

# 2011-2015年有机食品行业 市场全景调研及投资评估深度研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2011-2015年有机食品行业市场全景调研及投资评估深度研究报告》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.cction.com/report/201109/74407.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

### &rarr;内容简介

有机食品是指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，并通过独立的有机食品认证机构认证的一切农副产品、包括粮食、蔬菜、水果、奶制品、畜禽产品、蜂蜜、水产品、调料等。

中国绿色食品年生产总量已超过 1 亿吨。绿色食品品牌正在引领中国农业的品牌化，带动农业的标准化，以提升农产品的质量安全水平。为进一步提升绿色食品品牌的公信力和竞争力，相关部门将坚持“宁缺勿滥”的原则，不降低质量标准，不降低准入门槛，始终保持标准的先进性、认证的规范性和监管的严肃性。截至2010年10月底，全国绿色食品企业总数已达到6418家，产品总数超过1.68万个。现已开发的绿色食品，包括农林及加工产品、畜禽类产品、水产类产品、饮料类产品等四大类57个小类，年生产总量已超过1亿吨。2010年的产品质量抽检合格率继续保持在98%以上。目前全国已创建绿色食品原料标准化生产基地433家，基地面积达到1.03亿亩，每年直接增加农民收入6.5亿元以上。获得绿色食品认证的国家级农业产业化龙头企业达到400家，省级龙头企业超过1000家。包括农田、果园、茶园在内的绿色食品产地环境监测面积达到了2.5亿亩。随着国际市场对有机食品需求量加大、消费者对环境保护和食品质量安全意识提高，我国有机食品有巨大的发展空间和市场潜力。到2013年，全球有机食品市场规模达到817亿美元。全球有机食品正以20~30%的速度增长，其中发达国家近六成的缺口从发展中国家进口。我国的有机食品出口额一直呈逐年增加的态势。总体来看，目前国内的市场扩大落后于有机食品生产能力的增加。但是，目前我国有机农业发展速度非常快，每年约增长20%，是世界食品行业中最活跃的领域之一。我国目前生产有机食品的企业有2000多家，国内的有机食品销售额763亿元人民币，出口5亿多美元，发展潜力还很大。预计在“十二五”期间所占的比例将会提升到20~30%。因此，有机食品未来的发展空间不容小觑。

近年来，我国有机食品产业保持了较快的发展态势，已具备了一定的发展基础，品牌影响力不断扩大。实践证明，有机食品的发展不仅提高了农产品质量安全水平，而且保护了农业生态环境、推动了农业可持续发展，促进了企业增效和农民增收。今后将坚持有机食品发展的基本理念，充分发挥农业系统的资源优势，不断加大有机食品产业的扶持力度，推动我国有机食品产业持续健康发展。“十二五”我国绿色食品和有机食品发展要提升产业发展规模和质量、提升品牌的公信力和竞争力、提升在“三农”工作中的地位和作用，力争“十二五”末，绿色食品企业总数达到7500家，产品20000个，产地监测面积3亿亩，有机农产品企业2000家，产品总数11000个，原料标准化基地680个，有机农业

示范基地100个，产品质量抽检合格率保持在98%以上。

本研究报告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、中国消费者协会、中国食品工业协会、各省市有机食品协会、中国经济景气监测中心、全国商业信息中心、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，立足于全球有机食品市场，从中国有机食品业发展情况、中国有机食品市场发展情况、中国有机食品区域市场现状、中国有机食品细分市场现状、有机食品关联行业市场发展情况以及有机食品优势企业发展情况进行研究，同时对有机食品业未来发展趋势、发展策略、有机食品营销和投资等多方面深入剖析，全面展现有机食品行业状况，揭示有机食品业市场潜在需求与潜在机会。本报告是有机食品企业、经营有机食品的相关企业和单位以及计划投资于有机食品业的企业和投资者等准确了解目前中国有机食品市场发展动态，把握有机食品行业消费现状与趋势，制定市场策略的必备的重要决策参考资料。

