

2006年中国食品行业研究咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2006年中国食品行业研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2883228832.html>

报告价格：电子版: 5600元 纸介版：6100元 电子和纸介版: 6600

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

内容简介 我国是一个拥有13亿人口的消费大国，随着经济全球化和科技经济一体化进程的加快，食品工业国际交流和合作日益广泛和深入，传统食品工业的发展面临着新的机遇与挑战。2005年全国规模以上食品企业累计完成工业总产值20344.83亿元，占全国工业份额8.15%，比上年同期增长26.85%；食品企业完成工业增加值达6299.95亿元，比上年同期增长18.08%，增速高出全国工业平均水平1.64个百分点，占全国工业经济份额9.48%。同时，全行业完成销售收入19899.94亿元，比上年增长26.78%，产品销售率98.55%，产销衔接良好；全行业实现利税总额3365.26亿元，占全国工业13.29%，其中实现利润1234.68亿元，比上年同期增长三成。根据最新统计，2006年中国食品工业继续保持良好的发展势头，为食品工业在“十一五”开局之年的发展奠定了良好的基础。为加快转变经济增长方式，推进产业结构调整和优化升级，实现可持续发展和构建和谐社会，中央根据我国经济和社会发展的实际情况，把扩大内需、增加消费放在“十一五”宏观调控政策措施的突出位置。国家“十一五”发展规划对轻工行业的发展以及对扩大内需、增加消费、开拓农村市场、增加城乡居民收入的重视和相关政策的实施，标志着轻工行业，包括食品工业面临新的巨大的发展机遇。2006-2007年肉和肉制品供应将稳步增长，鲜牛、羊肉消费量增加，质量、卫生、安全成为影响肉和肉制品消费的重要因素。随着“禽流感”、“疯牛脖”、“口蹄疫”等全球性疫情得到控制，人们对肉制品消费信心增加，猪、牛、羊和禽类的消费量将逐渐上升；由于生活节奏加快和生活习惯变化，市场对肉制品需求旺盛，肉制品企业采用先进工艺技术和优良设备，加大优质营养高档肉制品生产的动力显著增强，肉制品的品种、花色、质量和风味更为全面和丰富。乳品工业产品竞争依然剧烈；“啤酒收购大战”的烽烟，将在奶业重演；饮料酒制造业将呈现较为强劲的发展趋势；调味品系列化和高档化趋势明显，由于食糖价格高涨，以食糖为原料的食品企业在工艺技术上着力转化以淀粉糖替代食糖，以减轻成本压力，淀粉糖生产企业面临有利发展时机，同时，对促进玉米等农产品的加工转化极为有利；糖果产量预计有小幅增长，中高档产品比率继续提高，特别是巧克力，仍将大幅增加，由于市场准入制度的实施，生产企业总数将有所减少，致使生产更趋集中。为了迅速提高我国加入WTO环境下，食品工业的国际竞争力，食品工业将完成从“农业延伸型”，到“需求拉动型”转变，走国际化、市场化、产业化发展之路，在不断提升技术含量和附加值的基础上，运用绿色、安全和高新技术加快对传统食品的调整改造，促进产品向时尚化、民族化、功能化，天然化及多层次、多功能方向发展。本研究咨询报告依据国家统计局、国家海关总署、国家经贸委、国家食品安全局、中国食品工业协会、国民经济景气监测中心、中国行业研究网、国内外相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内食品行业市场发展状况进行了深入的比较分析，在总结我国食品工业发展历程的基础上，结合新时期的各方面的影响因素，对我国食品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。重点剖析了我国食品行业各主要细分市场的发展状况、竞争格局、发展趋势以及在WTO背景下如何把握机遇和克服挑战。报告

数据详实、分析客观、结构合理、条理清楚，从宏观着眼、以微观入手，揭示了我国食品行业新的发展机遇以及面对当前问题的可操作性解决方案。报告还对国家相关政策进行了介绍和政策趋向判研，是食品生产企业、科研单位、商业企业等单位准确了解目前中国食品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

