

# 2017-2022年中国维生素行业 分析与发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国维生素行业分析与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1006/201703/23-227858.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

维生素是人和动物为维持正常的生理功能而必须从食物中获得的一类微量有机物质，在人体生长、代谢、发育过程中发挥着重要的作用。维生素既不参与构成人体细胞，也不为人体提供能量。维生素是维持身体健康所必需的一类有机化合物。这类物质在体内既不能是构成身体组织的原料，也不是能量的来源，而是一类调节物质，在物质代谢中起重要作用。

历经多次洗牌，维生素市场格局日趋合理，中国维生素生产企业也在风雨中逐渐走向成熟。在国际维生素行业重新洗牌中，中国维生素制造商经受了考验，依靠灵活的经营策略、产品的成本优势和技术上的后发优势，在竞争中站稳了脚跟。中国已是全球极少数能够生产全部维生素品种的国家之一。中国不少维生素品种产量已位居世界前列。

近几年来，国内科研单位和企业维生素行业取得的科研成果和技术突破，是中国维生素生产商得以在激烈的竞争中生存并壮大的主要原因。国内14种维生素生产基本实现国产化，告别了饲料级维生素主要依赖进口的历史。维生素D3、生物素、维生素B2、烟酸和泛酸钙等技术均有重大突破并实现产业化。有的生产技术如维生素B2、维生素C等还领先于国际水平。2016年国内维生素产量约25万吨，占全球产量的60%以上，市场规模约25亿美元，出口量约20万吨。

维生素保健品市场正快速形成，市场潜力十分广阔随着公民生活水平的提高，公民自身的保健意识正在不断增强。维生素产品作为最具有科学依据的保健品，迅速被广大市民所接受，维C冲剂、维C、E复合冲剂、复合维生素片等维生素保健品供不应求，一个巨大的维生素保健品市场正在快速形成。

报告目录：第一章 维生素行业发展概述1.1 维生素简述1.1.1 维生素的定义1.1.2 维生素的分类1.2 维生素的市场应用1.2.1 维生素的应用人群1.2.2 维生素的治疗应用1.2.3 维生素的饲料应用第二章 维生素行业市场特点概述2.1 行业市场概况2.1.1 行业市场化程度2.1.2 行业利润水平2.1.3 行业产品价格变动趋势2.2 进入本行业的主要障碍2.2.1 资金准入障碍2.2.2 市场准入障碍2.2.3 技术与人才障碍2.2.4 其他障碍2.3 行业的周期性、区域性2.3.1 行业周期分析2.3.2 行业的区域性第三章 2014-2016年中国维生素行业发展环境分析3.1 维生素行业政治法律环境3.1.1 行业监管体制分析3.1.2 行业主要法律法规3.1.3 相关产业政策分析3.2 维生素行业经济环境分析3.2.1 宏观经济形势分析1、中国GDP增长情况分析2、工业经济发展形势分析3、社会固定资产投资分析4、全社会消费品零售总额5、城乡居民收入增长分析6、居民消费价格变化分析3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析3.3 维生素行业社会环境分析3.3.1 维生素产业社会环境1、人口环境分析2、教育环境分析3、文化环境分析4、中国城镇化率3.3.2 社会环境对行业的影响 第四章

