



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国食品市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年中国食品市场市场分析及发展趋势研究报告》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/44315.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

2006年我国食品工业经济呈现出良好的发展态势，基本满足了人民群众日益增长的消费需求，为国家经济发展和社会稳定做出了突出贡献。1-12月，全国食品工业实现工业总产值4751.06亿元，同比增长25.74%。全行业实现利润268.55亿元，比上年同期增加58.35亿元；亏损面17.39%，同比下降2.4个百分点；企业亏损总额累计31.83亿元，比上年同期下降3.14%。

截至2006年12月底，食品制造业共有规模以上企业5864个，比2005年年底增加了436家，累计实现利润总额268.55亿元，比上年同期增加58.35亿元；其中亏损企业单位数为1020个，亏损面为17.39%，比上年同期的19.79%下降了2.4个百分点；企业亏损总额累计31.83亿元，比上年同期下降3.14%。

2006年，食品制造业产品销售收入、产品销售成本以及产品销售费用分别为4570.68亿元、3638.52亿元和405.66亿元，较上年同期都有较大增长，增幅分别达到25.46%、26.57%和15.09%，利润总额268.55亿元，较上年同期增加了58.35亿元，累计税金总额184.71亿元，较上年同期增长了21.66%。但食品制造业面临成本上涨的压力，食品价格上涨。2006年全年居民消费价格上涨1.5%，而食品价格上涨幅度超过CPI的平均涨幅，上涨2.3%，其中粮食上涨2.7%。而且，价格上涨主要是出现在2006年下半年，上涨速度呈上升态势。此外食品安全问题依然严重。2007年食品制造业当务之急是消化和应对原材料价格上涨的压力。而食品安全是一个需要长期密切关注的问题。

本报告依据国家统计局、国资委、国家信息中心、国家海关总署、国家食品安全局、国务院发展研究中心、国民经济景气监测中心、中国食品工业协会等提供的大量资料，对我国食品市场的发展环境、相关市场、运行状况、进出口、市场营销、细分市场、竞争格局、重点企业、发展趋势及对策等进行了深入分析。在对我国食品市场整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国食品市场整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

【 目录 】

第一章 国际食品行业发展现状分析

第一节 国际食品行业现状分析

- 一、国际食品行业发展特点
- 二、国际食品市场现状及主要消费国

第二节 国际食品安全管理法规

- 一、美国的食品安全管理现状
- 二、德国食品安全管理
- 三、英国食品安全管理
- 四、瑞士食品安全管理现状
- 五、日本食品安全管理

第三节 部分国家食品行业发展趋势分析

- 一、美国食品的发展趋势
- 二、日本食品产业发展趋势
- 三、英国有机食品发展前景

第二章 我国食品行业发展环境分析

第一节 2007年宏观经济趋势分析

第二节 我国食品安全现状分析

第三节 我国食品相关产品生产监管分析

第四节 我国食品卫生标准分析

第三章 我国食品行业相关市场分析

第一节 中国食品行业添加剂市场分析

- 一、食品添加剂标准分析
- 二、食品添加剂存在的问题及安全对策分析
- 三、我国食品添加剂工业发展前景分析

第二节 中国食品包装市场分析

- 一、我国食品包装机械市场发展前景分析
- 二、食品包装市场行情及发展趋势分析
- 三、现代食品包装市场分析
- 四、可食性食品包装的发展趋势
- 五、我国调味品包装市场现状及发展趋势分析

六、我国饮料包装市场发展分析

第三节 中国食品机械市场分析

一、我国食品机械市场分析

二、我国食品机械发展重点分析

三、食品机械企业市场分析

第四章 我国食品行业发展现状分析

第一节 “十一五”时期我国食品工业发展分析

一、食品工业发展基本思路

二、食品工业发展的指导原则

三、食品工业发展方向

第二节 我国食品工业经济运行情况分析

一、当前我国食品工业的经济运行情况

二、食品工业发展中存在的问题

三、食品工业持续健康发展的政策措施及建议

第三节 2006年农副食品市场发展动态分析

一、2006年主要农副产品市场基本走势

二、近年来我国居民家庭购买农副产品的基本情况

第四节 我国食品产业发展现状及走向分析

一、企业进入世界500强正值期待

二、食品产业发展瞄准国际前沿

三、食品产业兴盛锁定“十一五”

