalad, Hammond, 2002)、政府作用 (Haley, Low, 1998; Mathews, Cho, 1999) 以及包括了技术转移、技术学习和创新在内的技术发展 (Guerin, 2001; Berardes, Albuquerque, 2003; Lin, 2003; Mahmood, Singh, 2003), 指出跨国公司与政府起到为产业系统的发展提供资源和环境的作用。

Benkard (2004) 认为: 在整个产业演化的过程中, “干中学”的经验效应可逐步提高企业的生产率, 进而影响整个产业的演化。Baks A. K. (2011) 分析了发展中国家企业的技术研发与投入对于经济发展及产业结构调整的重要作用, 指出技术创新供给对经济变迁与产业演化具有驱动效应。Wahab (2011) 等认为: 对新技术研发与投入实行补贴及差别化税率的税收制度有利于产业结构升级, 对产业演化具有积极作用。

系统动力学方法能够使研究者为解释系统行为而描述系统结构 (Forrester, 1961; Coyle, 1996), 已被广泛应用于产业发展 (Ford, 1997; Corben, 1999; Pardue, 1999; Dangerfield, Roberts, 2000; Liehr, 2001; Berends, Romme, 2001; Oliva, Sterman, 2001)。Miller (1978) 得出发展中国家的政府在产业发展中起实质性作用, 但某些成功产业并未从政府获得更多帮助, 尤其是面向国际市场的产业, 其发展更多依赖于国内公司与跨国公司成功的交互作用的研究结论。Almudi (2013) 构建了产业演化模型, 研究技术创新与市场需求的交互关系对产业市场集中度的影响。

2.2 绿色食品产业国内相关研究概况

随着绿色食品产业在国民经济中的作用和影响逐渐增强，学术界开始将其当作一个单独的产业现象进行研究。国内学者从技术、市场、政策等方面对绿色食品产业发展问题展开研究，分析绿色食品产业发展存在的问题、影响因素，并提出政策建议。

2.2.1 国内绿色食品产业的相关研究

国内相关研究成果主要集中于对绿色食品产业发展的影响因素、产业集群和竞争力、产业结构优化等研究，偏重于产业发展对策和政策研究。具体内容如下：

1. 对绿色食品产业发展的地位作用、影响因素进行的研究

李国富（2004）对绿色食品产业发展进行一般性对策研究。罗峦、曹炜（2006）基于“钻石”模型剖析了影响我国绿色食品产业发展的主导因素，并提出通过发展绿色食品特色产业群等措施推动产业发展的思路。刘兴旺（2007）从有机认证制度层面分析了东北地区有机食品产业发展的条件。银红娟（2008）结合波特的“钻石体系”理论分析影响有机食品生产供给的影响因素对我国有机食品产业竞争力进行实证分析。高群、潘扬彬（2008）通过分析绿色食品产业发展的竞争优势因素，指出绿色食品产业集群演化的制度变迁路径。王运浩（2009）对中国绿色食品发展的现状、对农业的推动作用、面临的机遇挑战以及战略举措等进行分析。何锦峰、刘俊（2009）认为：我国绿色食品产业抗风险能力低下，还未形成完善的风险防御机制。绿色食品经济效益受市场环境影响大，由于绿色食品产业往往涉及公司、农户、投资方等众多参与者，要保证各参与方共同抵御市场风险，避免某一或某些参与方利益受到较大损害而丧失积极性，进而影响绿色食品产业的发展。《“十二五”国家战略性新兴产业发展规划》（2010）等文件中明确提出将战略性新兴产业发展成为主导产业和支柱产业的目标。发展战略性新兴产业对中国经济发展、产业结构调整以及实现国家创新驱动战略的重大意义。

韩杨（2010）在划分了我国绿色食品产业发展阶段的基础上，认为我国绿色食品产业存在诸多问题，如市场集中度仍然偏低，企业对绿色食品的续报率下降；资源配置和绿色食品产业布局不合理；大中城市消费者对绿色食品的认知程度较高，农村消费者对绿色食品的认知程度较低；驰名商标少，

品牌杂乱无序,良莠不齐;绿色食品综合效益日益明显,但有机食品(AA级绿色食品)比重小;政策引导不够深入,市场发展不够规范,法律、自然环境急需改善等。

宋国宇、尚旭东、李立辉(2013)等人分析了我国绿色产品发展中的“结构”性制约因素,认为产业发展呈现明显的“粗放”特征,具体表现:产品结构与地区结构矛盾突出;企业规模结构不合理,产业组织优势发挥不充分;产业化支持体系发展滞后,产业社会化服务水平低等方面。