&rarr;报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 有机食品产业相关概述 1

第一节 有机食品的介绍 1

一、有机认证标志有机食品的定义 1

二、有机食品与绿色食品 2

三、有机食品主要品种 2

四、有机食品判断标准 2

第二节 有机食品的认证探讨 3

一、有机食品的认证的申请 3

二、有机食品保持认证程序 6

三、有机食品认证的相关组织机构 8

第三节 有机食品和普通食品的对比分析 8

一、有机食品和普通食品的价格比较 8

二、有机食品“不是”绝对无污染的食品 8

三、有机农业和常规农业的比较 9

四、有机食品与其他食品的区别 9

五、有机产品的确更有益健康 10

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 六、选择有机食品竞争优势                 | 10 |
| 七、有机食品营养价值情况                 | 12 |
| 第二章 2010-2011年世界有机食品行业发展状况分析 | 15 |
| 第一节 世界有机农业的产生和发展             | 15 |
| 一、世界有机农业产生阶段                 | 15 |
| 二、世界有机农业扩展阶段                 | 16 |
| 三、世界有机农业增长阶段                 | 17 |
| 第二节 2010-2011年世界有机食品行业发展概况   | 18 |
| 一、国外有机食品发展背景与过程              | 18 |
| 二、国外有机食品的生产情况                | 18 |
| 三、全球有机农产品贸易分析                | 19 |
| 四、全球有机农产品认证与标准和法规建设          | 21 |
| 第三节 世界有机农业发展动态与问题            | 23 |
| 一、世界主要国家和地区有机食品市场现状          | 23 |
| 二、有机食品贸易发展趋势                 | 25 |
| 三、有机食品贸易发展前景                 | 26 |
| 四、有机食品国际市场分析                 | 27 |
| 第三章 2010-2011年世界有机食品主要国家运行分析 | 29 |
| 第一节 2010-2011年德国有机食品行业分析     | 29 |
| 一、德国农业发展概况分析                 | 29 |
| 二、德国有机食品行业的发展现状分析            | 30 |
| 三、德国有机食品行业的发展启示              | 31 |
| 第二节 2010-2011年美国有机食品行业分析     | 33 |
| 一、美国有机食品市场发展分析               | 33 |
| 二、美国有机食品市场组织和配送              | 37 |
| 三、未来美国有机食品市场前景展望             | 40 |
| 第三节 2010-2011年英国有机食品行业分析     | 42 |
| 一、英国有机食品市场发展分析               | 42 |
| 二、2010年英国有机食品营养探索分析          | 43 |
| 三、英国有机食品未来发展分析               | 45 |
| 第四节 2010-2011年其他国家有机食品行业分析   | 47 |
| 一、澳大利亚有机食品政策标准分析             | 47 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 二、意大利有机食品市场分析                  | 47  |
| 三、丹麦有机食品市场分析                   | 47  |
| 四、日本有机食品市场分析                   | 48  |
| 第四章 2010-2011年中国有机食品产业运行环境分析   | 53  |
| 第一节 2010-2011年中国有机食品产业政策分析     | 53  |
| 一、《农产品质量“十二五”发展规划》分析           | 53  |
| 二、“十二五”期间我国将大力促进有机食品产业发展分析     | 54  |
| 三、《有机产品认证管理办法》分析               | 57  |
| 第二节 2011-2015年我国有机食品行业经济发展环境分析 | 62  |
| 一、2011-2015年全球经济发展趋势预测         | 62  |
| 二、“十二五”我国经济发展趋势及2011年经济走势      | 65  |
| 三、“十二五”时期我国农业面临的形势和政策分析        | 73  |
| 第五章 2010-2011年中国有机食品行业运行形势分析   | 79  |
| 第一节 中国有机食品产业发展现状               | 79  |
| 一、中国有机食品的兴起和发展                 | 79  |
| 二、我国有机产品的市场与贸易                 | 84  |
| 三、我国有机产品研发分析                   | 88  |
| 四、我国有机产品未来展望                   | 90  |
| 第二节 2010-2011年中国有机食品市场状况分析     | 91  |
| 一、中国有机食品优势                     | 91  |
| 二、有机食品价值分析                     | 92  |
| 三、食品安全对于有机食品的机遇                | 93  |
| 第三节 2010-2011年中国有机食品行业存在的问题与挑战 | 96  |
| 一、中国有机食品发展存在的问题                | 96  |
| 二、有机食品认证面临五大问题                 | 98  |
| 三、我国有机食品发展对策分析                 | 100 |