第五节 我国食品工业运行质量和效益分析

第六节 食品流通中监管分析

第七节 国家食品安全战略的政策措施分析

第八节 我国发展有机食品市场前景分析与预测

第五章 食品的消费分析

第一节 消费者分析

一、消费者行为分析

二、消费者食品安全需求行为及引导分析

三、消费者对食品安全满意度分析

第二节 2006年我国消费市场特征分析

第三节 2007年消费需求分析

第六章 我国食品行业进出口状况分析

第一节 2006-2007年我国进出口统计

一、2006-2007年我国食品进口统计

二、2006-2007年我国食品出口统计

第二节 2006年我国进出口食品贸易分析

第三节 我国食品行业出口现状分析

一、中国食品仍被看好

二、欧洲肉类市场吃紧

三、质量问题关乎国家形象

第四节 我国出口食品安全状况调查分析

第七章 我国食品行业主要产品市场分析

第一节 食用油市场分析

一、我国食用植物油加工运行状况

二、我国食用油市场竞争和趋势分析

三、食用油市场发展格局

第二节 方便食品市场分析

一、2006年方便食品经济运行统计

二、2005-2006年方便面行业竞争现状分析

三、方便面行业未来发展趋势

第三节 肉及其制品市场分析

一、2006年肉及其制品市场经济运行统计

二、2006年猪肉市场形势分析

三、2006年禽肉市场形势分析

四、2006年牛羊肉市场形势分析

五、我国禽肉制品市场现状与发展趋势

第四节 乳及其乳制品市场分析

一、2006年乳及其乳制品市场经济运行统计

二、2006年我国乳品进出口分析

三、乳品价格战原因及影响分析

四、2007年乳业变局分析

五、我国乳制品发展战略分析

第五节 水产品加工市场分析

一、2006年水产品加工市场经济运行统计

二、2006年水产品市场形势分析

三、水产品市场新信息的关键点分析

四、国际水产品贸易格局对中国水产品出口的影响

五、2007年我国水产品出口问题分析

六、水产品市场发展趋势

第六节 调味品市场分析

一、2006年调味品市场经济运行统计

二、2007年我国调味品市场趋势分析

三、调味品业现状分析

第七节 食糖及糖果市场分析

一、2006-2007年食糖及糖果市场运行状况分析

二、2007年糖业市场展望分析

三、食糖行业现状分析

第八节 焙烤食品市场分析

一、2006年焙烤食品市场运行统计分析

二、我国饼干市场发展问题分析

第九节 酒市场分析

一、酒市场运行统计分析

二、2007年上半年葡萄酒行业运行特点及下半年趋势分析

三、我国葡萄酒行业发展和进口现状

四、我国葡萄酒产业发展的优劣势分析

五、2007年中国白酒业发展问题分析

六、2007年黄酒行业发展趋势分析

七、2007年啤酒酒商决战高端

八、啤酒公司发展前景分析

九、2007年保健酒发展分析

十、两税合并下中国酒业发展趋势

第十节 饮料市场分析

- 一、饮料市场经济运行统计
- 二、2006年中国果汁饮料市场行业分析
- 三、2007软饮料制造业的发展特点及趋势
- 四、我国饮料市场发展分析
- 五、我国饮料行业多元化格局分析

