



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国有机食品行业 市场全景调研及投资评估深度研 究报告

一、调研说明

《2011-2015年中国有机食品行业市场全景调研及投资评估深度研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/186840.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

→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。

本研究咨询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。

→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、德国农业概况 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、美国有机食品市场概述 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概况 | 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》 | 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》 | 57 |
| 第二节 2010-2011年我国五金工具行业经济发展环境 | 62 |
| 一、2010-2011年世界经济环境分析 | 62 |
| 二、2010-2011年国内经济环境分析 | 68 |
| 三、2011-2015年我国经济发展趋势分析 | 93 |
| | |
| 第五章 2010-2011年中国有机食品行业运行形势分析 | 101 |
| 第一节 中国有机食品产业发展现状 | 101 |
| 一、中国有机食品的兴起和发展 | 101 |
| 二、我国有机产品的市场与贸易 | 106 |
| 三、我国有机产品研发分析 | 110 |
| 四、我国有机产品未来展望 | 112 |
| 第二节 2010-2011年中国有机食品市场状况分析 | 113 |
| 一、中国有机食品的优势 | 113 |
| 二、有机事业的意义与价值 | 114 |
| 三、2011食品安全对于有机食品的机遇 | 115 |
| 第三节 2010-2011年中国有机食品行业存在的问题与挑战 | 118 |
| 一、中国有机食品发展存在的问题 | 118 |
| 二、有机食品认证面临五大问题 | 120 |

三、我国有机食品发展的对策 122
四、中国有机食品存在的主要问题及原因分析 123

第四节 中国有机食品企业发展问题分析 129

- 一、企业认证问题 129
- 二、企业发展问题 131
- 三、企业市场销售问题 132
- 四、企业产业链发展脱节问题 132
- 五、企业缺少系统运营模式 132
- 六、企业信誉问题 133

第六章 中国有机食品行业市场营销分析 135

第一节 中国有机食品市场渠道现状及特征 135

- 一、KA卖场 135
- 二、有机零售店 135
- 三、传统高档食品超市 136
- 四、网上销售及目录销售 136
- 五、餐饮服务 136

第二节 国内外有机食品生产流通现状的对比分析 136

- 一、欧洲有机食品市场生产流通现状 137
- 二、美国有机食品市场生产流通现状 138
- 三、日本有机食品市场生产流通现状 139
- 四、中国有机食品市场生产流通现状 139

第三节 有机食品营销策略分析 140

- 一、消费者定位策略 141
- 二、营销产品定位策略 141
- 三、营销形象策略 142
- 四、市场推广策略 142
- 五、产品多样化策略 143
- 六、营销价格策略 143
- 七、营销渠道策略 144

