



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年牛磺酸行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年牛磺酸行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/130383.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

牛磺酸是一种结构简单的含硫氨基酸，又称牛胆酸，其化学名称为2-氨基乙磺酸。牛磺酸广泛存在于人及哺乳动物的脏器中，是最重要的氨基酸之一，具有特殊的药理作用和生理功能，可消炎，镇痛，解热，降血糖，维持正常视觉机能，调节神经传导，调节脂类消化与吸收，并且参与内分泌活动，增加心脏收缩能力，提高免疫能力，作为药物、食品及饲料添加剂而广泛应用。随着对牛磺酸营养机理研究的深入，它在养殖业中的应用也越来越广泛。牛磺酸是新生动物脑中含量最丰富的游离氨基酸，随着脑的发育，牛磺酸的水平逐渐下降，成年动物脑中牛磺酸的含量仅为新生动物的1/3，在发育成熟的大脑中，牛磺酸的含量仅次于谷氨酸。牛磺酸在中枢神经系统中主要分布于大脑皮层、小脑、海马及嗅球等区域。中枢神经系统中的各种细胞均含有牛磺酸，其中以神经胶质细胞和突触细胞中的含量最为丰富。牛磺酸对某些激素如生长素和催乳素的分泌具有调节作用，低剂量的牛磺酸可增加催乳素的释放，而高剂量的牛磺酸则没有上述刺激作用。牛磺酸可使人脑神经细胞增殖，促进神经细胞突触的形成，加速神经细胞的分化形成。渗透调节作用是牛磺酸最基本的也是了解得最清楚的生理学功能。海洋动物的渗透压主要靠牛磺酸来调节和维持；哺乳动物的渗透压虽然靠无机盐来维持，但它的平衡是通过牛磺酸的移动来调节的。现已证明，牛磺酸在中枢神经系统、视网膜、血小板、骨骼肌和心脏等许多器官中起渗透调节作用。

作为用量大、用途广的药品和保健品牛磺酸，最近几年来发展迅猛，尤其是在出口市场上出现一派红火景象。然而，目前我国牛磺酸出口受国际市场左右，一旦国际市场发难，很容易吊死在一棵树上，这种现象值得引起行业警惕。之前的维生素、青霉素出口低价竞争而引发的国内企业关停并转，最后导致整个行业萧条的历史教训足够深刻。牛磺酸又名牛胆酸，是一种含硫氨基酸，具有多种药理作用及营养保健作用。牛磺酸既是名贵中药牛黄的重要成分之一，也是人及动物的重要营养物质。牛磺酸于19世纪初首先从牛胆汁中分离而成，后来主要从动物脏器中提取所得。20世纪50年代，人们开始用化学合成法生产牛磺酸。由于人工合成法生产牛磺酸产量大、成本低，现已替代天然资源提取法。国内外对牛磺酸从生化、药理、营养、临床等方面进行了广泛深入的研究，一致认为它可促进婴幼儿、儿童脑细胞分化、发育，维持细胞膜特别是视网膜正常的生理功能，对改善脑功能、抑制和治疗老年痴呆症有重要的作用。人体所需牛磺酸一半以上需从外界摄取，因此，它作为一种优良的食品添加剂，目前正日益广泛地应用于食品和饮料中。牛磺酸市场前景广阔，应用范围宽泛。目前世界上牛磺酸的年消耗量已超过2万吨，其中80%以上用作食品营养添加剂，消费主要集中在美国、日本等国家和地区。世界牛磺酸年消费排列依次是：美国近1万吨、日本5000吨、东南亚2800吨、欧洲1500吨、世界其他国家和地区合计约2000吨。美国是世界上牛磺酸产量和消费量最大的国家，其应用已由最初的药用为主转向以食品类添加剂和营养保健品为主，成为大

众化的消费品。目前，美国、日本等国家已经明文规定，婴幼儿以及儿童食品中必须添加牛磺酸。由于牛磺酸生产属劳动密集型产业，国外劳动力费用高，加上产品收率低、成本高，因此，发达国家不太注重牛磺酸生产，其消费主要以进口为主，而我国是发达国家牛磺酸的主要出口国。我国出口牛磺酸国家和地区按出口量大小依次为美国、日本、东南亚、韩国，另有少量出口到非洲。