2014-2016年全球维生素发展概述4.1 2014-2016年全球维生素行业发展情况概述4.1.1 全球维生素行业发展现状4.1.2 全球维生素行业发展特征4.2 2014-2016年全球主要地区维生素行业发展状况4.2.1 欧洲维生素行业发展情况概述4.2.2 美国维生素行业发展情况概述4.2.3 日韩维生素行业发展情况概述4.3 2017-2022年全球维生素行业发展前景预测4.3.1 全球维生素行业市场规模预测4.3.2 全球维生素行业发展前景分析4.3.3 全球维生素行业发展趋势分析 第五章 2014-2016中国维生素行业发展概述5.1 中国维生素行业发展状况分析5.1.1 中国维生素行业发展阶段5.1.2 中国维生素行业发展总体概况5.1.3 中国维生素行业发展特点分析5.2 2014-2016年维生素行业发展现状5.2.1 2014-2016年中国维生素行业市场规模5.2.2 2014-2016年中国维生素行业发展分析5.2.3 2014-2016年中国维生素企业发展分析5.3 2017-2022年中国维生素行业面临的困境及对策5.3.1 中国维生素行业面临的困境及对策5.3.2 中国维生素企业发展困境及策略分析 第六章 2014-2016中国维生素行业市场运行分析6.1 2014-2016年中国维生素行业总体规模分析6.1.1 企业数量结构分析6.1.2 人员规模状况分析6.1.3 行业资产规模分析6.1.4 行业市场规模分析6.2 2014-2016年中国维生素行业产销情况分析6.2.1 中国维生素行业总产值6.2.2 中国维生素行业销售产值6.2.3 中国维生素行业产销率6.3 2014-2016年中国维生素行业市场供需分析6.3.1 中国维生素行业供给分析6.3.2 中国维生素行业需求分析6.3.3 中国维生素行业供需平衡6.4 2014-2016年中国维生素行业财务指标总体分析6.4.1 行业盈利能力分析6.4.2 行业偿债能力分析6.4.3 行业营运能力分析6.4.4 行业发展能力分析 第七章 2014-2016年维生素物重点产品发展分析7.1 维生素C7.1.1 市场基本情况7.1.2 发展现状分析7.1.3 市场格局分析7.2 维生素A7.2.1 市场基本情况7.2.2 发展现状分析7.2.3 市场格局分析7.3 维生素E7.3.1 市场基本情况7.3.2 发展现状分析7.3.3 市场格局分析7.4 维生素D7.4.1 市场基本情况7.4.2 发展现状分析7.4.3 市场格局分析 第八章 中国维生素物行业渠道分析及策略8.1 维生素物行业渠道分析8.1.1 各类渠道对维生素物行业的影响8.1.2 主要维生素物企业渠道策略研究8.2 维生素物行业用户分析8.2.1 用户认知程度分析8.2.2 用户需求特点分析8.2.3 用户购买途径分析8.3 维生素物行业营销策略分析8.3.1 维生素物营销概况8.3.2 维生素物营销策略探讨8.3.3 维生素物营销策略探讨 第九章 中国维生素行业市场竞争分析9.1 中国维生素行业历史竞争格局概况9.1.1 维生素行业集中度分析9.1.2 维生素行业竞争程度分析9.2 中国维生素行业竞争分析9.2.1 维生素行业竞争概况9.2.2 中国维生素产业集群分析9.2.3 中外维生素企业竞争力比较9.2.4 维生素行业品牌竞争分析9.3 维生素行业竞争关键因素9.3.1 价格9.3.2 渠道9.3.3 产品/服务质量9.3.4 品牌 第十章 中国维生素行业领先企业竞争力分析10.1 浙江新和成股份有限公司10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业主要产品分析10.1.3 企业竞争优势分析10.1.4 企业经营状况分析10.1.5 企业最新发展动态10.1.6 企业发展战略分析10.2 华北制药股份有限公司10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业主要产品分析10.2.3 企业竞争优势分析10.2.4 企业经营状况分析10.2.5 企业最新发展动态10.2.6 企业发展战略分析10.3 浙江医药股份有限公司10.3.1 企业发展