第七章 2011年我国食品行业发展分析 145

第一节 2011年我国主要食品产量情况 145

一、2011年我国主要粮食产品产量情况 145

二、2011年我国食用植物油经济运行情况 146

第二节 2011年我国食品市场运行分析 150

一、2011年上半年食品工业运行走势 150

二、2011年上半年国内粮食市场价格分析 154

三、2009-2011年我国植物油出口情况分析 155

第三节 "十二五"发展粮食生产的基本思考 162

一、我国粮食发展分析 162

二、"十二五"时期发展粮食生产的基本思路 164

三、"十二五"我国粮食工程规划分析 165

四、我国粮食生产扶持政策 167

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 169

第一节 2010-2011年国际有机蔬菜行业发展状况分析 169

一、有机蔬菜主产国和地区 169

二、有机蔬菜市场分析 170

三、国际有机农业法规与政策 172

第二节 中国有机蔬菜国际市场空间分析及预测 173

一、中国有机蔬菜对欧盟市场的出口潜力 173

二、中国有机蔬菜对北美市场的出口潜力 174

三、中国有机蔬菜对日本市场的出口潜力 174

第三节 2010-2011年中国有机蔬菜发展状况分析 175

一、我国有机蔬菜产业发展现状 175

二、我国有机蔬菜出口情况 176

三、我国有机蔬菜产业发展建议 183

第四节 2010-2011年山东省有机蔬菜发展状况分析 185

一、山东蔬菜产业现状 185

二、绿色与有机蔬菜发展现状 186

三、绿色和有机蔬菜发展趋势 187

第五节 2010-2011年中国其他地区有机蔬菜发展状况分析 189

- 一、上海有机蔬菜发展情况分析 189
- 二、吐鲁番有机蔬菜进入北京市场 194
- 三、天津有机蔬菜市场有待净化 195

第九章 2010-2011年中国有机茶分析 197

第一节 有机茶产生的背景及其生产理念 197

- 一、有机茶和有机农业 197
- 二、有机茶产生的背景 198
- 三、有机茶生产的基本理念 198
- 四、有机茶产业的构成 199

第二节 2009-2011年我国茶叶出口情况分析 200

- 一、我国茶叶出口概述 200
- 二、最近两年来各月出口走势 201
- 三、分大洲情况图示 202
- 四、分国家（地区）出口情况 203
- 五、分贸易方式出口情况 204
- 六、分地区出口情况 205
- 七、分企业性质出口情况 206
- 八、分品种出口情况 207
- 九、最近两年来各月分品种出口走势 208

第三节 2010-2011年中国有机茶行业发展分析 210

- 一、我国有机茶发展现状 211
- 二、有机茶国内市场开发策略 212
- 三、发展展望 216

第四节 2010-2011年部分地区有机茶发展状况分析 217

- 一、江西新干县大力发展有机茶 217
- 二、广西柳城大力发展名优茶和有机茶时间 218
- 三、湖南天门乡大力发展有机茶产业 218
- 四、湖北谷城有机茶年加工能力提升 219
- 五、厦门有机茶市场价格分析 220

第五节 2010-2011年中国有机茶发展中存在的问题及发展策略 221

- 一、我国有机茶产业经济指标分析 221

- 二、我国有机茶存在的问题 225
- 三、我国有机茶开发的前景分析 226

第十章 2010-2011年中国其他有机食品分析 229

第一节 有机水果 229

- 一、我国有机水果的生产现状及发展前景 229
- 二、欧洲有机水果生产概况 232
- 三、2010-2011年中国有机水果发展分析 235
- 四、2009-2011年我国柑桔属水果出口情况分析 239
- 五、2009-2011年我国苹果出口情况分析 246

第二节 有机大米 254

- 一、我国有机稻米生产发展的基本现状 255
- 二、我国有机稻米的生产发展特点回顾 257
- 三、我国有机稻米生产发展的难点 260
- 四、2009-2011年我国大米出口情况分析 261

第三节 有机奶制品 269

- 一、有机认证与有机奶 270
- 二、当前我国发展有机奶认证的实践意义 271
- 三、我国开展鲜奶及奶制品有机认证条件已经成熟 272
- 四、对我国有机奶发展的几点建议 274
- 五、2010-2011年我国有机奶制品行业经济指标分析 276

第四节 有机水产品 280

- 一、有机水产养殖的市场及特征 280
- 二、全球的有机水产品生产及存在问题 281
- 三、中国有机水产品发展概况 283
- 四、东营市水产品质量安全发展现状及对策研究 286
- 五、浙江临海新增7大国家有机水产品品牌 290
- 六、我国水产养殖领域质量安全认证现状及对策建议 291

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 297

第一节 中国有机食品发展的竞争优势分析 297

- 一、市场优势 297
- 二、资源优势 298
- 三、地区优势 298
- 第二节 我国发展有机食品国际市场竞争 299
 - 一、我国发展有机食品国际市场竞争优势 299
 - 二、我国有机食品国际市场竞争策略 300
- 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 301
 - 一、我国有机食品发展目标分析 301
 - 二、我国茶叶出口竞争分析 303
 - 三、我国茶叶出口发展战略 304