| 四、中国有机食品存在问题及原因                | 101 |
| 第四节 中国有机食品企业发展问题分析             | 107 |
| 一、企业认证问题                       | 107 |
| 二、企业发展问题                       | 109 |
| 三、企业市场销售问题                     | 110 |
| 四、企业产业链发展脱节问题                  | 110 |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 五、企业缺少系统运营模式            | 110 |
| 六、企业信誉问题                | 111 |
| 第六章 中国有机食品行业市场营销分析      | 113 |
| 第一节 中国有机食品市场渠道现状        | 113 |
| 一、KA卖场                  | 113 |
| 二、有机零售店                 | 113 |
| 三、传统高档食品超市              | 114 |
| 四、网上销售及目录销售             | 114 |
| 五、餐饮服务                  | 114 |
| 第二节 国内外有机食品生产流通现状对比分析   | 114 |
| 一、欧洲有机食品市场生产流通现状        | 115 |
| 二、美国有机食品市场生产流通现状        | 116 |
| 三、日本有机食品市场生产流通现状        | 117 |
| 四、中国有机食品市场生产流通现状        | 117 |
| 第三节 有机食品营销策略分析          | 118 |
| 一、消费者定位策略               | 119 |
| 二、营销产品定位策略              | 119 |
| 三、营销形象策略                | 120 |
| 四、市场推广策略                | 120 |
| 五、产品多样化策略               | 121 |
| 六、营销价格策略                | 121 |
| 七、营销渠道策略                | 122 |
| 第七章 2011年我国食品行业发展分析     | 123 |
| 第一节 2011年我国主要食品产量情况     | 123 |
| 一、2011年我国主要粮食产品产量情况     | 123 |
| 二、2011年我国食用植物油经济运行情况    | 124 |
| 第二节 2011年我国食品市场运行分析     | 128 |
| 一、2011年上半年食品工业运行走势      | 128 |
| 二、2011年上半年国内粮食市场价格分析    | 132 |
| 三、2009-2011年我国植物油出口情况分析 | 133 |
| 第三节 “十二五”发展粮食生产的基本思考    | 140 |
| 一、我国粮食发展分析              | 140 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 二、 “十二五”时期发展粮食生产的基本思路          | 142 |
| 三、 “十二五”我国粮食工程规划分析             | 143 |
| 四、 我国粮食生产扶持政策                  | 145 |
| 第二部分 细分市场发展分析                  |     |
| 第八章 2010-2011年中国有机蔬菜分析         | 147 |
| 第一节 2010-2011年国际有机蔬菜行业发展状况分析   | 147 |
| 一、 有机蔬菜主产国和地区                  | 147 |
| 二、 有机蔬菜市场分析                    | 148 |
| 三、 国际有机农业法规与政策                 | 150 |
| 第二节 中国有机蔬菜国际市场空间分析及预测          | 151 |
| 一、 中国有机蔬菜对欧盟市场的出口潜力            | 151 |
| 二、 中国有机蔬菜对北美市场的出口潜力            | 152 |
| 三、 中国有机蔬菜对日本市场的出口潜力            | 152 |
| 第三节 2010-2011年中国有机蔬菜发展状况分析     | 153 |
| 一、 我国有机蔬菜产业发展现状                | 153 |
| 二、 我国有机蔬菜出口情况                  | 154 |
| 三、 我国有机蔬菜产业发展建议                | 161 |
| 第四节 2010-2011年山东省有机蔬菜发展状况分析    | 163 |
| 一、 山东蔬菜产业现状                    | 163 |
| 二、 绿色与有机蔬菜发展现状                 | 164 |
| 三、 绿色和有机蔬菜发展趋势                 | 165 |
| 第五节 2010-2011年中国其他地区有机蔬菜发展状况分析 | 167 |
| 一、 上海有机蔬菜发展分析                  | 167 |
| 二、 吐鲁番有机蔬菜发展分析                 | 172 |
| 三、 天津有机蔬菜市场分析                  | 173 |
| 第九章 2010-2011年中国有机茶分析          | 175 |
| 第一节 有机茶产生的背景及其生产理念             | 175 |
| 一、 有机茶和有机农业                    | 175 |
| 二、 有机茶产生的背景                    | 176 |
| 三、 有机茶生产的基本理念                  | 176 |
| 四、 有机茶产业的构成                    | 177 |
| 第二节 2009-2011年我国茶叶出口情况分析       | 178 |