目 录CONTENTS第一部分

行业发展概况第一章 行业定义及投资特性 1第一节 食品行业定义及特点

1一、食品行业的定义 1二、现代食品的分类 1三、食品行业的特点 5第二节

行业投资特性分析 6第二章 国际食品行业发展现状分析 10第一节

国际食品行业发展现状分析 10一、国际食品行业发展现状

10二、世界食品工业的需求与变化 13三、国际有机食品现状与前景分析

14四、国际食品包装现状 18五、国际食品标准的现状与展望 21第二节

主要国家食品行业现状及发展趋势分析 24一、瑞士食品工业概况

24二、意大利食品工业和市场概况 28三、美国食品行业概况 33四、日本食品市场

38五、瑞典食品工业及食品市场 46第三节 世界食品工业的发展趋势 51第四节

国际食品添加剂发展现状与趋势 56第三章 中国食品行业现状分析 58第一节

食品行业发展概况 58一、食品产业的发展阶段 58二、食品企业发展中面临的问题

60第二节 2005/2006年中国食品行业运行状况

72一、市场繁荣，供需平衡，主要食品产销量快速提高 72二、食品工业经济效益有效改善

73三、行业集中度提高 97四、全国分区域食品工业发展概况

118五、食品工业重点行业发展各具特色 119六、食品工业固定资产投资活跃

123七、食品进出口贸易持续增长 123第三节 食品工业经济运行的特点

124一、2005年度食品工业经济运行特点 124二、2006年食品工业发展呈现五大特点

127第四节 食品市场分析 129一、2005年我国食品市场主要特点

129二、食品行业“国内市场、国际竞争” 131第二部分 市场现状分析第四章

中国食品行业主要产品市场分析 137第一节 中国食品行业植物油市场分析

137一、市场发展概述 137二、我国植物油市场供需分析 139三、植物油价格未来走势

149第二节 中国食品行业方便食品市场分析 151一、方便食品行业概况

151二、中国方便面行业现状及发展趋势 159三、冷冻方便食品市场分析 163第三节

中国食品行业粮食市场分析 164一、市场发展概况 164二、市场发展预测 166第四节

中国食品行业肉制品市场分析 170一、行业综述 170二、肉类市场竞争

178三、行业发展趋势 187第五节 中国食品行业含糖副食品市场分析 191一、食糖市场情况

195二、饮料市场情况 196三、乳品市场情况 216四、调味品市场情况

216五、罐头市场情况 217六、含糖饮料等副食品市场发展趋势 221第六节

中国食品行业焙烤食品市场分析 223一、市场发展概况 223二、饼干市场分析

225三、面包、糕点市场分析 227四、焙烤食品行业发展趋势 237第七节

中国食品行业休闲食品市场分析 239第五章 食品行业经济环境分析 243第一节

宏观经济运行	243	第二节	食品行业环境分析	245	一、食品产业PEST分析				
	245	二、人民币升值对食品产业的影响	250	三、“食品政治”在中国的延伸	254	第三节			
相关农产品价格分析	258	第四节	食品物流现状分析	264	第六章				
中国食品行业添加剂市场分析	268	第一节	中国食品行业添加剂市场分析	268	一、行业综述				
	268	二、行业发展瓶颈	272	三、发展趋势	274	第二节			
中国食品行业进出口分析	279	第一节	我国食品进出口现状						
	279	一、2005年我国食品出口的主要特点	279	二、2005年我国食品进口的主要特征					
	280	三、2006年我国食品进出口的基本情况	281	第二节	我国食品行业出口的问题与制约因素				
	282	一、当前我国食品出口面临的主要问题	282	二、制约我国食品出口的因素	284	第八章			
中国食品行业市场营销状况分析	287	第一节	中国食品行业营销上存在的问题分析						
	287	一、企业营销观念的落后	287	二、企业对整体产品概念理解模糊					
	288	三、企业品牌意识淡薄	288	四、企业患有市场营销近视症					
	289	五、销售渠道的网络不健全	289	六、不注重市场细分和目标市场	290	第二节			
中国食品行业营销策略分析	291	一、产品营销策略	291	二、广告策略分析					
	296	三、农副食品加工业平面广告投放分析	298	第九章	我国食品安全现状分析与对策				
	304	第一节	食品安全现状	304	第二节	加强我国食品安全管理的基本对策			
	311	第三部分	竞争格局分析	第十章	中国食品行业竞争状况分析	317	第一节		
	317	第二节	中国食品行业主要产品市场竞争分析	322	一、植物油市场竞争分析				
	322	二、方便食品市场竞争分析	326	三、休闲食品市场竞争分析					