- 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 309
 - 第一节 陕西天人有机食品股份有限公司 309
 - 一、公司简介 309
 - 二、公司发展历史 310
 - 三、公司资质及所获荣誉 314
 - 四、公司竞争力分析 315
 - 第二节 泰安泰山亚细亚食品有限公司 315
 - 一、公司简介 315
 - 二、公司发展历史 316
 - 三、公司竞争力分析 317
 - 第三节 江西省婺源大鄣山绿色食品有限公司 318
 - 一、公司简介 318
 - 二、公司产品简介 319
 - 三、公司竞争力分析 320
 - 第四节 内蒙古北大荒有机食品有限公司 321
 - 一、公司简介 321
 - 二、公司竞争力分析 321
 - 第五节 福建省闽中有机食品有限公司 322
 - 一、公司简介 322
 - 二、公司竞争力分析 323
 - 三、公司发展战略研究 324

第六节 泰安绿龙有机食品有限公司 325

一、公司简介 325

二、公司竞争力分析 326

第七节 辽宁绿色芳山有机食品有限公司 327

一、公司简介 327

二、公司竞争力分析 327

第八节 内蒙古北大荒有机食品有限公司 328

一、公司简介 328

二、公司竞争力分析 329

第九节 荷商飞牛有机食品(大连)有限公司 330

一、公司简介 330

二、公司产品介绍 330

三、公司竞争力分析 330

第十节 湖北天人生态农业有限公司 331

一、公司简介 331

二、公司竞争力分析 331

三、未来发展战略 332

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 335

第一节 国内外有机食品发展前景分析 335

一、世界有机食品市场前景分析 335

二、我国有机食品店的经营前景分析 337

三、我国有机食品在国际市场发展空间 340

第二节 我国有机食品发展趋势分析 342

一、2011年中国有机食品发展态势分析 342

二、我国绿色食品产业发展趋势 343

第三节 我国有机食品发展预测分析 345

一、未来15年中国有机食品市场分析及前景预测 345

二、2011年中国的有机食品市场预测 347

三、未来10年我国有机食品产业发展预测 348

第十四章 2011-2015年中国有机食品产业投资机会与风险分析 351

第一节 有机食品投资市场机会及策略分析 351

一、中国绿色食品产业发展机遇分析 351

二、中国绿色食品产业发展战略 352

第二节 有机食品企业战略规划不确定性风险分析 353

一、客观事件的不确定性风险 354

二、市场的不确定性风险 354

三、行业发展的不确定性风险 355

四、技术发展的不确定性风险 355

五、战略规划者的主观不确定性风险 356

六、执行过程的不确定性风险 356

七、工具方法的局限性风险 357

八、战略规划系统的不确定性风险 357

第三节 未来中国有机食品投资分析 358

一、投资机会分析 358

二、投资重点分析 360

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：2006-2010年国内生产总值及其增长速度 69

图表：2010年居民消费价格涨跌幅度（月度同比） 69

图表：2006-2010年居民消费价格涨跌幅度 70

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度 70

图表：2010年70个大中城市房屋及新建商品住宅销售价格涨跌幅度（月度同比） 71

图表：2006-2010年城镇新增就业人数 71

图表：2006-2010年年末国家外汇储备及其增长速度 72

图表：2006-2010年财政收入及其增长速度 72

图表：2006-2010年粮食产量及其增长速度 73

图表：2010年规模以上工业增加值增长速度（月度同比） 74

图表：2006-2010年全部工业增加值及其增长速度 74

图表：2010年主要工业产品产量及其增长速度 75

图表：2010年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 76

图表：2006-2010年建筑业增加值及其增长速度 76

图表：2010年城镇固定资产投资增长速度（累计同比） 77

图表：2006-2010年全社会固定资产投资及其增长速度 77

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 77

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力 78

图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况 79

图表：2010年社会消费品零售总额增长速度（月度同比） 80

图表：2006-2010年社会消费品零售总额及其增长速度 80

图表：2010年货物进出口总额及其增长速度 81

图表：2010年主要商品出口数量、金额及其增长速度 81

图表：2010年主要商品进口数量、金额及其增长速度 82

图表：2010年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 82

图表：2006-2010年货物进出口总额 83

图表：2010年非金融领域外商直接投资及其增长速度 83

图表：2010年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 84

图表：2010年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 84

图表：2006-2010年年末电话用户数 85

图表：2010年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度 86

图表：2006-2010年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度 86

图表：2006-2010年普通搞定教育、中等职业教育及普通高中国招生人数 87

图表：2006-2010年农村居民人均纯收入及其增长速度 90