我国牛磺酸工业生产始于20世纪80年代。1981年中科院长春应用化学研究所与长春市春城制药厂协作成功开发出牛磺酸并投入工业化生产。由于合成牛磺酸工艺相对简单，且“三废”污染较少，容易上马。目前，牛磺酸生产厂家已由20世纪80年代末的10多家增长到40多家，其中持有牛磺酸药品生产批准文号的生产厂家有20家，另外还有20家化工厂在生产，生产工艺大都采用乙醇胺法，合计年生产能力达到约2万吨，年产量约为4000吨，其中90%用于出口，药用占5%，食品添加剂占5%，国内消费量很少。由于牛磺酸生产原料易得，工艺简单，投资较小，产品大部分出口，适合中小型企业上马，因此，国内许多中小企业都看好这一产品，纷纷投资开发新的牛磺酸生产线，甚至一些经济实力并不雄厚的乡镇企业也看好这块市场“肥肉”。粗放型的生产格局，使我国自1981年开始生产牛磺酸后的20多年时间里，全国产销形势经历了数次大起大落，市场每隔三四年就会重复出现“需求增加——生产扩大——市场饱和——价格下跌——生产萎缩”的怪圈。出口旺销时厂家蜂拥而上，难免会造成低价竞争，倘若出口受阻，企业的命运难卜。为此，牛磺酸市场发展必须做到“内外结合”，从扩大出口市场和拓展国内消费双管齐下，做大、做强牛磺酸产品。

目前，牛磺酸在国际上已被广泛应用于奶粉、乳制品、饮料、滋补品、复合味精及某些特定食品中，并逐渐扩展到农业、水产业、化学工业等领域。据统计，美、日发达国家的消费结构大致为：食品添加剂、营养保健品占98.7%，药品占0.6%，其他占0.7%，并且大众化食品类添加剂用量所占比例还在增加。从这一意义上讲，我国是个巨大的潜在市场：有近13亿人口，儿童有3.8亿，如果其中有1/3的儿童每年补足300克牛磺酸，仅此一项就需近40000吨。在日本，儿童用牛磺酸人均年消费量在500克以上，除了开发应用方面的薄弱环节，国内牛磺酸市场疲软的另一个因素是宣传力度不够，牛磺酸犹如“养在深闺无人识”，很多消费者还不知道牛磺酸为何物，更不知道牛磺酸还有诸多作用。企业应该注意到，随着国内人民生活水平和消费层次的提高，牛磺酸作为营养保健品和强化食品添加剂，今后将会逐步被食品饮料生产企业和消费者所认识和接受，国内企业不能忽视这个潜在的大市场。如果眼睛一味地盯住国际市场，采用低价出口竞争的方式，就难免重蹈大起大落的覆辙。更何况，目前国内牛磺酸生产企业数量众多，生产规模小，科技含量低，大部分生产厂家的牛磺酸的总收率只有约52%，接近其生产成本收率（49%），导致生产成本高，经济效益低。工艺技术水平落后的

国内企业缺乏国际市场竞争的抗风险能力。所以，在努力拓展国内市场的同时，还应提升整个行业的竞争能力，以免长期陷入无序竞争的误区。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国务院发展研究中心、中华全国商业信息中心、中国保健协会、中国饮料工业协会、中国石化行业协会、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国牛磺酸行业的市场规模与前景、供给与需求情况、进出口状况、从业企业以及国家相关产业政策进行了全面分析。并重点分析了我国牛磺酸各细分市场的生产、消费状况，以及全球化背景下我国牛磺酸行业面临的冲击以及行业发展建议。报告还对牛磺酸行业的发展趋势进行了研判，是牛磺酸生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前牛磺酸行业发展动态，把握市场机遇、企业定位和发展方向等不可多得的决策参考。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 牛磺酸行业发展概述

第一节 牛磺酸的概念

一、牛磺酸的定义

二、牛磺酸的特点

三、牛磺酸的分类

第二节 牛磺酸行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 牛磺酸市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第二章 全球牛磺酸行业发展分析

第一节 世界牛磺酸行业发展分析

- 一、2007年世界牛磺酸行业发展分析
- 二、2008年世界牛磺酸行业发展分析
- 三、2009年世界牛磺酸行业发展分析

第二节 全球牛磺酸市场分析

- 一、2009年全球牛磺酸需求分析
- 二、2009年欧美牛磺酸需求分析
- 三、2009年中外牛磺酸市场对比

第三节 2008-2009年主要国家或地区牛磺酸行业发展分析

- 一、2008-2009年美国牛磺酸行业分析
- 二、2008-2009年日本牛磺酸行业分析
- 三、2008-2009年欧洲牛磺酸行业分析

第三章 我国牛磺酸行业发展分析

第一节 中国牛磺酸行业发展状况

- 一、2008年牛磺酸行业发展状况分析
- 二、2008年中国牛磺酸行业发展动态
- 三、2008年牛磺酸行业经营业绩分析
- 四、2008年我国牛磺酸行业发展热点

第二节 中国牛磺酸市场供需状况

- 一、2009年中国牛磺酸行业供给能力
- 二、2009年中国牛磺酸市场供给分析
- 三、2009年中国牛磺酸市场需求分析
- 四、2009年中国牛磺酸产品价格分析