- 一、我国茶叶出口概述 178
- 二、最近两年来茶叶各月出口走势 179
- 三、茶叶出口分大洲情况图示 180
- 四、茶叶分国家（地区）出口情况 181
- 五、茶叶分贸易方式出口情况 182
- 六、茶叶分地区出口情况 183
- 七、茶叶分企业性质出口情况 184
- 八、茶叶分品种出口情况 185
- 九、最近两年来各月茶叶分品种出口走势 186
- 第三节 2010-2011年中国有机茶行业发展分析 188
  - 一、我国有机茶发展现状 189
  - 二、有机茶国内市场开发策略 190
  - 三、我国有机茶发展展望 194
- 第四节 2010-2011年部分地区有机茶发展状况分析 195
  - 一、江西新干有机茶发展分析 195
  - 二、广西柳州有机茶发展分析 196
  - 三、湖南天门有机茶发展分析 196
  - 四、湖北谷城有机茶发展分析 197
  - 五、厦门有机茶市场价格分析 198
- 第五节 2010-2011年中国有机茶发展中存在的问题及发展策略 199
  - 一、我国有机茶产业经济指标分析 199
  - 二、我国有机茶存在的问题 203
  - 三、我国有机茶开发的前景分析 204
- 第十章 2010-2011年中国其他有机食品分析 207
  - 第一节 有机水果 207
    - 一、我国有机水果的生产现状及前景 207
    - 二、欧洲有机水果生产概况 210
    - 三、2010-2011年中国有机水果发展分析 213
    - 四、2009-2011年我国柑桔属水果出口分析 217
    - 五、2009-2011年我国苹果出口情况分析 224
  - 第二节 有机大米 232
    - 一、我国有机稻米生产发展的基本现状 233

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| 二、我国有机稻米的生产发展特点回顾                  | 235 |
| 三、我国有机稻米生产发展的难点                    | 238 |
| 四、2009-2011年我国大米出口情况分析             | 239 |
| 第三节 有机奶制品                          | 247 |
| 一、有机认证与有机奶                         | 248 |
| 二、当前我国发展有机奶认证的意义                   | 249 |
| 三、我国鲜奶及奶制品有机认证条件分析                 | 250 |
| 四、对我国有机奶发展的几点建议                    | 252 |
| 五、2010-2011年我国有机奶制品行业经济指标分析        | 254 |
| 第四节 有机水产品                          | 258 |
| 一、有机水产养殖的市场及特征                     | 258 |
| 二、全球的有机水产品生产及存在问题                  | 259 |
| 三、中国有机水产品发展概况                      | 261 |
| 四、东营市水产品质量安全现状及对策                  | 264 |
| 五、浙江临海有机水产品品牌分析                    | 268 |
| 六、我国水产养殖领域质量安全认证现状及对策建议            | 269 |
| 第三部分 行业竞争分析                        |     |
| 第十一章 2010-2011年中国有机食品产业市场竞争格局分析    | 275 |
| 第一节 中国有机食品发展的竞争优势分析                | 275 |
| 一、市场优势                             | 275 |
| 二、资源优势                             | 276 |
| 三、地区优势                             | 276 |
| 第二节 我国发展有机食品国际市场竞争                 | 277 |
| 一、我国发展有机食品国际市场竞争优势                 | 277 |
| 二、我国有机食品国际市场竞争策略                   | 278 |
| 第三节 2010-2011年中国绿色食品企业的国际市场营销策略分析  | 279 |
| 一、我国有机食品发展目标分析                     | 279 |
| 二、我国茶叶出口竞争分析                       | 281 |
| 三、我国茶叶出口发展战略                       | 282 |
| 第十二章 2010-2011年中国有机食品重点企业竞争性财务数据分析 | 287 |
| 第一节 陕西天人有机食品股份有限公司                 | 287 |
| 一、公司简介                             | 287 |