第十一节 烟草制品市场分析

- 一、烟草制品市场经济运行统计分析
- 二、“入世”后的中国烟草市场分析

第八章 我国食品行业市场营销状况分析

第一节 食品饮料销售渠道策略及销售网络模式分析

- 一、目前市场销售的渠道网络之现况
- 二、渠道网络中存在的主要问题
- 三、提倡构建新型的渠道网络模式

第二节 快速消费品营销变革分析

- 一、“占山为王”的混沌时代
- 二、成长期的终端变革
- 三、成熟期的品牌创新
- 四、五大流派并行
- 五、未来时代的聚合跃变思维模式

第三节 2007年我国快速消费品营销分析

第四节 弱势调味品的终端营销分析

- 一、20世纪九十年代的超市业态
- 二、前期以便利店和食杂店为主
- 三、合围卖场选择有利时机进入超市
- 四、运用整合的宣传策略和更引人入胜的促销手段

第五节 概念食品营销市场分析

- 一、概念食品分类
- 二、概念食品遭受非议
- 三、概念食品营销前途光明

第六节 保健食品市场营销策略

- 一、问题分析
- 二、呼唤规范有序的市场
- 三、保健食品前景乐观

第七节 绿色食品营销策略分析

- 一、绿色食品营销环境分析
- 二、绿色食品营销战略
- 三、灵活运用其他绿色营销策略
- 四、实施绿色价格策略
- 五、品牌战略
- 六、整合食品销售网络

第八节 中小食品企业市场营销策略分析

- 一、做好产品包装设计
- 二、准备好宣传促销品
- 三、保持产品的稳定性
- 四、四种策略确保营销成功

第九章 中国食品制造业综合运行数据分析

第一节 2006-2007年中国食品制造业产销情况

- 一、2006-2007年中国食品制造业产成品
- 二、2006-2007年中国食品制造业工业总产值
- 三、2006-2007年中国食品制造业产品销售收入

第二节 2006-2007年中国食品制造业成本费用情况

- 一、2006-2007年中国食品制造业销售成本
- 二、2006-2007年中国食品制造业销售费用
- 三、2006-2007年中国食品制造业管理费用
- 四、2006-2007年中国食品制造业财务费用

第三节 2006-2007年中国食品制造业资产负债情况

- 一、2006-2007年中国食品制造业资产总计
- 二、2006-2007年中国食品制造业负债合计
- 三、2006-2007年中国食品制造业资本负债率
- 四、2006-2007年中国食品制造业保值增值率

第四节 2006-2007年中国食品制造业行业规模情况

- 一、2006-2007年中国食品制造业企业单位数
- 二、2006-2007年中国食品制造业全部从业人员平均人数

第五节 2006-2007年中国食品制造业行业效益情况

- 一、2006-2007年中国食品制造业利润总额
- 二、2006-2007年中国食品制造业产值利税率
- 三、2006-2007年中国食品制造业成本费用利润率
- 四、2006-2007年中国食品制造业资金利润率
- 五、2006-2007年中国食品制造业产成品资金占用率

第六节 2006-2007年中国食品制造业亏损情况

- 一、2006-2007年中国食品制造业亏损单位数
- 二、2006-2007年中国食品制造业亏损企业亏损总额

第七节 2006-2007年中国食品制造业不同规模企业主要经济指标

- 一、2006-2007年中国食品制造业大型企业主要经济指标
- 二、2006-2007年中国食品制造业中型企业主要经济指标
- 三、2006-2007年中国食品制造业小型企业主要经济指标

第十章 食品行业竞争格局分析

第一节 中国食品行业市场竞争分析

- 一、我国糖业国际竞争力分析
- 二、食品酿酒产业企业竞争力分析
- 三、我国乳业高端竞争激烈
- 四、我国速冻食品市场竞争分析
- 五、食用油市场竞争新焦点分析

第二节 我国食品加工业国际竞争力的实证分析

- 一、竞争力定位指标
- 二、资源利用效率定位
- 三、生产效率定位
- 四、劳动力优势定位
- 五、生产规模定位

第十一章 部分重点企业分析

第一节 河南双汇投资发展股份有限公司

一、企业简介

二、2006-2007年财务状况分析

第二节 莲花味精股份有限公司

一、企业简介

二、2006-2007年财务状况分析

三、发展动态

第三节 中粮集团

一、企业简介

二、整合资源运作

三、发展成长战略

四、中粮远景

第四节 冠生园（集团）有限公司

一、企业概况

二、发展动态

第五节 南宁糖业股份有限公司

一、企业概况

二、2006-2007年财务状况分析

第六节 旺旺食品集团

一、企业概况

二、新品营销策略

三、发展动态

第七节 顶新国际集团

一、企业概况

二、企业经营及动态分析

第八节 嘉里粮油（中国）有限公司

一、企业概况

二、在华发展

第九节 统一企业集团

一、企业概况

二、投资策略

三、经营状况分析

第十节 达能集团

- 一、企业概况
- 二、达能集团在中国
- 三、企业主要品种分析
- 四、发展动态

第十二章 我国食品业投资分析

- 第一节 2007年食品饮料业投资策略分析
- 第二节 速冻食品市场现状及投资全分析
- 第三节 食品业投资价值分析
 - 一、成本曲线 陡峭的上升通道
 - 二、上市企业 投资价值面临重审
 - 三、决胜定价权
 - 四、毛利率结构调整能力
 - 五、龙头企业抗压能力更强
 - 六、拟上市企业 风投热情不减

