证券代码:000798　　证券简称:中水渔业　　公告编号:2015-016

中水集团远洋股份有限公司

2014 年度报告摘要

1.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,应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等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	中水渔业	股票代码	000798
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	陈明	吕慧玲	
电话	(010)88067448	(010)88067461	
传真	(010)88067463	(010)88067463	
电子信箱	chenming@cofc.com.cn	Lvh1000798@sina.com	

2.主要财务数据和股东变化

(1)主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

√ 是 □ 否

	2014年	2013年		本年比上年增减	2012年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入(元)	378,756,392.67	296,131,021.96	296,131,021.96	27.90%	503,836,480.32	503,836,480.32
归属于上市公司股东的净利润(元)	21,048,280.82	54,306,788.37	54,306,788.37	−61.24%	58,278,553.84	53,817,353.84
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	16,248,585.31	−34,461,899.34	−34,461,899.34	147.15%	−35,177,129.33	40,539,469.67
经营活动产生的现金流量净额(元)	−15,662,680.07	93,147,016.52	93,147,016.52	−116.82%	14,214,822.59	14,214,822.59
基本每股收益(元/股)	0.0609	0.1700	0.1700	−61.24%	0.18	0.17
稀释每股收益(元/股)	0.0609	0.1700	0.1700	−61.24%	0.18	0.17
加权平均净资产收益率	2.51%	6.60%	6.60%	−4.09%	7.86%	6.84%

	2014年末	2013年末		本年末比上年末增减	2012年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产(元)	929,036,131.02	934,699,824.31	935,140,069.23	−0.63%	891,495,289.21	934,847,489.21
归属于上市公司股东的净资产(元)	842,233,388.66	836,895,356.58	836,895,356.58	0.64%	761,507,015.31	804,859,215.31

(2)前10名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数	17,886	年度报告披露日前第5个交易日末普通股股东总数	16,050

前10名普通股股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
中国农业发展集团有限公司	国有法人	25.36%	81,003,133			
中国水产舟山海洋渔业公司	国有法人	20.36%	65,032,154		质押	30,000,000
中国华农资产经营公司	国有法人	13.46%	43,009,713			
上海浦东发展银行-广发小盘成长股票型证券投资基金		1.19%	3,817,030			
中国光大银行股份有限公司-华商动力股票型证券投资基金		1.16%	3,717,090			
中国建设银行股份有限公司-博时主题行业混合型开放式证券投资基金		1.10%	3,513,251			
中粮集团有限公司		0.78%	2,498,562			
胡光润	境内自然人	0.70%	2,247,708			
中国工商银行股份有限公司-中欧价值智选回报混合型证券投资基金		50.00%	1,590,000			
改宏业	境内自然人	0.41%	1,317,279			
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中,中国水产舟山海洋渔业公司、中国华农资产经营公司为中国农业发展集团有限公司的全资子公司,三家法人股东在报告期内持有本公司的股权均未发生变动。公司未知其他股东之间的关联关系。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	胡光润通过普通证券账户持有0股,通过华泰证券股份有限公司客户信用交易担保证券账户持有2,129,101股,持股比例为0.67%。					

(3)前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(4)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

3.管理层讨论与分析

一、概述

公司属农业类渔洋渔业生产企业,主营业务是远洋水产品的捕捞、储运、销售和进出口等。2014年是公司的调整改革之年,始型发展之年。在董事会的正确领导下,公司坚持“保稳定,保转型,保提长”的工作总基调,环标出击,改革创新,提质增效,进一步巩固和拓展了保持生产经营的稳定,始终围绕“打造现代化远洋渔业企业”的发展目标,统筹公司的发展战略和经营计划,科学组织生产经营,加快项目建设进度,扩大公司发展规模,提升公司发展质量和效益,公司实现了较为稳定的经营业绩,为公司的持续发展奠定了基础。

2014年累计捕捞鱼货26.63万吨,同比增长29%;捕捞总产值约为14.4万元,同比增长27%。其中:阿根廷鱿鱼11.25万吨,同比增长21%;金枪鱼6.63万吨,同比增长16%;秋刀鱼产量3.08万吨,同比下降0.7%;秘鲁鳀鱼4.9吨,同比下降77%。报告期内,受原材料成本上涨及国际市场供需关系变化等因素影响,公司主要产品销售价格同比有所下降,但公司通过不断改进生产技术,提高产品质量,加强成本控制,降低单位成本,使得公司的盈利能力得到了较为稳定的保持。

在生产经营方面,为缓解资源、供价下滑给企业带来的全面冲击,公司一方面对存量业务进行适度调整,优化作业结构;一方面大力推进增量业务,通过项目并购,盘活资产开发新项目等方式努力提升盈利能力。实现的主要工作如下:

一是调整结构,优化作业结构。报告期内,公司对现有船队进行了结构调整,对效益较差的船只进行了处置,同时新增了大西洋鱿钓项目和秘鲁鳀鱼项目,进一步优化了公司的作业结构,提高了公司的盈利能力。