- 二、公司发展历史 288
- 三、公司资质及所获荣誉 292
- 四、公司竞争力分析 293
- 第二节 泰安泰山亚细亚食品有限公司 293
  - 一、公司简介 293
  - 二、公司发展历史 294
  - 三、公司竞争力分析 295
- 第三节 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司 296
  - 一、公司简介 296
  - 二、公司产品简介 297
  - 三、公司竞争力分析 298
- 第四节 内蒙古北大荒有机食品有限公司 299
  - 一、公司简介 299
  - 二、公司竞争力分析 299
- 第五节 福建省闽中有机食品有限公司 300
  - 一、公司简介 300
  - 二、公司竞争力分析 301
  - 三、公司发展战略研究 302
- 第六节 泰安绿龙有机食品有限公司 303
  - 一、公司简介 303
  - 二、公司竞争力分析 304
- 第七节 辽宁绿色芳山有机食品有限公司 305
  - 一、公司简介 305
  - 二、公司竞争力分析 305
- 第八节 内蒙古北大荒有机食品有限公司 306
  - 一、公司简介 306
  - 二、公司竞争力分析 307
- 第九节 荷商飞牛有机食品（大连）有限公司 308
  - 一、公司简介 308
  - 二、公司产品介绍 308
  - 三、公司竞争力分析 308
- 第十节 湖北天人生态农业有限公司 309

- 一、公司简介 309
- 二、公司竞争力分析 309
- 三、未来发展战略 310
- 第四部分 行业趋势与投资分析
- 第十三章 2011-2015年中国有机食品发展前景与趋势分析 313
  - 第一节 国内外有机食品发展前景分析 313
    - 一、世界有机食品市场前景分析 313
    - 二、我国有机食品店的经营前景分析 315
    - 三、我国有机食品在国际市场发展空间 318
  - 第二节 我国有机食品发展趋势分析 320
    - 一、2011年中国有机食品发展态势分析 320
    - 二、我国绿色食品产业发展趋势 321
  - 第三节 我国有机食品发展预测分析 323
    - 一、未来15年中国有机食品市场分析及前景预测 323
    - 二、2011年中国的有机食品市场预测 325
    - 三、未来我国有机食品产业发展预测 326
- 第十四章 2011-2015年中国有机食品产业投资机会与风险分析 329
  - 第一节 有机食品投资市场机会及策略分析 329
    - 一、中国绿色食品产业发展机遇分析 329
    - 二、中国绿色食品产业发展战略 330
  - 第二节 有机食品企业战略规划不确定性风险分析 331
    - 一、客观事件的不确定性风险 332
    - 二、市场的不确定性风险 332
    - 三、行业发展的不确定性风险 333
    - 四、技术发展的不确定性风险 333
    - 五、战略规划者的主观不确定性风险 334
    - 六、执行过程的不确定性风险 334
    - 七、工具方法的局限性风险 335
    - 八、战略规划系统的不确定性风险 335
  - 第三节 未来中国有机食品投资分析 336
    - 一、投资机会分析 336
    - 二、投资重点分析 338

