

中国维生素E市场竞争分析与发展商机研究报告（ 2014-2019）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国维生素E市场竞争分析与发展商机研究报告（2014-2019）》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/194571194571.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

我国维生素E的主要出口市场为美国、德国、荷兰、日本和比利时。2013年我国维生素E对主要市场出口均有不同程度下滑，对美国的出口均价降幅达23.23%，对新兴市场出口均价降幅亦在10%以上，主要原因是：受全球需求疲弱影响，饲料维生素E的市场需求大幅下滑，虽然VE出口数量较2012年同期有所上升，但价格的下跌亦抵消了这一趋好的态势。当前国内维生素E市场消费增长相对迟缓，加上秋季疫情预防成本上升，因此,目前国内家禽养殖户对新一轮补栏持谨慎心理,这对VE的消费需求增长构成不利影响。总的来说，目前欧洲VE市场价格持续走跌，加之国内饲料消费的增幅不大，虽然年初，国内主要生产厂家均采取过涨价提振市场的措施，但仍无法改变市场下跌疲势。

2013年维生素E出口数量同比增加11.01%,出口金额同比下降9.22%，出口均价同比下降18.22%。

报告目录：

第一章 维生素E基础剖析

第一节 维生素E概述

一、维生素E的发现历史

二、维生素E的化学结构

三、维生素E的生理功能

第二节 维生素E产品综述

一、药物分析方法

二、维生素E来源

三、营养所需

第三节 维生素E的治疗作用

一、一般作用

二、治疗白癜风

三、治疗银屑病

四、治疗胃溃疡

五、美容作用

六、抗衰老作用

七、抗衰老与抗疲劳作用

第二章 2013-2014年全球维生素市场发展现状分析

第一节 2013-2014年国际维生素市场的发展概述

一、世界维生素产业竞争格局分析

二、全球维生素行业进入下行周期

三、世界主要维生素生产企业简介

四、乌克兰维生素市场发展潜力大

第二节2013-2014年中国维生素行业的发展综述

一、中国已成为世界最大的维生素原料药供给方

二、中国维生素市场竞争态势的变化

三、中国维生素行业研究及市场开发仍待拓宽

第三节2013-2014年中国维生素市场的发展形势分析

一、维生素总产量分析

二、维生素产业技术创新战略联盟成立

三、2013-2014年中国维生素市场回暖加快

第三章 中国维生素E行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国维生素E行业政策环境分析

第四章 2013-2014年中国维生素E行业发展态势分析

第一节2013-2014年中国维生素E行业发展概述

一、维生素E注意事项

二、维生素E使用方法

三、维生素E-代谢吸收

四、维生素C、维生素E和 β -胡萝卜素的区别

五、小麦胚芽油与普通维生素E的区别

第二节 维生素E工艺技术及专利

一、维生素E绿色生产工艺的开发及产业化

二、制造维生素E中间体的方法

三、天然维生素E的提取新工艺

四、一种水溶性维生素E的制备方法

五、含有维生素E烟酸酯的缓释制剂及其制备方法

第五章2013-2014年中国维生素E市场运行走势分析

第一节 2013-2014年中国维生素E产能分析

一、国外生产企业产能

二、国内生产企业产能

三、中国在VE市场的地位

四、VE新产品改变市场旧格局

五、VE化妆品用途异军突起

第二节 2013-2014年中国维生素E市场规模

一、维生素E全球销售规模

二、维生素E市场产品结构

第三节 2013-2014年中国维生素E国内市场分析

一、维生素E国内市场发展

二、维生素E市场消费者分析

第六章 2013-2014年中国维生素E市场消费行为及行情走势分析

第一节 2013-2014年中国维生素E市场消费行为分析

一、维生素市场消费注重实用

一、在购买维生素保健品动机上

二、在购买维生素保健品的场所选择上

三、在信息收集途径上

四、在影响购买的因素中

五、消费者在保健品的月平均花费上

第二节 2013-2014年中国维生素E市场行情及走势

一、国内的维生素E市场走势

二、帝斯曼维生素E市场经营策略

二、浙江医药和新和成维生素E市场经营策略

第七章 2013-2014年中国维生素E的价格走势及品牌分析

第一节 2013-2014年中国维生素E的价格走势

一、四川地区VE价格走势

二、江苏地区VE价格走势

三、河北地区VE价格走势

四、上海地区VE价格走势

五、VE价格快速上涨原因及未来走势分析

第二节 2013-2014年中国维生素E保健品品牌分析

一、纽倍乐

二、上海养生堂天然维生素E软胶囊

三、美国诺华天然维生素E软胶囊

四、加拿大科力斯维生素C+维生素E片

第八章 中国维生素E生产企业竞争力分析

第一节 新和成

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 浙江医药

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 德国巴斯夫

第四节 荷兰皇家帝斯曼公司(DSM)

第九章2014-2019年中国维生素E市场预测分析

第一节2014-2019年中国维生素E市场预测

一、全球天然VE消费数量预测

二、全球天然VE保健食品添加剂销售预测

三、未来市场VE的需求预测

四、维生素E市场前景广阔

第二节2014-2019年中国维生素E市场发展前景分析

一、维生素E供给预测分析

二、维生素E需求预测分析

三、维生素E进出口预测分析

第三节2014-2019年中国维生素E市场盈利预测分析

第十章2014-2019年中国维生素E业投资战略研究

第一节 中国维生素E行业投资特性及投资环境

一、行业投资特性

二、投资环境分析

第二节2014-2019年中国维生素E市场投资

一、天然VE国际市场更受青睐

二、新和成改建VE生产线进军香料市场

第三节 2014-2019年中国维生素E投资风险及建议

一、技术风险及建议

二、政策风险及建议

三、竞争风险及建议

图表详见正文

特别说明：报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/194571194571.html>