	330	四、肉制品市场竞争分析	331	五、糖果市场竞争分析	333	六、焙烤食品市场竞争分析			
	334	第三节	中国食品行业竞争趋势分析	336	一、包装竞争	336	二、品牌竞争		
	337	第十一章	中国市场食品行业主要企业分析	338	第一节	跨国公司分析			
	338	一、跨国公司在华投资的历史状况及投资经营特点	338	二、主要投资行业及分析					
	340	三、主要投资公司及经营状况	344	四、发展趋势	346	第二节			
河南双汇投资发展股份有限公司	347	一、企业基本状况	347	二、财务分析					
	349	三、双汇前景分析	352	第三节	北京汇源食品饮料集团有限公司	354	一、企业基本状况		
	354	二、公司经营情况	355	三、公司发展战略与竞争态势	356	第四节	蒙牛集团		
	357	一、企业基本状况	357	二、发展战略分析	361	三、蒙牛信息化分析	363	第五节	
中国粮油食品进出口(集团)公司	369	一、企业基本状况	369	二、公司新动态					
	370	三、发展战略	372	第六节	上海梅林正广和(集团)有限公司	373	一、企业基本状况		
	373	二、财务分析	374	三、发展战略	377	第七节	宾五粮液股份有限公司		
	378	一、企业基本状况	378	二、财务分析	380	三、最新动态	383	第八节	唐人神集团
	386	一、企业基本状况	386	二、竞争策略分析	387	第九节	河南莲花味精股份有限公司		
	389	一、企业基本状况	389	二、财务分析	390	三、发展战略	393	第十节	
山东鲁花花生油集团公司	394	一、公司基本状况	394	二、公司优势分析	395	第四部分			

发展趋势与对策第十二章	中国食品行业与WTO	397	第一节
WTO对中国食品行业的影响因素分析	397一、有利因素分析	397	二、不利因素分析
397第二节	中国食品行业如何应对WTO挑战	398	第十三章
中国食品行业发展趋势及预测分析	402第一节	中国食品工业"十一五"发展规划分析	
402一、食品工业实现“十五”计划情况	402二、食品工业面临新形势及发展的基本预测		
406三、食品工业发展指导原则、主要目标和发展重点			
408四、“十一五”时期食品工业发展的主要措施	412第二节	中国食品行业发展趋势分析	
418一、消费升级带动食品产业行业增长	418二、巨大的消费市场潜力		
419三、2006年食品行业的消费重点走势	419四、食品工业发展趋势展望	421	第十四章
中国食品行业主要产品发展趋势	425第一节	“十一五”食品工业高新技术唱主角	425
主要食品市场发展趋势及预测	426一、植物油市场发展趋势分析		
426二、方便食品市场发展趋势分析	428三、休闲食品业最新热点及发展趋势预测		
430四、肉制品市场发展趋势分析	433五、糖果市场发展趋势分析		
435六、焙烤食品市场发展趋势及预测	437	第十五章	中国食品行业发展对策分析
中国食品行业SWOT分析	442第一节		
442二、中国食品行业劣势(Weaknesses)	443三、中国食品行业机会(Opportunities)		
444四、中国食品行业威胁(Threats)	445第二节	中国食品行业发展战略分析	
446一、食品行业供应链管理实现模式攻略	446二、新的发展策略		
448三、发展食品行业的营销策略分析	449四、2006年重点推进工作		
453	图表目录	图表：食品行业的分类情况	3
		图表：不同水活度范围的主要食品种类	3
		图表：2004年进入国内的主要国外企业	7
		图表：美国10个主要包装食品制造商的销售额和广告支出	33
		图表：美国烟草公司对食品和饮料公司的所有权	35
		图表：美国人在哪里就餐	35
		图表：全国2005年主要食品产量	73
		图表：全国2005年主要食品产量	73
		图表：2005年1-12月农副食品加工主要经济指标(1)	73
		图表：2005年1-12月农副食品加工主要经济指标(2)	74
		图表：2005年1-12月农副食品加工主要经济指标(3)	74
		图表：2005年1-12月农副食品加工主要经济指标(4)	75
		图表：2005年1-12月农副食品加工主要经济指标(5)	75
		图表：2005年1-12月农副食品加工主要经济指标(6)	76
		图表：2005年1-12月农副食品加工主要经济指标(7)	76
		图表：2005年1-12月农副食品加工主要经济指标(8)	76
		图表：2005年1-12月农副食品加工主要经济指标(9)	77
		图表：2005年1-12月农副食品加工主要经济指标(10)	77
		图表：2006年1-6月农副食品加工主要经济指标(1)	78