张志华(2015)总结了我国绿色食品发展现状,认为我国绿色食品产业发展已具有一定规模、质量不断提高、效益日益显现、制度体系基本完善,但是产业总规模不大,难以满足城乡居民对安全优质农产品的需求,产业结构还不合理,产业发展水平有待提高,专业市场体系建设滞后,优质优价的市场机制未完全形成,少数企业标准化生产不能真正落实到位,产业发展质量有待巩固提高。

2. 对绿色食品产业发展模式与发展战略进行的研究

对绿色食品产业发展模式和产业集群发展进行研究,叶兴庆(2002)认为:绿色食品产业发展必须创新产业发展模式和提高绿色食品核心竞争力。尚杰(2003)分析了绿色食品与农业可持续发展的内在关联以及绿色食品如何市场化和产业化等问题。王建平(2004)对绿色食品产业发展模式从运行机制、基本制度和组织体系三方面进行分析,提出差异化、一体化等发展战略。对绿色食品产业发展战略的研究,李显军(2005)从产业化发展角度指出绿色食品产业化经营的框架结构。靳明(2006)从本土化到国际化的绿色农产品发展战略切入,指出母国市场规模扩大和市场竞争结构复杂对企业获取竞争优势十分重要并能激发企业创新。宋德军(2008)通过实证分析提出绿色食品产业发展的国际化战略。

王运浩(2011)提出:绿色食品产业应该推行以“品牌标志为纽带、龙头企业为主体、基地建设为依托、农户参与为基础”的产业化发展模式;品牌是绿色食品的核心竞争力,基地是绿色食品品牌的载体,企业是发展绿色食品认证的主体,农户是推进绿色食品标准化生产的基础。

黄漫宇(2014)认为:绿色食品产业发展战略要根据其产业发展水平而有所侧重,在绿色食品产业比较发达的地区应重点促进绿色食品的市场需求、培养绿色食品的龙头企业、提高绿色食品产业的组织化程度,政府主要是引导,市场机制发挥主导作用。在发展程度一般或者偏低的地区,政府要适度扶植和干预,此时政策与体制对具有“突变性”和“放大”效应,是绿

色食品产业发展的重要支撑。

张志华、余汉新（2015）等人认为，绿色产业的发展战略应当着眼于四部分：加快推进以优化产业结构为重点的产品开发战略，加快推进以精品形象为核心的品牌战略，加快推进以促进优质优价市场机制形成为目的的市场营销战略，加快推进以提升我国农产品竞争力为目标的国际化发展战略。

张志峰（2016）运用结构模型解析法，通过建立邻接矩阵，求解可达矩阵最后得到了多级递阶结构图，分析了影响绿色食品产业发展的各个因素的影响力度，发现产业组织结构与相关和支持性产业的发展两个因素是系统的第三级影响因素，技术创新和产品质量监管是系统的第二级影响因素，绿色食品品牌管理和营销两个因素是系统的第一级影响因素。对应的产业发展战略应当从第一级因素到第三级因素，从表面到根本，环环相扣层层配合。

3. 对绿色食品产业集群与竞争优势进行的研究

宋魁（2006）运用比较优势和竞争优势理论提出绿色食品产业优势在于价格、市场、品牌和政策导向等。王德章、赵大伟等（2006）基于“钻石模型”构建了一个绿色食品产业竞争优势综合评价模型并对集群竞争优势进行分析，通过实证分析指出黑龙江省绿色食品产业体现为强竞争优势；通过分析集群竞争优势影响因素和改进劣势因素，最终促进产业集群竞争优势发挥的建议。王德章（2007）认为：绿色食品企业集聚和区域市场集中能够推动市场结构优化，指出要发展重点区域、重点企业和重点产品，从而培育竞争优势和市场优势。对绿色食品产业竞争优势的研究大都以“钻石理论”为基础构建模型或指标体系进行分析。赵大伟（2008）分析了制度结构与供给对绿色食品产业集群发展的影响。银红娟（2008）则运用层次分析法分析和评价我国有机食品产业竞争力的影响因素并提出对策建议。王德章（2011）还认为：在绿色食品产业的不同发展阶段，资源禀赋、市场需求、战略和政策等因素对地区产业竞争优势的影响不同。

周云峰（2010）分析了绿色食品产业集群的形成路径，绿色食品产业推行“以品牌为纽带、龙头企业为主体、基地建设为依托、农户参与为基础”的一体化组织模式，按照市场牵龙头、龙头带基地、基地联农户的形式，优化组合生产要素，形成种养加、产供销、贸工农、经科教一体化生产经营体系。

宋国宇（2011）认为：产业组织层面的集群与竞争协作以及相关产业支持是产业发展的外在助推器。我国绿色食品产业的发展在取决于内部体系