基本情况10.3.2 企业主要产品分析10.3.3 企业竞争优势分析10.3.4 企业经营状况分析10.3.5 企业最新发展动态10.3.6 企业发展战略分析10.4 浙江杭州鑫富药业股份有限公司10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业主要产品分析10.4.3 企业竞争优势分析10.4.4 企业经营状况分析10.4.5 企业最新发展动态10.4.6 企业发展战略分析10.5 湖北广济药业股份有限公司10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业主要产品分析10.5.3 企业竞争优势分析10.5.4 企业经营状况分析10.5.5 企业最新发展动态10.5.6 企业发展战略分析10.6 东北制药集团股份有限公司10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业主要产品分析10.6.3 企业竞争优势分析10.6.4 企业经营状况分析10.6.5 企业最新发展动态10.6.6 企业发展战略分析10.7 江苏江山制药有限公司10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业主要产品分析10.7.3 企业竞争优势分析10.7.4 企业经营状况分析10.7.5 企业最新发展动态10.7.6 企业发展战略分析10.8 石家庄维生药业集团10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业主要产品分析10.8.3 企业竞争优势分析10.8.4 企业经营状况分析10.8.5 企业最新发展动态10.8.6 企业发展战略分析10.9 上海黄金搭档生物科技有限公司10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业主要产品分析10.9.3 企业竞争优势分析10.9.4 企业经营状况分析10.9.5 企业最新发展动态10.9.6 企业发展战略分析10.10 杭州民生药业有限公司10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业主要产品分析10.10.3 企业竞争优势分析10.10.4 企业经营状况分析10.10.5 企业最新发展动态10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2017-2022年中国维生素行业发展趋势与前景分析11.1 2017-2022年中国维生素市场发展前景11.1.1 2017-2022年维生素市场发展潜力11.1.2 2017-2022年维生素市场发展前景展望11.1.3 2017-2022年维生素细分行业发展前景分析11.2 2017-2022年中国维生素市场发展趋势预测11.2.1 2017-2022年维生素行业发展趋势11.2.2 2017-2022年维生素市场规模预测11.2.3 2017-2022年维生素行业应用趋势预测11.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测11.3 2017-2022年中国维生素行业供需预测11.3.1 2017-2022年中国维生素行业供给预测11.3.2 2017-2022年中国维生素行业需求预测11.3.3 2017-2022年中国维生素供需平衡预测

第十二章 2017-2022年中国维生素行业投资前景12.1 维生素行业投资现状分析12.1.1 维生素行业投资规模分析12.1.2 维生素行业投资资金来源构成12.1.3 维生素行业投资项目建设分析12.2 维生素行业投资特性分析12.2.1 维生素行业进入壁垒分析12.2.2 维生素行业盈利模式分析12.2.3 维生素行业盈利因素分析12.3 维生素行业投资机会分析12.3.1 产业链投资机会12.3.2 细分市场投资机会12.3.3 重点区域投资机会12.4 维生素行业投资风险分析12.4.1 行业政策风险12.4.2 宏观经济风险12.4.3 市场竞争风险12.4.4 关联产业风险12.4.5 产品结构风险12.4.6 技术研发风险12.4.7 其他投资风险

第十三章 2017-2022年中国维生素企业投资战略分析13.1 维生素企业发展战略规划背景意义13.1.1 企业转型升级的需要13.1.2 企业做大做强的需要13.1.3 企业可持续发展需要13.2 维生素企业战略规划制定依据13.2.1 国家政策支持13.2.2 行业发展规律13.2.3 企业资源与能力13.3 维生素企业战略规划策略分析13.3.1 战略综合规划13.3.2 技术开发战略13.3.3 区域战略规划13.3.4 产业战略规划13.3.5 营

销品牌战略13.3.6 竞争战略规划 第十四章 研究结论及建议14.1 研究结论14.2 行业发展建议14.2.1 行业发展策略建议14.2.2 行业投资方向建议14.2.3 行业投资方式建议 图表目录图表：  
维生素行业特点图表：维生素行业生命周期图表：维生素行业产业链分析图表：2014-2016年  
维生素行业市场规模分析图表：2017-2022年维生素行业市场规模预测图表：2014-2016年维生  
素行业供给规模图表：2014-2016年维生素行业需求规模图表：2014-2016年维生素行业企业竞  
争结构图表：中国维生素行业盈利能力分析图表：中国维生素行业运营能力分析图表：中国  
维生素行业偿债能力分析图表：中国维生素行业发展能力分析图表：2014-2016年中国维生  
素行业销售情况分析图表：2014-2016年中国维生素行业利润情况分析图表：2017-2022年中国维  
生素消费量预测图表：2017-2022年中国维生素市场价格走势预测图表：区域发展战略规划  
略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1006/201703/23-227858.html>