

2018年中国维生素行业分析报告- 市场深度调研与发展前景研究

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《2018年中国维生素行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》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/yaopinzhiji/369635369635.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

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。

从2016年到2017年，我国维生素市场持续火爆。中国资源环境的约束日益增强，短期内政策调整、集中整治使产业链的供求关系失衡，导致维生素生产层面集中度提升、供给下降，出现阶段性供给短缺。中国维生素生产企业经历过去十几年的发展，成为全球维生素生产中心，随着行业进入壁垒的提升，多数维生素产品供应格局处于相对平衡状态，缺乏新进入者参与竞争，产能扩张不明显，而需求的不断增长使供需平衡趋紧。维生素生产企业经历过生存阶段、发展阶段后，其对市场需求判断及市场把控的能力提升，经营理念从自由竞争转向竞合发展，各个企业市场份额和用户相对稳定，从“争市场份额”转向“向市场要利润”。

2017年中国维生素产量29.0万吨，与上年度基本持平，占全球产量70%左右。

2013-2017年我国维生素产量走势（万吨）资料来源：中国报告网整理

中国维生素单个品种的集中度比较高，大多数细分品种前三厂家的总市场份额在85%以上，泛酸钙、维生素A、B1、B6、B12和维生素C等产品供应格局稳定或者集中度提高，缺少新进入者参与市场竞争，如泛酸钙、维生素A、B1和维生素B12格局稳定，厂家开工率高；维生素B6生产厂家相对略多，但天新药业的全球市场份额为60%；维生素C厂家数量较多，但厂家间的竞争策略发生变化，集中度也有提高的趋势。总之，上述产品现有市场竞争者经过多年的磨合，市场份额和市场地位基本形成共识，2017年维生素生产企业产量压缩，市场供应阶段性紧张，价格大幅上涨。

与此同时，维生素生产不仅技术壁垒高，存在寡头垄断，同时也是高污染行业：其生产过程涉及一系列复杂的有机反应，有机溶剂容易导致挥发性有机化合物(VOCs)污染，同时产生了大量高浓度废水。由于环保监管仍在继续，新建维生素产能的难度很大，行业竞争格局将逐渐固化，这些因素都使得未来几年，维生素市场价格不会出现大幅回落。

近年环保监管政策资料来源：公开资料整理

有调查统计显示，维生素行业的最终消费者诉求以女性为主，女性对维生素的关注度与男性比例大约为7:3，其中宝妈的关注诉求最为旺盛。

我国维生素终端消费诉求统计（%）资料来源：中国报告网整理

根据相关消费者调查表明，新一代消费者的好奇心更旺盛，企业对于消费者必须具备足够的知识提供和知识传播，方可打动消费者。同时企业需要和潜在的消费者建立长期的深层次的沟通，从单一生硬的广告，变成明星、AR等多种形式的互动，富有创意的营销方可吸引到消费者。（YM）

观研天下发布的《2018年中国维生素行业分析报告-市场深度调研与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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、中国建筑、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年中国维生素行业发展概述

第一节 维生素行业发展情况概述

- 一、维生素行业相关定义
- 二、维生素行业基本情况介绍
- 三、维生素行业发展特点分析

第二节 中国维生素行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、维生素行业产业链条分析
- 三、中国维生素行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国维生素行业生命周期分析

- 一、维生素行业生命周期理论概述
- 二、维生素行业所属的生命周期分析

第四节 维生素行业经济指标分析

- 一、维生素行业的赢利性分析
- 二、维生素行业的经济周期分析
- 三、维生素行业附加值的提升空间分析

第五节 国中维生素行业进入壁垒分析

- 一、维生素行业资金壁垒分析
- 二、维生素行业技术壁垒分析
- 三、维生素行业人才壁垒分析
- 四、维生素行业品牌壁垒分析
- 五、维生素行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球维生素行业市场发展现状分析