## 图表目录

- 图表：美国消费者消费有机食品的种类 34
- 图表：有机食品零售的额外价格（高出常规食品的比例） 38
- 图表：我国获得有机认证的产品情况 83
- 图表：中国与国外有机食品市场状况对比分析 101
- 图表：广州普通、有机部分蔬菜市场价格对比 104
- 图表：2010-2011年我国小麦粉产量分析 123
- 图表：2010-2011年我国大米产量分析 123
- 图表：2010-2011年我国精制食用植物油产量分析 124
- 图表：2010-2011年我国食用植物油加工基本经济 124
- 图表：2010-2011年我国食用植物油加工成长能力 125
- 图表：2010-2011年我国食用植物油加工偿债能力 125
- 图表：2010-2011年我国食用植物油加工盈利能力 125
- 图表：2010-2011年我国食用植物油加工运营能力 126
- 图表：2010-2011年我国食用植物油加工登记注册类型 126
- 图表：2010-2011年我国食用植物油加工大、中、小型 127
- 图表：2010-2011年我国食用植物油加工控股类型 127
- 图表：2010-2011年我国食用植物油加工利润总额 127
- 图表：2010-2011年我国食用植物油加工主营业务收入 127
- 图表：2010-2011年我国食用植物油加工总资产 128
- 图表：2010-2011年我国食品制造业基本经济 128
- 图表：2010-2011年我国食品制造业成长能力 128
- 图表：2010-2011年我国食品制造业偿债能力 129
- 图表：2010-2011年我国食品制造业盈利能力 129
- 图表：2010-2011年我国食品制造业运营能力 129
- 图表：2010-2011年我国食品制造业登记注册类型 129
- 图表：2010-2011年我国食品制造业大、中、小型 130
- 图表：2010-2011年我国食品制造业控股类型 131
- 图表：2010-2011年我国食品制造业利润总额 131
- 图表：2010-2011年我国食品制造业主营业务收入 131
- 图表：2010-2011年我国食品制造业总资产 131
- 图表：2009年5月-2011年4月各月出口金额 134