第十三章 我国食品行业发展趋势及对策分析

- 第一节 我国食品行业发展趋势
 - 一、产品“五化”发展
 - 二、食品贸易化
 - 三、食品壁垒多样化
- 第二节 我国粮油工业的发展趋势分析
- 第三节 糖酒副食品市场发展趋势分析
- 第四节 我国“休闲食品”行业发展趋势
- 第五节 我国有机食品发展对策分析
- 第六节 中国乳制品发展战略分析
 - 一、我国乳制品生产现状及存在的问题
 - 二、我国乳制品消费现状及发展趋势
- 第七节 中国酒走好海外市场发展策略
 - 一、海外探险的四大难点
 - 二、海外探险的四大法宝
- 第八节 我国食品工业发展程度及对策分析

- 一、食品工业面临挑战
- 二、高新技术在食品工业中的应用
- 三、食品工业发展对策

第九节 食品企业应对竞品对策分析

- 一、价格战：于无声处听惊雷
- 二、促销战：剑走偏锋显差异
- 三、终端战：技高一筹不含糊

部分图表目录

- 图表 2006年1—11月我国食品工业经济效益情况
- 图表 2006年1-11月全国食品工业主要产品的产量情况
- 图表 2006年1-12月食品饮料类产品进口统计
- 图表 2007年1-6月食品饮料类产品进口统计
- 图表 2006年1-12月食品饮料类产品出口统计
- 图表 2007年1-6月全国食品饮料类产品出口统计
- 图表 2005-2006年主要农产品生产价格指数增减比较
- 图表 2006年1-9月主要农产品消费价格指数增减比较
- 图表 2002-2006年9月水产品消费价格指数增长率
- 图表 1996-2006年11年肉禽鱼消费价格指数增减比较图
- 图表 2006年1-12月中国食品制造业产成品
- 图表 2006年1-12月中国食品制造业工业总产值
- 图表 2006年1-12月中国食品制造业产品销售收入
- 图表 2006年1-12月中国食品制造业销售成本
- 图表 2006年1-12月中国食品制造业销售费用
- 图表 2006年1-12月中国食品制造业管理费用
- 图表 2006年1-12月中国食品制造业财务费用
- 图表 2006年1-12月中国食品制造业资产总计
- 图表 2006年1-12月中国食品制造业负债合计
- 图表 2006年1-12月中国食品制造业资本负债率
- 图表 2006年1-12月中国食品制造业保值增值率
- 图表 2006年1-12月中国食品制造业企业单位数
- 图表 2006年1-12月中国食品制造业全部从业人员平均人数