第一节 全球维生素行业发展历程回顾

第二节 全球维生素行业市场区域分布情况

第三节 亚洲维生素行业地区市场分析

- 一、亚洲维生素行业市场现状分析
- 二、亚洲维生素行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲维生素行业市场前景分析

第四节 北美维生素行业地区市场分析

- 一、北美维生素行业市场现状分析
- 二、北美维生素行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美维生素行业市场前景分析

第五节 欧盟维生素行业地区市场分析

- 一、欧盟维生素行业市场现状分析
- 二、欧盟维生素行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟维生素行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界维生素行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球维生素行业市场规模预测

第三章 中国维生素产业发展环境分析

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 中国维生素行业运行情况

第一节 中国维生素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 中国维生素行业市场规模分析

第三节 中国维生素行业供应情况分析

第四节 中国维生素行业需求情况分析

第五节 中国维生素行业供需平衡分析

第六节 中国维生素行业发展趋势分析

第五章 中国维生素所属行业运行数据监测

第一节 中国维生素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年中国维生素市场格局分析

第一节 中国维生素行业竞争现状分析

一、中国维生素行业竞争情况分析

二、中国维生素行业主要品牌分析

第二节 中国维生素行业集中度分析

一、中国维生素行业市场集中度分析

二、中国维生素行业企业集中度分析

第三节 中国维生素行业存在的问题

第四节 中国维生素行业解决问题的策略分析

第五节 中国维生素行业竞争力分析

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年中国维生素行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国维生素行业消费特点

第二节 中国维生素行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 维生素行业成本分析

第四节 维生素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 中国维生素行业价格现状分析

第六节 中国维生素行业平均价格走势预测

一、中国维生素行业价格影响因素

二、中国维生素行业平均价格走势预测

三、中国维生素行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国维生素行业区域市场现状分析

第一节 中国维生素行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地维生素市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区维生素市场规模分析
- 四、华东地区维生素市场规模预测

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、华中地区维生素市场规模分析
- 四、华中地区维生素市场规模预测

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、华南地区维生素市场规模分析

第九章 2016-2018年中国维生素行业竞争情况

第一节 中国维生素行业竞争结构分析（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

- 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国维生素行业发展前景分析与预测

第一节 中国维生素行业未来发展前景分析

一、维生素行业国内投资环境分析

二、中国维生素行业市场机会分析

三、中国维生素行业投资增速预测

第二节 中国维生素行业未来发展趋势预测

第三节 中国维生素行业市场发展预测

一、中国维生素行业市场规模预测

二、中国维生素行业市场规模增速预测

三、中国维生素行业产值规模预测

四、中国维生素行业产值增速预测

五、中国维生素行业供需情况预测

第四节 中国维生素行业盈利走势预测

一、中国维生素行业毛利润同比增速预测

二、中国维生素行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国维生素行业投资风险与营销分析

第一节 维生素行业投资风险分析

一、维生素行业政策风险分析

二、维生素行业技术风险分析

三、维生素行业竞争风险

四、维生素行业其他风险分析

第二节 维生素行业企业经营发展分析及建议

一、维生素行业经营模式

二、维生素行业销售模式

三、维生素行业创新方向

第三节 维生素行业应对策略

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 2018-2024年中国维生素行业发展策略及投资建议

第一节 中国维生素行业品牌战略分析

一、维生素企业品牌的重要性

二、维生素企业实施品牌战略的意义

三、维生素企业品牌的现状分析

四、维生素企业的品牌战略

五、维生素品牌战略管理的策略

第二节 中国维生素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 2018-2024年中国维生素行业发展策略及投资建议

第一节 中国维生素行业产品策略分析

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 中国维生素行业定价策略分析

第三节 中国维生素行业营销渠道策略

一、维生素行业渠道选择策略

二、维生素行业营销策略

第四节中国维生素行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国维生素行业重点投资区域分析

二、中国维生素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/yaopinzhiji/369635369635.html>