

2019年中国维生素C行业分析报告- 市场运营态势与未来前景研究

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《2019年中国维生素C行业分析报告-市场运营态势与未来前景研究》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/baojianpin/422612422612.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

行业概况：VC主要用于医药、保健品、饲料以及食品添加剂等领域。从需求结构上来看，食品和医药保健品约占VC消费的85%（食品约占70%，医药保健品约占15%），饲料是15%，化妆品为0-1%左右。与其他维生素不一样，VC主要以人用为主，属于生活必需品，所以需求刚性，周期性不强。全球维生素C的增速保持在3-5%的水平，即便是遇上2008年的金融危机，VC的需求也几乎不受影响。单从国内市场来看，五大VC生产厂商已协议今年7、8月整体停产半个月。厂商目前已开始控制下游终端的发货，国内VC市场存在3万吨的需求缺口。厂商现阶段库存较少，处于补库存的状态。

维生素C下游市场分布图 资料来源：Frost&Sullivan，观研天下数据中心整理

目前全球VC市场供需处于饱和状态，国内市场也处于明显供大于求的局面。目前全球VC市场需求量约为12万吨，主要供应商有6家，除DSM苏格兰厂外，其余5家均在我国。VC生产技术壁垒不高，进入门槛较低。其产能分布主要集中在国内五家企业，即东北制药2.5万吨，华北制药2.5万吨（15年因资金链问题完全停产，目前无复产计划），石药4万吨，鲁维3万吨，江山2.5万吨，另外还有天力，拓洋等多家企业生产，产能约为2万吨。我国每年VC产能约为16.5万吨，产能严重过剩，仅我国这5家生产企业的产能就已经与全球VC市场需求量持平。

近两年，我国维生素出口量增长迅猛，与之相对的是国内生产企业VC产能受到环保政策压力增大。2016年11月份，石家庄市各县（市）区政府及循环化工园区管委会等均收到一份《石家庄市大气污染防治调度令》，要求全市所有制药行业全部停产，未经市政府批准不得复工生产。维生素C产量短期受到影响。

维生素C产能概况（万吨）资料来源：公开资料，观研天下数据中心整理

VC历史价格回顾：2007年，医保商会开始执行出口许可证的政策，VC价格从底部的30元/千克开始反弹。2008年在奥运会停产的因素刺激下，价格一度攀升至135元/千克，这一轮行情维持了一年多的时间。2009年以后，合规企业产能利用率较高，都有扩产的意愿；不合规的企业在地方政府的默许之下，上马VC项目。产能过剩导致2010年VC价格大幅回落，价格跌至3.3美元/千克，接近企业的生产成本，相当部分企业已经亏损。2014年2月起，国产VC的价格稳定在28元/千克，2015年8月小幅下降到26元/千克，2016年下半年石药集团等受环保影响停产导致短期内VC供给减少，VC价格迅速回升，17年5月份均价70元/千克，环比上涨0.76%。

我国历年VC出口量和价（单位：吨，美元/千克）资料来源：wind，观研天下数据中心整理

VC未来价格展望：海关出口数据显示，2016年1-12月我国VC及其衍生物出口数量达到13.11万吨，同比上升6.02%，2017年5月VC出口量12364吨，同比下跌5.83%、环比下跌6.8%，VC出口单价为5.91美元/千克，环比上涨9.18%。预计未来一段时间内维生素C价格仍有上行空间。

受环保因素影响，河北地区石药集团、华北制药停产，VC产能受限，存量日益消耗，目前石药已恢复生产，但开工水平较低，据市场消息称华北制药今年将不会复产。我们认为环保因素致使短期内VC产能难以恢复，市场库存持续减少，VC供应逐渐趋于紧张，价格仍有望保持强势上升势头。（ZQ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国维生素C行业分析报告-市场运营态势与未来前景研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国维生素C、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国维生素C行业发展概述

第一节 维生素C行业发展情况概述

一、维生素C行业相关定义

二、维生素C行业基本情况介绍

三、维生素C行业发展特点分析

第二节 中国维生素C行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、维生素C行业产业链条分析
- 三、中国维生素C行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国维生素C行业生命周期分析
 - 一、维生素C行业生命周期理论概述
 - 二、维生素C行业所属的生命周期分析
- 第四节 维生素C行业经济指标分析
 - 一、维生素C行业的赢利性分析
 - 二、维生素C行业的经济周期分析
 - 三、维生素C行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国维生素C行业进入壁垒分析
 - 一、维生素C行业资金壁垒分析
 - 二、维生素C行业技术壁垒分析
 - 三、维生素C行业人才壁垒分析
 - 四、维生素C行业品牌壁垒分析
 - 五、维生素C行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球维生素C行业市场发展现状分析