- 78图表：2006年1-6月农副食品加工主要经济指标（2）
- 78图表：2006年1-6月农副食品加工主要经济指标（3）
- 79图表：2006年1-6月农副食品加工主要经济指标（4）
- 79图表：2006年1-6月农副食品加工主要经济指标（5）
- 79图表：2006年1-6月农副食品加工主要经济指标（6）
- 80图表：2006年1-6月农副食品加工主要经济指标（7）
- 80图表：2006年1-6月农副食品加工主要经济指标（8）
- 80图表：2006年1-6月农副食品加工主要经济指标（9）
- 80图表：2006年1-6月农副食品加工主要经济指标（10）
- 81图表：2005年1-12月食品制造业主要经济指标（1）
- 81图表：2005年1-12月食品制造业主要经济指标（2）
- 82图表：2005年1-12月食品制造业主要经济指标（3）
- 82图表：2005年1-12月食品制造业主要经济指标（4）
- 82图表：2005年1-12月食品制造业主要经济指标（5）
- 83图表：2005年1-12月食品制造业主要经济指标（6）
- 83图表：2005年1-12月食品制造业主要经济指标（7）
- 84图表：2005年1-12月食品制造业主要经济指标（8）
- 84图表：2005年1-12月食品制造业主要经济指标（9）
- 85图表：2005年1-12月食品制造业主要经济指标（10）
- 85图表：2005年1-12月食品制造业主要经济指标（11）
- 85图表：2006年1-6月食品制造业主要经济指标（1）
- 86图表：2006年1-6月食品制造业主要经济指标（2）
- 86图表：2006年1-6月食品制造业主要经济指标（3）
- 86图表：2006年1-6月食品制造业主要经济指标（4）
- 87图表：2006年1-6月食品制造业主要经济指标（5）
- 87图表：2006年1-6月食品制造业主要经济指标（6）
- 87图表：2006年1-6月食品制造业主要经济指标（7）
- 88图表：2006年1-6月食品制造业主要经济指标（8）
- 88图表：2006年1-6月食品制造业主要经济指标（9）
- 88图表：2006年1-6月食品制造业主要经济指标（10）
- 88图表：2006年1-6月食品制造业主要经济指标（11）
- 89图表：2005年1-12月饮料制造业主要经济指标（1）
- 89图表：2005年1-12月饮料制造业主要经济指标（2）
- 89图表：2005年1-12月饮料制造业主要经济指标（3）
- 90图表：2005年1-12月饮料制造业主要经济指标（4）