图表 2006年1-12月中国食品制造业利润总额

图表 2006年1-12月中国食品制造业产值利税率

图表 2006年1-12月中国食品制造业成本费用利润率

图表 2006年1-12月中国食品制造业资金利润率

图表 2006年1-12月中国食品制造业产成品资金占用率

图表 2006年1-12月中国食品制造业亏损单位数

图表 2006年1-12月中国食品制造业亏损企业亏损总额

图表 2006年1-12月中国食品制造业大型企业主要经济指标

图表 2006年1-12月中国食品制造业中型企业主要经济指标

图表 2006年1-12月中国食品制造业小型企业主要经济指标

图表 2007年1-5月中国食品制造业产成品

图表 2007年1-5月中国食品制造业工业总产值

图表 2007年1-5月中国食品制造业产品销售收入

图表 2007年1-5月中国食品制造业销售成本

图表 2007年1-5月中国食品制造业销售费用

图表 2007年1-5月中国食品制造业管理费用

图表 2007年1-5月中国食品制造业财务费用

图表 2007年1-5月中国食品制造业资产总计

图表 2007年1-5月中国食品制造业负债合计

图表 2007年1-5月中国食品制造业资本负债率

图表 2007年1-5月中国食品制造业保值增值率

图表 2007年1-5月中国食品制造业企业单位数

图表 2007年1-5月中国食品制造业全部从业人员平均人数

图表 2007年1-5月中国食品制造业利润总额

图表 2007年1-5月中国食品制造业产值利税率

图表 2007年1-5月中国食品制造业成本费用利润率

图表 2007年1-5月中国食品制造业资金利润率

图表 2007年1-5月中国食品制造业产成品资金占用率

图表 2007年1-5月中国食品制造业亏损单位数

图表 2007年1-5月中国食品制造业亏损企业亏损总额

图表 2007年1-5月中国食品制造业大型企业主要经济指标

图表 2007年1-5月中国食品制造业中型企业主要经济指标

图表 2007年1-5月中国食品制造业小型企业主要经济指标

图表 2006年1-12月食用植物油加工产成品

图表 2006年1-12月食用植物油工业总产值

图表 2006年1-12月食用植物油销售收入

图表 2006年1-12月食用植物油利润总额

图表 2006年1-12月食用植物油资本负债率

图表 2006年1-12月食用植物油企业单位数

图表 2006年1-12月方便食品制造产成品

图表 2006年1-12月方便食品制造工业总产值

图表 2006年1-12月方便食品制造销售收入

图表 2006年1-12月方便食品制造利润总额

图表 2006年1-12月方便食品制造资本负债率

图表 2006年1-12月方便食品制造企业单位数

图表 2006年1-12月屠宰及肉类加工产成品

图表 2006年1-12月屠宰及肉类加工总产值（当年价）

图表 2006年1-12月屠宰及肉类加工销售收入

图表 2006年1-12月屠宰及肉类加工利润总额

图表 2006年1-12月屠宰及肉类加工资本负债率

图表 2006年1-12月屠宰及肉类加工企业单位数

图表 1997-2006年我国猪粮比和猪料比

图表 2004-2006年我国生猪贸易额

图表 2000-2006年我国生猪价格

图表 2000-2006年我国猪肉零售价格

图表 2004-2006年我国家禽产品贸易额

图表 2006年1-11月我国部分地区鸡肉购买量和比重

图表 2000-2006年全国西装鸡和活鸡价格

图表 2000-2006年全国肉雏鸡和肉鸡饲料价格

图表 2001-2006年美国鸡肉平均批发月价

图表 2006年世界主要国家禽肉进口情况

图表 2006年世界主要禽肉出口情况

图表 2001年1月-2006年12月我国牛肉零售价格

图表 2002年1月-2006年12月我国牛肉主产区与主销区价格

图表 2001年1月-2006年12月我国羊肉零售价格

图表 2002年1月-2006年12月我国羊肉主产区与主销区价格

图表 2006年1-11月我国人均牛羊肉消费数量较高的省份

图表 2004-2006年我国牛产品贸易额

图表 2004-2006年我羊产品贸易额

图表 2003年1月-2006年11月美国市场精选牛肉零售价格

图表 2006年1-12月液体乳及乳制品制造产成品

图表 2006年1-12月液体乳及乳制品制造总产值

图表 2006年1-12月液体乳及乳制品制造销售收入

图表 2006年1-12月液体乳及乳制品制造利润总额

图表 2006年1-12月液体乳及乳制品制造资本负债率

图表 2006年1-12月液体乳及乳制品制造企业单位数

图表 2006年1-12月水产品加工产成品

图表 2006年1-12月水产品加工总产值

图表 2006年1-12月水产品加工销售收入

图表 2006年1-12月水产品加工利润总额

图表 2006年1-12月水产品加工资本负债率

图表 2006年1-12月水产品加工企业单位数

图表 2006年1-11月食品、粮食及水产品价格变化

图表 2002—2006年1—11月份水产品居民消费价格比较

图表 2006年各类海水产品批发市场价格变化

图表 2006年全年各类淡水产品批发市场价格变化

图表 2006年水产品出口额（分国别）