图表：2006-2010年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 90

图表：我国获得有机认证的产品情况 105

图表：中国与国外有机食品市场状况对比分析 123

图表：广州普通、有机部分蔬菜市场价格对比 126

图表：2010-2011年我国小麦粉产量分析 145

图表：2010-2011年我国大米产量分析 145

图表：2010-2011年我国精制食用植物油产量分析 146

图表：2010-2011年我国食用植物油加工基本经济 146

图表：2010-2011年我国食用植物油加工成长能力 147

图表：2010-2011年我国食用植物油加工偿债能力 147

图表：2010-2011年我国食用植物油加工盈利能力 147

图表：2010-2011年我国食用植物油加工运营能力 148

图表：2010-2011年我国食用植物油加工登记注册类型 148

图表：2010-2011年我国食用植物油加工大、中、小型 149

图表：2010-2011年我国食用植物油加工控股类型 149

图表：2010-2011年我国食用植物油加工利润总额 149

图表：2010-2011年我国食用植物油加工主营业务收入 149

图表：2010-2011年我国食用植物油加工总资产 150

图表：2010-2011年我国食品制造业基本经济 150

图表：2010-2011年我国食品制造业成长能力 150

图表：2010-2011年我国食品制造业偿债能力 151

图表：2010-2011年我国食品制造业盈利能力 151

图表：2010-2011年我国食品制造业运营能力 151

图表：2010-2011年我国食品制造业登记注册类型 151

图表：2010-2011年我国食品制造业大、中、小型 152

图表：2010-2011年我国食品制造业控股类型 153

图表：2010-2011年我国食品制造业利润总额 153

图表：2010-2011年我国食品制造业主营业务收入 153

图表：2010-2011年我国食品制造业总资产 153

图表：2009年5月-2011年4月各月出口金额 156

图表：2009年5月-2011年4月各月出口数量 157

图表：2011年1-4月分洲出口金额 157

图表：2011年1-4月分洲出口数量 158

图表：2011年4月分国家（地区）出口情况（当月） 158

图表：2011年1-4月分国家（地区）出口情况（累计） 159

图表：2011年4分贸易方式出口情况（当月） 159

图表：2011年1-4月分贸易方式出口情况（累计） 160

图表：2011年4月分地区出口情况（当月） 160

图表：2011年1-4月分地区出口情况（累计） 161

图表：2011年4月分企业性质出口情况（当月） 161

图表：2011年1-4月分企业性质出口情况（累计） 162

图表：中国蔬菜产量与国际比较 177

图表：1999～2005年我国蔬菜出口量及出口金额变化趋势 179

图表：2009年5月-2011年4月各月出口金额 201

图表：2009年5月-2011年4月各月出口数量 202

图表：2011年1-4月分洲出口金额 202

图表：2011年1-4月各月出口数量 203

图表：2011年4月分国家（地区）出口情况（当月） 203

图表：2011年1-4月分国家（地区）出口情况（累计） 204

图表：2011年4月分贸易方式出口情况（当月） 204

图表：2011年1-4月分贸易方式出口情况（累计） 205

图表：2011年4月分地区出口情况（当月） 205

图表：2011年1-4月分地区出口情况（累计） 206

图表：2011年4月分企业性质出口情况（当月） 206

图表：2011年1-4月分企业性质出口情况（累计） 207

图表：2011年4月分品种出口情况（当月） 207

图表：2011年1-4月分品种出口情况（累计） 207

图表：2009年5月-2011年4月各月红茶出口数量、金额走势 208

图表：2009年5月-2011年4月各月红茶出口平均单价走势 208

图表：2009年5月-2011年4月各月绿茶出口数量、金额走势 209

图表：2009年-5月-2011年4月各月绿茶出口平均单价走势 209

图表：2009年5月-2011年4月各月特种茶出口数量、金额走势 210

图表：2009年5月-2011年4月各月特种茶出口平均单价走势 210

图表：2010-2011年我国精制茶产量分析 221

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工基本经济 221

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工成长能力 222

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工偿债能力 222

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工盈利能力 222

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工运营能力 223

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工登记注册类型 223

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工大、中、小型 224

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工控股类型 224

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工利润总额 224

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工主营业务收入 224

图表：2010-2011年我国包括有机茶的精制茶加工总资产 225

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工基本经济 235

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工成长能力 236

