

深圳市深宝实业股份有限公司

2012 年度 报告摘要

证券代码:000019.200019 证券简称:深深宝A,深深宝B 公告编号:2013-19

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读刊载于深圳证券交易所网站的中国证监会指定网站上的年度报告全文。
公司简介

股票简称	深深宝A,深深宝B	股票代码	000019,200019
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	李若彤 董事会秘书	程桂松	证券事务代表
姓名	李若彤		
电话	0755-83027522	0755-83027522	
传真	0755-83027522	0755-83027522	
电子邮箱	hydb@com.cn	zhengshu@com.cn	

二、主要财务数据和股东变化

(一)主要财务数据

项目	2012年	2011年	比上年同期增减(%)	2010年
营业收入(元)	310,790,324.70	318,230,243.67	-2.34%	229,797,398.17
归属于上市公司股东的净利润(元)	74,529,471.28	6,980,231.57	967.72%	5,687,644.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	-37,778,841.16	-13,338,969.53	-153.23%	-41,851,853.99
经营活动产生的现金流量净额(元)	-48,434,582.23	-187,900,292.92	-157.76%	5,223,014.63
基本每股收益(元/股)	0.297	0.023	819.50%	0.031
稀释每股收益(元/股)	0.297	0.023	819.50%	0.031
加权平均净资产收益率(%)	8.04%	1.15%	6.89%	1.76%
总资产(元)	1,222,994,957.75	1,061,964,244.64	15.16%	658,468,839.95
归属于上市公司股东的净资产(元)	964,216,674.18	889,953,511.29	8.35%	323,092,000.82

(二)前十名股东持股情况表

报告期末股东总数	22,944	年度报告披露日前末5个交易日末	22,902
前10名股东持股情况			
股东名称	持股比例(%)	持股数量	质押或冻结情况
深圳市农产品股份有限公司	19.09%	47,895,097	7,791,118 无
深圳市投资控股有限公司	16.09%	40,145,586	6,783,729 质押
深圳市中航集团有限公司	9.96%	24,983,308	0 质押
李若彤	3.56%	8,923,084	0 无
深业(深圳)股权投资合伙企业(有限合伙)	2.51%	6,296,402	0 无
深业(深圳)股权投资合伙企业(有限合伙)	2.42%	6,079,206	0 无
李若彤	1.93%	4,836,644	0 无
林秀春	1.02%	2,546,002	2,546,002 质押
曹建忠	0.85%	2,134,917	2,134,917 质押
曹建忠	0.8%	2,012,758	2,012,758 质押

上述股东关联关系或一致行动的说明:深圳市农产品股份有限公司(以下简称“农产品”)持有本公司22.94%股权,直接持有农产品100%的股权,因此农产品与本公司之间存在关联关系及基于农产品与本公司共同控制农产品。

(三)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



三、管理层讨论与分析

(一)报告期内主要工作概述

报告期内,公司围绕年度经营计划,加大力度推进茶产业发展。2012年上半年受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(二)经营业绩变动原因分析

1. 营业收入变动原因:报告期内,公司营业收入较上年同期下降2.34%,主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(三)财务状况变动原因分析

1. 归属于上市公司股东的净利润变动原因:报告期内,归属于上市公司股东的净利润较上年同期增加967.72%,主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(四)现金流量变动原因分析

1. 经营活动产生的现金流量净额变动原因:报告期内,经营活动产生的现金流量净额较上年同期下降157.76%,主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(五)资产、负债变动原因分析

1. 总资产变动原因:报告期内,总资产较上年同期增加15.16%,主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(六)股本变动原因分析

1. 股本变动原因:报告期内,股本较上年同期增加8.35%,主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(七)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(八)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(九)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(十)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(十一)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(十二)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(十三)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(十四)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(十五)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(十六)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(十七)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(十八)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(十九)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(二十)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(二十一)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(二十二)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(二十三)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(二十四)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(二十五)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(二十六)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(二十七)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(二十八)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(二十九)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(三十)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(三十一)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(三十二)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(三十三)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(三十四)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

(三十五)其他变动原因分析

1. 其他变动原因:报告期内,其他变动原因主要系受国内经济增速回落,饮料市场疲软,新质下降等因素的影响,公司茶制品市场有效需求不足,销量下降。下半年在品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。

链、公司在产品结构、工艺技术、设备先进性、产业链布局等方面具备较强竞争力,公司将通过不断创新体制机制、新观念、新产品,对茶及天然植物价值进行深度开发和利用,提升公司茶产业链的协同效应和核心竞争力。

(一)公司未来发展的展望

1. 公司所处行业发展趋势和竞争格局
(1)茶及天然植物精深加工产品的发展前景
我国茶叶产销自1993年起步,2002年开始进入竞争快速发展期,根据中国茶叶协会的统计数据显示:我国茶叶自2002年以来就是我国饮料市场增长最快的品种之一,由198.20万吨增长至2009年的800.00万吨,年平均增长率达23.06%,远高于其他饮料品种,如果按照平均增幅12%计算,预计到2015年,茶叶市场将达到1,600万吨的规模。另一方面,随着人们对茶及天然植物有效成分认识的逐渐深化,提取和利用茶及天然植物中活性成分,并将这些产品应用于医药、食品、化工等行业,成为茶及天然植物精深加工业务发展的新趋势。随着食品饮料市场的繁荣发展和茶及天然植物精深加工产品应用领域的扩大,将为我国内茶产业链奠定坚实的产业基础。

(2)茶叶行业的发展趋势
国内茶叶市场发展迅速,基本形成以绿茶为主体,乌龙茶、普洱茶、红茶等全面发展的趋势,随着人民生活水平的提高,对高品质、健康、安全的茶叶需求不断增长,名优茶的销量和利润持续增长,中高端茶叶越来越成为人们购买茶叶的首选。同时,大量的资本也涌入这个行业,使得行业竞争日趋激烈,行业集中度不断提高,同时,大量的资本也涌入这个行业,使得行业竞争日趋激烈,行业集中度不断提高。

(3)行业内的竞争格局
随着国内茶产业链的不断发展,资金雄厚的大型企业、食品企业也开将他们的业务逐步拓展到茶产业,对行业内企业发展的挑战,同时,大量的资本也涌入这个行业,使得行业竞争日趋激烈,行业集中度不断提高。

2. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

3. 公司2013年经营计划

2013年度,根据发展战略和经营计划,公司将围绕茶产业,加大品牌培育、渠道开拓、经济激励等因素驱动下,公司茶制品市场有效需求回升,销量回升。同时,大量的资本也涌入这个行业,使得行业竞争日趋激烈,行业集中度不断提高。

4. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

5. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

6. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

7. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

8. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

9. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

10. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

11. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

12. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

13. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

14. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

15. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

16. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

17. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

18. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

19. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

20. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

21. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

22. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

23. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

24. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和文化的“泛”化,将奠定未来中国茶产业可持续发展的坚实基础。随着居民消费升级和消费形态向天然、健康、营养转变和上述的宏观经济因素,将为公司所从事的健康产业提供广阔的市场空间。

25. 公司未来发展机遇

未来中国经济保持较高增长速度,城镇化进程不断加快,城镇化进程可支配收入持续增长,居民消费升级,以及茶饮食文化和