- 第一节 全球维生素C行业发展历程回顾
- 第二节 全球维生素C行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲维生素C行业地区市场分析
 - 一、亚洲维生素C行业市场现状分析
 - 二、亚洲维生素C行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲维生素C行业市场前景分析
- 第四节 北美维生素C行业地区市场分析
 - 一、北美维生素C行业市场现状分析
 - 二、北美维生素C行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美维生素C行业市场前景分析
- 第五节 欧盟维生素C行业地区市场分析
 - 一、欧盟维生素C行业市场现状分析
 - 二、欧盟维生素C行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟维生素C行业市场前景分析
- 第六节 2019-2025年世界维生素C行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球维生素C行业市场规模预测

第三章 中国维生素C产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品维生素C总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国维生素C行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国维生素C产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国维生素C行业运行情况

第一节 中国维生素C行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国维生素C行业市场规模分析

第三节 中国维生素C行业供应情况分析

第四节 中国维生素C行业需求情况分析

第五节 中国维生素C行业供需平衡分析

第六节 中国维生素C行业发展趋势分析

第五章 中国维生素C所属行业运行数据监测

第一节 中国维生素C所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国维生素C所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国维生素C所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国维生素C市场格局分析

第一节 中国维生素C行业竞争现状分析

一、中国维生素C行业竞争情况分析

二、中国维生素C行业主要品牌分析

第二节 中国维生素C行业集中度分析

一、中国维生素C行业市场集中度分析

二、中国维生素C行业企业集中度分析

第三节 中国维生素C行业存在的问题

第四节 中国维生素C行业解决问题的策略分析

第五节 中国维生素C行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国维生素C行业需求特点与动态分析

第一节 中国维生素C行业消费市场动态情况

第二节 中国维生素C行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 维生素C行业成本分析

第四节 维生素C行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国维生素C行业价格现状分析

第六节 中国维生素C行业平均价格走势预测

一、中国维生素C行业价格影响因素

二、中国维生素C行业平均价格走势预测

三、中国维生素C行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国维生素C行业区域市场现状分析

第一节 中国维生素C行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区维生素C市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区维生素C市场规模分析

四、华东地区维生素C市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区维生素C市场规模分析

四、华中地区维生素C市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区维生素C市场规模分析

四、华南地区维生素C市场规模预测

第九章 2016-2018年中国维生素C行业竞争情况

第一节 中国维生素C行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国维生素C行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国维生素C行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 维生素C行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国维生素C行业发展前景分析与预测

第一节 中国维生素C行业未来发展前景分析

- 一、维生素C行业国内投资环境分析
- 二、中国维生素C行业市场机会分析
- 三、中国维生素C行业投资增速预测

第二节 中国维生素C行业未来发展趋势预测

第三节 中国维生素C行业市场发展预测

- 一、中国维生素C行业市场规模预测
- 二、中国维生素C行业市场规模增速预测
- 三、中国维生素C行业产值规模预测
- 四、中国维生素C行业产值增速预测
- 五、中国维生素C行业供需情况预测

第四节 中国维生素C行业盈利走势预测

- 一、中国维生素C行业毛利润同比增速预测
- 二、中国维生素C行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国维生素C行业投资风险与营销分析

第一节 维生素C行业投资风险分析

- 一、维生素C行业政策风险分析
- 二、维生素C行业技术风险分析
- 三、维生素C行业竞争风险
- 四、维生素C行业其他风险分析

第二节 维生素C行业企业经营发展分析及建议

- 一、维生素C行业经营模式

二、维生素C行业销售模式

三、维生素C行业创新方向

第三节 维生素C行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国维生素C行业发展战略及规划建议

第一节 中国维生素C行业品牌战略分析

一、维生素C企业品牌的重要性

二、维生素C企业实施品牌战略的意义

三、维生素C企业品牌的现状分析

四、维生素C企业的品牌战略

五、维生素C品牌战略管理的策略

第二节 中国维生素C行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国维生素C行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国维生素C行业发展策略及投资建议

第一节 中国维生素C行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国维生素C行业定价策略分析

第三节 中国维生素C行业营销渠道策略

一、维生素C行业渠道选择策略

二、维生素C行业营销策略

第四节 中国维生素C行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国维生素C行业重点投资区域分析

二、中国维生素C行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/422612422612.html>