- 90图表：2005年1-12月饮料制造业主要经济指标（5）
- 91图表：2005年1-12月饮料制造业主要经济指标（6）
- 91图表：2005年1-12月饮料制造业主要经济指标（7）
- 92图表：2005年1-12月饮料制造业主要经济指标（8）
- 92图表：2005年1-12月饮料制造业主要经济指标（9）
- 92图表：2005年1-12月饮料制造业主要经济指标（10）
- 93图表：2005年1-12月饮料制造业主要经济指标（11）
- 93图表：2006年1-6月饮料制造业主要经济指标（1）
- 94图表：2006年1-6月饮料制造业主要经济指标（2）
- 94图表：2006年1-6月饮料制造业主要经济指标（3）
- 94图表：2006年1-6月饮料制造业主要经济指标（4）
- 95图表：2006年1-6月饮料制造业主要经济指标（5）
- 95图表：2006年1-6月饮料制造业主要经济指标（6）
- 95图表：2006年1-6月饮料制造业主要经济指标（7）
- 95图表：2006年1-6月饮料制造业主要经济指标（8）
- 96图表：2006年1-6月饮料制造业主要经济指标（9）
- 96图表：2006年1-6月饮料制造业主要经济指标（10）
- 96图表：2006年1-6月饮料制造业主要经济指标（11）
- 97图表：2005年2月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 97图表：2005年3月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 97图表：2005年4月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 98图表：2005年5月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 98图表：2005年6月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 99图表：2005年7月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 99图表：2005年8月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 99图表：2005年9月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 100图表：2005年10月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 100图表：2005年11月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 101图表：2005年12月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 101图表：2005年2月食品制造业销售收入前10家企业
- 101图表：2005年3月食品制造业销售收入前10家企业
- 102图表：2005年4月食品制造业销售收入前10家企业
- 102图表：2005年5月食品制造业销售收入前10家企业
- 103图表：2005年6月食品制造业销售收入前10家企业
- 103图表：2005年7月食品制造业销售收入前10家企业

- 103图表：2005年8月食品制造业销售收入前10家企业
- 104图表：2005年9月食品制造业销售收入前10家企业
- 104图表：2005年10月食品制造业销售收入前10家企业
- 105图表：2005年11月食品制造业销售收入前10家企业
- 105图表：2005年12月食品制造业销售收入前10家企业
- 105图表：2005年2月饮料制造业销售收入前10家企业
- 106图表：2005年3月饮料制造业销售收入前10家企业
- 106图表：2005年4月饮料制造业销售收入前10家企业
- 107图表：2005年5月饮料制造业销售收入前10家企业
- 107图表：2005年6月饮料制造业销售收入前10家企业
- 107图表：2005年7月饮料制造业销售收入前10家企业
- 108图表：2005年8月饮料制造业销售收入前10家企业
- 108图表：2005年9月饮料制造业销售收入前10家企业
- 109图表：2005年10月饮料制造业销售收入前10家企
- 109图表：2005年11月饮料制造业销售收入前10家企业
- 109图表：2005年12月饮料制造业销售收入前10家企业
- 110图表：2006年2月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 110图表：2006年3月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 111图表：2006年4月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 111图表：2006年5月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 111图表：2006年6月农副食品加工业销售收入前10家企业
- 112图表：2006年2月食品制造业销售收入前10家企业
- 112图表：2006年3月食品制造业销售收入前10家企业
- 113图表：2006年4月食品制造业销售收入前10家企业
- 113图表：2006年5月食品制造业销售收入前10家企业
- 113图表：2006年6月食品制造业销售收入前10家企业
- 114图表：2006年2月饮料制造业销售收入前10家企业
- 114图表：2006年3月饮料制造业销售收入前10家企业
- 115图表：2006年4月饮料制造业销售收入前10家企业
- 115图表：2006年5月饮料制造业销售收入前10家企业
- 115图表：2006年6月饮料制造业销售收入前10家企业
- 116图表：2005年食品制造百强企业地区分布
- 117图表：2005年11月实力指数前10名
- 117图表：2005年食品制造7月实力指数前10
- 118图表：2005年全国食品工业固定资产投资情况
- 123图表：2005年中国食品工业百强企业名单
- 128图表：九小类商品占食品类销售比重