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工偿债能力 236

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工盈利能力 236

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工运营能力 237

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 237

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工大、中、小型 238

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工控股类型 238

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工利润总额 238

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 238

图表：2010-2011年包括水果的蔬菜、水果和坚果加工总资产 239

图表：2009年5月-2011年4月各月出口金额 240

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 241

图表：2011年1-4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） 242

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） 243

图表：2011年1-4月分贸易方式出口情况（累计） 243

图表：2011年1-4月分地区出口情况（当月） 244

图表：2011年4月分地区出口情况（累计） 245

图表：2011年4月分企业性质出口情况（当月） 245

图表：2011年4月分企业性质出口情况（累计） 246

图表：2009年5月-2011年4月各月出口金额 248

图表：2009年5月-2011年4月各月出口数量 248

图表：2011年1-4月分洲出口金额 249

图表：2011年4月分洲出口数量 249

图表：2011年4月分国家（地区）出口情况（当月） 250

图表：2011年1-4月分国家（地区）出口情况（累计） 251

图表：2011年4月分贸易方式出口情况（当月） 251

图表：2011年1-4月分贸易方式出口情况（累计） 252

图表：2011年4月分地区出口情况（当月） 252

图表：2011年1-4月分地区出口情况（累计） 253

图表：2011年4月分企业性质出口情况（当月） 253

图表：2011年1-4月分企业性质出口情况（累计） 254

图表：2010-2011年我国大米产量分析 254

图表：2009年5月-2011年4月各月出口金额 263

图表：2009年5月-2011年4月各月出口数量 263

图表：2011年1-4月分洲出口金额 264

图表：2009年5月-2011年4月分洲出口数量 264

图表：2011年4月分国家（地区）出口情况（当月） 265

图表：2011年1-4月分国家（地区）出口情况（累计） 265

图表：2011年4月分贸易方式出口情况（当月） 266

图表：2011年1-4月分贸易方式出口情况（累计） 266

图表：2011年4月分地区出口情况（当月） 267

图表：2011年1-4月分地区出口情况（累计） 268

图表：2011年4月分企业性质出口情况（当月） 268

图表：2011年1-4月分企业性质出口情况（累计） 269

图表：2010-2011年我国液体乳产量分析 276

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 276

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 277

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 277

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 277

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 278

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 278

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 279

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 279

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 279

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 279

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 280

图表：2010-2011年我国水产品加工基本经济分析 283

图表：2010-2011年我国水产品加工成长能力分析 283

图表：2010-2011年我国水产品加工偿债能力分析 283

图表：2010-2011年我国水产品加工盈利能力分析 284
图表：2010-2011年我国水产品加工运营能力分析 284
图表：2010-2011年我国水产品加工登记注册类型 284
图表：2010-2011年我国水产品加工大、中、小型（2010年1-11月） 285
图表：2010-2011年我国水产品加工控股类型（2010年1-11月） 285
图表：2010-2011年我国水产品加工利润总额 285
图表：2010-2011年我国水产品加工主营业务收入 285
图表：2010-2011年我国水产品加工总资产 286

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/186840.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。