图表 2006年水产品出口金额、增幅及结构

图表 2006年水产品出口额（分品种）

图表 2006年1-12月调味品、发酵制品制造产成品

图表 2006年1-12月调味品、发酵制品制造总产值

图表 2006年1-12月调味品、发酵制品制造销售收入

图表 2006年1-12月调味品、发酵制品制造利润总额

图表 2006年1-12月调味品、发酵制品制造资本负债率

图表 2006年1-12月调味品、发酵制品制造企业单位数

图表 2006年1-11月成品糖产量

图表 2006年1-11月糖果产量

图表 2007年1-06月成品糖产量

图表 2007年1-06月糖果产量

图表 2007年1-6月进口食糖结构图

图表 2007年1-6月出口食糖结构图

图表 2007年1-6月五家重点企业累计生产糖精情况

图表 2006年1-12月饼干及其他焙烤食品制造产成品

图表 2006年1-12月糕点、面包制造产成品

图表 2006年1-12月饼干及其他焙烤食品制造总产值

图表 2006年1-12月糕点、面包制造总产值

图表 2006年1-12月饼干及其他焙烤食品制造销售收入

图表 2006年1-12月糕点、面包制造销售收入

图表 2006年1-12月饼干及其他焙烤食品制造利润总额

图表 2006年1-12月糕点、面包制造利润总额

图表 2006年1-12月饼干及其他焙烤食品制造资本负债率

图表 2006年1-12月糕点、面包制造资本负债率

图表 2006年1-12月饼干及其他焙烤食品制造企业单位数

图表 2006年1-12月糕点、面包制造企业单位数

图表 2006年1-12月葡萄酒产量

图表 2007年1-06月葡萄酒产量

图表 2006年1-12月发酵酒精(折96度,商品量)产量

图表 2007年1-06月发酵酒精(折96度,商品量)产量

图表 2006年1-12月白酒(折65度)产量

图表 2007年1-06月白酒(折65度)产量

图表 2006年1-12月啤酒产量

图表 2007年1-06月啤酒产量

图表 2006年1-12月黄酒产量

图表 2007年1-06月黄酒产量

图表 2006年1-12月软饮料产量

图表 2007年1-06月软饮料产量

图表 2006年1-12月碳酸饮料产量

图表 2007年1-06月碳酸饮料产量

图表 2006年1-12月果汁及果汁饮料产量

图表 2007年1-06月果汁及果汁饮料产量

图表 2006年1-12月饮料制造业产值完成情况（现价）

图表 2006年1-12月烟草制品业产成品

图表 2006年1-12月烟草制品业总产值

图表 2006年1-12月烟草制品业销售收入

图表 2006年1-12月烟草制品业利润总额

图表 2006年1-12月烟草制品业资本负债率

图表 2006年1-12月烟草制品业企业单位数

图表 2004-2006年双汇发展成长性指标

图表 2004-2006年双汇发展经营能力指标

图表 2004-2006年双汇发展盈利能力指标

图表 2004-2006年双汇发展偿债能力指标

图表 2007年上半年双汇发展主营收入情况

图表 2007年上半年双汇发展净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年莲花味精成长性指标

图表 2004-2006年莲花味精经营能力指标

图表 2004-2006年莲花味精盈利能力指标

图表 2004-2006年莲花味精偿债能力指标

图表 2007年上半年莲花味精主营收入情况

图表 2007年上半年莲花味精净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年南宁糖业成长性指标

图表 2004-2006年南宁糖业经营能力指标

图表 2004-2006年南宁糖业盈利能力指标

图表 2004-2006年南宁糖业偿债能力指标

图表 2007年上半年南宁糖业主营收入情况

图表 2007年上半年南宁糖业净利润和基本每股收益

图表 2001-2005年我国餐饮业与社会零售业零售额增长比较

图表 1997-2004年我国居发家庭人均购买食品增长率比较

图表 2004年与1996年比较我国居民按收入分家庭年人均购买主要副食品变化情况

图表 1996-2004年我国中等收入家庭人均购买主要食品变化表

图表 1997-2004年我国高收入家庭人均购买食品增长率比较图

图表 2004年1月年7月CPI走势

图表 统一企业食品主业

图表 部分国家速冻食品的人均消费量

图表 我国植物食用油脂主要品牌(各类前五名)

图表 我国猪肉消费数量和消费比重较低的省市

图表 我国猪肉消费数量和消费比重较高的省市

图表 美国猪肉批发价格

图表 世界主要国家禽肉市场价格

图表 城市和农村水产品消费价格变化情况

图表 国家质检总局对广东、广西食糖抽验率一览表

图表 消费品直销

图表 消费品网状销售

图表 消费品批发市场辐射

图表 消费品平台销售

图表 统一企业食品主业

图表 统一企业在大陆之投资概况

图表 CPI及食品类构成

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44315.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。