- 129图表：食品制造业主要产品知名品牌一览表
- 132图表：财富杂志2005年世界500强中的食品制造公司
- 135图表：2005年食用植物油加工效益十佳
- 151图表：2005年1-12月全国方便食品制造累计企业单位数
- 152图表：2006年1-6月全国方便食品制造累计企业单位数
- 153图表：2005年1-12月全国方便食品制造累计利润总额
- 154图表：2006年1-6月全国方便食品制造累计利润总额
- 156图表：2005年1-12月全国方便食品制造累计产品销售收入同比增长
- 157图表：2006年1-6月全国方便食品制造累计产品销售收入同比增长
- 158图表：部分国家和地区冷冻方便食品年人均消费量
- 163图表：世界冷冻食品产品品种结构图
- 164图表：中国主要粮油作物面积和产量预计
- 167图表：2000-2005年中国主要肉类产量
- 171图表：2005年中国主要肉类产量构成比例
- 171图表：肉类行业特征
- 171图表：肉类行业的价值链
- 172图表：肉牛与奶牛的养殖要素比较
- 173图表：2005年度中国肉类食品行业50强企业名单
- 178图表：泰森食品的发展历程
- 184图表：生肉消费的形态
- 185图表：三地主要肉食品上市公司融资情况比较
- 189图表：三地主要肉食品上市公司经营业绩和股价情况比较
- 190图表：2004年含糖食品产量及同比增幅表
- 192图表：2005年1-11月主要含糖食品的累计产量和增幅表
- 192图表：2003-2005年含糖饮料年产量统计表
- 193图表：2004年1月-2005年11月含糖饮料逐月生产情况
- 193图表：2000/01-2004/05我国主要糖果出口量统计表
- 195图表：2005年与2006年消费者夏季喜欢的饮料类型
- 202图表：2006年夏季消费者的饮料类型预测值与实际值对比
- 203图表：男女消费者最常购买的饮料类型
- 203图表：消费者购买饮料时最重视的因素
- 204图表：消费者最常购买因来哦的主要地点
- 204图表：最吸引消费者的饮料概念
- 205图表：2006年消费者对不同饮料的三大需求
- 206图表：消费者最常购买的十大饮料品牌
- 206图表：2007年夏季饮料消费预测
- 208图表：2007年消费者对不同饮料的三大潜在需求
- 209图表：2007年男女消费者需求的饮料类型
- 209图表：2005年1-12月全国饼干产量
- 226图表：2006年1-6月全国饼干产量
- 227图表：2005年1-12月全国糕点面包制造累计企业单位数
- 230图表：2006年1-6月全国糕点面包制造累计企业单位数
- 231图表：2005年1-12月全国糕点面包制造累计利润总额
- 232图表：2006年1-6月全国糕点面包制造累计利润总额
- 235图表：2005年1-12月全国糕点面包制造累计销售收入比去年增长

374图表：2005年9月-2006年4月上海梅林正广和经营能力分析

375图表：2005年9月-2006年4月上海梅林正广和偿债能力分析

375图表：2005年9月-2006年4月上海梅林正广和资本结构分析

375图表：2005年9月-2006年4月上海梅林正广和发展能力分析

375图表：2005年9月-2006年4月上海梅林正广和现金流量分析

376图表：2005年9月-2006年4月上海梅林正广和利润构成分析

376图表：宜宾五粮液主要股东 380图表：2005年9月-2006年4月宜宾五粮液获利能力分析

380图表：2005年9月-2006年4月宜宾五粮液经营能力分析

381图表：2005年9月-2006年4月宜宾五粮液偿债能力分析

381图表：2005年9月-2006年4月宜宾五粮液资本结构分析

381图表：2005年9月-2006年4月宜宾五粮液发展能力分析

381图表：2005年9月-2006年4月宜宾五粮现金流量分析

382图表：2005年9月-2006年4月宜宾五粮液利润构成分析 382图表：莲花味精主要股东

390图表：2005年9月-2006年4月莲花味精获利能力分析

390图表：2005年9月-2006年4月莲花味精经营能力分析

390图表：2005年9月-2006年4月莲花味精偿债能力分析

391图表：2005年9月-2006年4月莲花味精资本结构分析

391图表：2005年9月-2006年4月莲花味精发展能力分析

391图表：2005年9月-2006年4月莲花味精现金流量分析

391图表：2005年9月-2006年4月莲花味精利润构成分析 392

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2883228832.html>