图表：2009年5月-2011年4月各月出口数量 135

图表：2011年1-4月分洲出口金额 135

图表：2011年1-4月分洲出口数量 136

图表：2011年4月分国家（地区）出口情况（当月） 136

图表：2011年1-4月分国家（地区）出口情况（累计） 137

图表：2011年4月分贸易方式出口情况（当月） 137

图表：2011年1-4月分贸易方式出口情况（累计） 138

图表：2011年4月分地区出口情况（当月） 138

图表：2011年1-4月分地区出口情况（累计） 139

图表：2011年4月分企业性质出口情况（当月） 139

图表：2011年1-4月分企业性质出口情况（累计） 140

图表：中国蔬菜产量与国际比较 155

图表：1999～2005年我国蔬菜出口量及出口金额变化趋势 157

图表：2009年5月-2011年4月各月出口金额 179

图表：2009年5月-2011年4月各月出口数量 180

图表：2011年1-4月分洲出口金额 180

图表：2011年1-4月各月出口数量 181

图表：2011年4月分国家（地区）出口情况（当月） 181

图表：2011年1-4月分国家（地区）出口情况（累计） 182

图表：2011年4月分贸易方式出口情况（当月） 182

图表：2011年1-4月分贸易方式出口情况（累计） 183

图表：2011年4月分地区出口情况（当月） 183

图表：2011年1-4月分地区出口情况（累计） 184

图表：2011年4月分企业性质出口情况（当月） 184

图表：2011年1-4月分企业性质出口情况（累计） 185

图表：2011年4月分品种出口情况（当月） 185

图表：2011年1-4月分品种出口情况（累计） 185

图表：2009年5月-2011年4月各月红茶出口数量、金额走势 186

图表：2009年5月-2011年4月各月红茶出口平均单价走势 186

图表：2009年5月-2011年4月各月绿茶出口数量、金额走势 187

图表：2009年-5月-2011年4月各月绿茶出口平均单价走势 187

图表：2009年5月-2011年4月各月特种茶出口数量、金额走势 188

图表：2009年5月-2011年4月各月特种茶出口平均单价走势 188

图表：2010-2011年我国精制茶产量分析 199

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工基本经济 199

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工成长能力 200

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工偿债能力 200

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工盈利能力 200

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工运营能力 201

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工登记注册类型 201

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工大、中、小型 202

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工控股类型 202

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工利润总额 202

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工主营业务收入 202

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工总资产 203

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工基本经济 213

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工成长能力 214

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工偿债能力 214

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工盈利能力 214

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工运营能力 215

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工登记注册类型 215

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工大、中、小型 216

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工控股类型 216

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工利润总额 216

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工主营业务收入 216

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工总资产 217

图表：2009年5月-2011年4月各月出口金额 218

图表：2009年5月-2011年4月各月出口数量 219

图表：2011年1-4月分洲出口金额 219

图表：2011年1-4月分洲出口数量 220

图表：2011年4月分国家（地区）出口情况（当月） 220

图表：2011年1-4月分国家（地区）出口情况（累计） 221

图表：2011年4月分贸易方式出口情况（当月） 221

图表：2011年1-4月分贸易方式出口情况（累计） 221

图表：2011年1-4月分地区出口情况（当月） 222

图表：2011年4月分地区出口情况（累计） 223

图表：2011年4月分企业性质出口情况（当月） 223

图表：2011年4月分企业性质出口情况（累计） 224

图表：2009年5月-2011年4月各月出口金额 226

图表：2009年5月-2011年4月各月出口数量 226

图表：2011年1-4月分洲出口金额 227

图表：2011年4月分洲出口数量 227

图表：2011年4月分国家（地区）出口情况（当月） 228

图表：2011年1-4月分国家（地区）出口情况（累计） 229

图表：2011年4月分贸易方式出口情况（当月） 229

图表：2011年1-4月分贸易方式出口情况（累计） 230

图表：2011年4月分地区出口情况（当月） 230

图表：2011年1-4月分地区出口情况（累计） 231

图表：2011年4月分企业性质出口情况（当月） 231

图表：2011年1-4月分企业性质出口情况（累计） 232

图表：2010-2011年我国大米产量分析 232

图表：2009年5月-2011年4月各月出口金额 241

图表：2009年5月-2011年4月各月出口数量 241

图表：2011年1-4月分洲出口金额 242

图表：2009年5月-2011年4月分洲出口数量 242

图表：2011年4月分国家（地区）出口情况（当月） 243

图表：2011年1-4月分国家（地区）出口情况（累计） 243

图表：2011年4月分贸易方式出口情况（当月） 244

图表：2011年1-4月分贸易方式出口情况（累计） 244

图表：2011年4月分地区出口情况（当月） 245

图表：2011年1-4月分地区出口情况（累计） 246

图表：2011年4月分企业性质出口情况（当月） 246

图表：2011年1-4月分企业性质出口情况（累计） 247

图表：2010-2011年我国液体乳产量分析 254

图表：2010-2011年我国包括有机奶制品的液体乳及乳制品制造基本经济 254

图表：2010-2011年我国包括有机奶制品的液体乳及乳制品制造成长能力 255

图表：2010-2011年我国包括有机奶制品的液体乳及乳制品制造偿债能力 255

图表：2010-2011年我国包括有机奶制品的液体乳及乳制品制造盈利能力 255

图表：2010-2011年我国包括有机奶制品的液体乳及乳制品制造运营能力 256

图表：2010-2011年我国包括有机奶制品的液体乳及乳制品制造登记注册类型 256

图表：2010-2011年我国包括有机奶制品的液体乳及乳制品制造大、中、小型 257

图表：2010-2011年我国包括有机奶制品的液体乳及乳制品制造控股类型 257

图表：2010-2011年我国包括有机奶制品的液体乳及乳制品制造利润总额 257

图表：2010-2011年我国包括有机奶制品的液体乳及乳制品制造主营业务收入 257

图表：2010-2011年我国包括有机奶制品的液体乳及乳制品制造总资产 258

图表：2010-2011年我国水产品加工基本经济分析 261

图表：2010-2011年我国水产品加工成长能力分析 261

图表：2010-2011年我国水产品加工偿债能力分析 261

图表：2010-2011年我国水产品加工盈利能力分析 262

图表：2010-2011年我国水产品加工运营能力分析 262

图表：2010-2011年我国水产品加工登记注册类型 262

图表：2010-2011年我国水产品加工大、中、小型（2010年1-11月） 263

图表：2010-2011年我国水产品加工控股类型（2010年1-11月） 263

图表：2010-2011年我国水产品加工利润总额 263

图表：2010-2011年我国水产品加工主营业务收入 263

图表：2010-2011年我国水产品加工总资产 264

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201109/74407.html>