二是加强管理,降低运营成本。报告期内,公司通过进一步加强对船舶的管理,提高船舶的维修质量,减少船舶的维修费用;通过加强对船员的管理,减少船员的流动,降低船员的工资成本;通过加强对燃油的管理,减少燃油的消耗,降低燃油成本。

三是加强营销,提高经营效益。报告期内,公司通过不断改进产品工艺,提高产品质量,提高产品附加值,增加产品的销售收入。

四是加强安全管理,确保安全生产。报告期内,公司进一步加强了对船舶的安全管理,通过加强对船员的安全教育,提高船员的安全意识,减少了安全事故的发生。

五是加强人才队伍建设,为公司的发展提供人才保障。报告期内,公司通过加强对船员的培训,提高了船员的业务素质,为公司的发展提供了人才保障。

六是加强企业文化建设,为公司的发展提供精神动力。报告期内,公司通过加强企业文化建设,增强了员工的凝聚力,为公司的发展提供了精神动力。

七是加强党建工作,为公司的发展提供政治保障。报告期内,公司通过加强党建工作,为公司的发展提供了政治保障。

二、主营业务分析

1.概述

公司回顾总结前期披露的发展战略和经营计划在报告期内的进展情况

面对复杂的经营环境,2014年公司严格实施了2013年度股东大会确定的发展战略和经营计划,具体情况如下:

(1)“十二五”规划目标及完成情况

根据公司“十二五”发展规划,“十二五”期间,公司远洋渔业的发展从两个层面进行:一是外围引入,即根据集团的总体战略部署,通过系统内资源重组,增加主业支柱,丰富业务类型,提升经济总量,做大做强企业;二是自我发展,积极扩大现有主业规模,培育和强化主业项目的体系完整和自主发展动能,精心打造“金枪鱼、鳀鱼(秋刀鱼魔作)”两大业务板块,提升专业化体系化运营水平,占据和巩固同业龙头地位;建设陆上渔业基地,实现捕捞一体化经营,逐步培育水产品加工、渔需服务业务,提升产业链条,提高主营业务盈利面,盈利能力和稳定性。

(2)年度生产经营计划及完成情况

截至2014年12月31日,公司共产出鳀32,900.61万元,全年实现营业收入27,875.64万元,利润总额2,009.40万元,归属于母公司所有者的净利润2,104.83万元,完成年初制定的年度生产经营目标。

公司对实际经营业绩较管公开披露过的本年度盈利预测低于或高于20%以上的差异原因

□ 适用 √ 不适用

主要经营模式的变化情况

□ 适用 √ 不适用

2.收入

(1)驱动业务收入变动的因素分析

主营业务收入	本期发生额	上期同期	增减比例
其中:捕捞	343,870,250.72	227,913,798.54	50.88%
零售收入	27,311,283.16		−
修船	6,818,873.50	19,300,079.92	−64.67%
房地产业		47,400,837.00	−100.00%
合 计	378,000,407.38	294,614,715.46	28.30%

说明

2014年公司实现营业收入27,875.64万元,其中主营业务收入27,380.04万元,较去年同期增加28.30%,主要由捕捞业收入、零售收入和修船业收入组成。

(1)捕捞业务当年实现营业收入34,387.02万元,较去年同期增加50.88%,主要是由于本年度阿根廷鱿鱼资源旺发,受济金枪鱼项目产品小幅上升导致产销量增加所致;

(2)零售收入当年实现2,731.12万元,系本年度新增的水产品贸易业务收入,上年同期无;

(3)修船业务当年实现营业收入681.89万元,较去年同期减少9467%,主要是由于大连南成修船有限公司存船均被撤,严重影响生产所致。

公司实物销售收入是否大于劳务收入

√ 是 □ 否

行业分类	项目	单位	2014年	2013年	同比增减
捕捞业	销售量	吨	26,430.62	15,586.56	69.57%
	生产量	吨	26,635.95	19,191	38.79%
	库存量	吨	6,304.93	5,740.19	9.84%

相关数据同比发生变动30%以上的原因说明

√ 适用 □ 不适用

2014年销售量和生产量分别比上年同期增加69.57%和38.79%,主要是由于本期阿根廷鱿鱼资源旺发导致产销量同比增加所致。

公司重大采购情况

公司报告期内产品或服务发生重大变化或调整有关情况

□ 适用 √ 不适用

公司报告期内产品或服务发生重大变化或调整有关情况

□ 适用 √ 不适用

公司主要销售客户情况

前五名客户合计销售金额(元)	200,007,337.80
前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例	52.92%

公司前五大客户情况

√ 适用 □ 不适用

序号	客户名称	销售额(元)	占年度销售总额比例
1	台湾丰群水产股份有限公司	103,042,830.96	27.26%
2	山东省中鲁远洋(烟台)食品有限公司	40,744,670.00	10.78%
3	Unified Seafood Co.,Inc	24,794,490.39	6.56%
4	Tripacific Marine Ltd	16,169,411.64	4.28%
5	三亚三丰水产进出口贸易有限公司	15,255,934.81	4.04%
合计	−−	200,007,337.80	52.92%

主要供应商情况

□ 适用 √ 不适用

3.成本

行业分类

单位:元

行业分类	项目	2014年		2013年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
捕捞	材料消耗	57,417,880.24	15.12%	48,616,245.55	15.08%	18.10%
捕捞	燃料	102,221,514.89	26.92%	99,039,748.22	30.71%	3.21%
捕捞	折旧	23,086,939.16	6.08%	20,137,567.62	6.25%	14.65%
捕捞	人工成本	78,569,642.29	20.69%	63,695,126.99	19.75%	23.35%
捕捞	修理费	11,356,937.11	2.99%	6,842,521.61	2.12%	65.98%
捕捞	运输费	33,111,739.76	8.72%	7,728,535.90	2.40%	328.43%
捕捞	其他	37,370,457.29	9.84%	23,201,752.63	7.20%	61.07%
修船	直接材料	2,087,030.49	0.55%	5,828,506.10	1.81%	−64.19%
修船	人工成本	1,039,1.05	0.27%	6,480,909.19	2.01%	−36.14%
修船	制造费用	2,898,896.98	0.76%	2,047,823.94	0.64%	41.56%

单位:元

2.2 截止报告期末的股东总数、前十名股东、前十名流通股东(或无限售条件股东)持股情况表

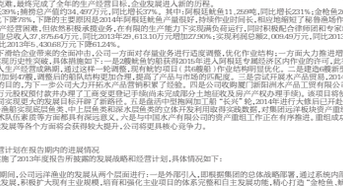
截止报告期末股东总数(户)	41853

单位:万股

前十名股东持股情况

股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件股份数量	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
陕西黄河矿业(集团)有限责任公司	0	27,600	44.52%	27,600	无	0	境内非国有法人
陕西省物资产金集团公司	−1,200	12,800	20.65%	12,800	无	0	国有法人
全国社会保障基金理事会转持二户	1,200	1,200	1.94%	1,200	无	0	国有法人
李保平	0	1,200	1.94%	1,200	无	0	境内自然人
李光平	0	1,200	1.94%	1,200	无	0	境内自然人
李博	0	1,200	1.94%	1,200	无	0	境内自然人
李阳	0	1,200	1.94%	1,200	无	0	境内自然人
吕红丽	0	1,000	1.61%	1,000	无	0	境内自然人
张林兴	0	1,000	1.61%	1,000	无	0	境内自然人
姚炜	0	750	1.21%	750	无	0	境内自然人

公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



3.管理层讨论与分析

2014年下游钢铁行业产能过剩,日在市场和环保等地越排的多重叠加压力下,上下游行业及相关行业整体继续低迷,焦化行业面临极大的困境。公司董事会认清形势,积极主动打动,依托公司煤化产业链的技术优势,强化全面沟通精细化管理,积极实施节能减排技术改造降低工序,实现各种物质的最优化生产经营,加快项目建设进度,扩公司龙门煤化静裂项目建设完成,产业链实现延伸,抗风险过增加。扩经天单多赢答势力,公司终于成功上市,为公司未来的战略发展奠定了有利的平台。

(一)公司目前所处行业的基本情况

(1)先进的经营模式提升公司盈利能力,公司循环经济产业链,作为集煤炭资源、煤炭成本、增加盈利点为一体的经营模式,既节约生产成本,又提高经济效益,公司从投产之日起,就成立了专业的销售公司,针对不同产品的销售情况,加入焦化行业,化工行业协会组织,在第一时间掌握市场信息,有针对性地灵活转变销售模式,使公司成为省内知名的独立焦化企业,公司的产业发利推力和经济效益,公司产品成本和销售价格在行业内处于领先地位。

(2)良好的资产质量和运营效率。公司的资产结构中以应收票据,存货,固定资产为主,各项资产增长较为均衡,固定资产等长期为为资产的比例略低着产销规模大而逐渐下降,资产结构较为合理,各项资产的运营效率指标,如应收账款周转率,存货周转率均处于行业领先水平。

(3)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(4)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(5)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(6)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(7)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(8)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(9)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(10)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(11)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(12)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(13)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(14)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(15)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(16)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(17)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(18)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(19)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(20)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(21)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(22)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(23)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(24)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(25)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(26)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(27)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(28)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(29)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(30)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(31)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(32)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(33)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(34)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(35)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(36)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(37)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(38)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(39)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(40)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(41)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(42)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(43)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(44)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(45)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(46)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(47)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(48)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(49)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(50)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(51)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(52)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(53)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(54)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(55)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(56)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(57)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(58)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(59)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(60)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(61)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(62)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(63)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(64)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(65)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(66)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(67)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(68)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(69)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(70)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(71)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(72)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(73)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(74)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(75)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(76)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(77)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(78)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(79)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(80)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(81)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(82)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(83)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(84)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(85)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(86)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(87)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高水平,公司的产品销售区域以陕西为主,辐射华东,华南,华北等地区,销售网络覆盖面广,销售渠道畅通,公司在产销两个业务环节均具有较强的竞争力。

(88)公司的产品销售量连年增长,产销率保持在较高