第三节 我国牛磺酸市场分析

- 一、2008年上半年牛磺酸市场分析
- 二、2008年下半年牛磺酸市场分析
- 三、2009年上半年牛磺酸市场分析
- 四、2009年牛磺酸市场的走向分析

第四章 牛磺酸产业经济运行分析

第一节 2008-2009年中国牛磺酸产业工业总产值分析

- 一、2008-2009年中国牛磺酸产业工业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2008-2009年中国牛磺酸产业市场销售收入分析

- 一、2008-2009年中国牛磺酸产业市场总销售收入分析
- 二、不同规模企业总销售收入分析
- 三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 2008-2009年中国牛磺酸产业产品成本费用分析

- 一、2008-2009年中国牛磺酸产业成本费用总额分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2008-2009年中国牛磺酸产业利润总额分析

- 一、2008-2009年中国牛磺酸产业利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五章 我国牛磺酸产业进出口分析

第一节 我国牛磺酸产品进口分析

- 一、2008年进口总量分析
- 二、2008年进口结构分析
- 三、2008年进口区域分析

第二节 我国牛磺酸产品出口分析

- 一、2008年出口总量分析
- 二、2008年出口结构分析
- 三、2008年出口区域分析

第三节 我国牛磺酸产品进出口预测

- 一、2009年上半年进口分析
- 二、2009年上半年出口分析
- 三、2009年牛磺酸进口预测
- 四、2009年牛磺酸出口预测

第六章 牛磺酸下游市场需求分析

第一节 保健品

- 一、2008-2009年行业发展现状
- 二、2008-2009年市场需求分析
- 三、2008-2009年市场规模分析
- 四、2008-2009年市场竞争分析
- 五、2008-2009年技术发展分析
- 六、2009-2012年行业发展形势

第二节 乳制品

- 一、2008-2009年行业发展现状
- 二、2008-2009年市场需求分析
- 三、2008-2009年市场规模分析
- 四、2008-2009年市场竞争分析
- 五、2008-2009年技术发展分析
- 六、2009-2012年行业发展形势

第三节 运动饮料

- 一、2008-2009年行业发展现状
- 二、2008-2009年市场需求分析
- 三、2008-2009年市场规模分析
- 四、2008-2009年市场竞争分析
- 五、2008-2009年技术发展分析
- 六、2009-2012年行业发展形势

第四节 食品工业

- 一、2008-2009年行业发展现状
- 二、2008-2009年市场需求分析
- 三、2008-2009年市场规模分析
- 四、2008-2009年市场竞争分析
- 五、2008-2009年技术发展分析
- 六、2009-2012年行业发展形势

第二部分 行业竞争格局

第七章 牛磺酸行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

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

第四节 牛磺酸行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2008-2009年牛磺酸行业竞争格局分析

一、2008年牛磺酸行业竞争分析

二、2008年中外牛磺酸产品竞争分析

三、2008-2009年国内外牛磺酸竞争分析

四、2008-2009年我国牛磺酸市场竞争分析

五、2008-2009年我国牛磺酸市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要牛磺酸企业动向

第八章 牛磺酸企业竞争策略分析

第一节 牛磺酸市场竞争策略分析

一、2009年牛磺酸市场增长潜力分析

二、2009年牛磺酸主要潜力品种分析

三、现有牛磺酸产品竞争策略分析

四、潜力牛磺酸品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 牛磺酸企业竞争策略分析

一、金融危机对牛磺酸行业竞争格局的影响

二、金融危机后牛磺酸行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国牛磺酸市场竞争趋势

四、2009-2012年牛磺酸行业竞争格局展望

五、2009-2012年牛磺酸行业竞争策略分析

六、2009-2012年牛磺酸企业竞争策略分析

第九章 主要牛磺酸企业竞争分析

第一节 南京制药厂

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 天津天成制药公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 浙江尖峰药业

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十章 牛磺酸行业发展趋势分析

第一节 2009年发展环境展望

- 一、2009年宏观经济形势展望
- 二、2009年政策走势及其影响
- 三、2009年国际行业走势展望

第二节 2009年牛磺酸行业发展趋势分析

- 一、2009年技术发展趋势分析
- 二、2009年产品发展趋势分析
- 三、2009年行业竞争格局展望

第三节 2009-2012年中国牛磺酸市场趋势分析

- 一、2008-2009年牛磺酸市场趋势总结
- 二、2009-2012年牛磺酸发展趋势分析
- 三、2009-2012年牛磺酸市场发展空间
- 四、2009-2012年牛磺酸产业政策趋向
- 五、2009-2012年牛磺酸技术革新趋势
- 六、2009-2012年牛磺酸价格走势分析

第十一章 未来牛磺酸行业发展预测

第一节 未来牛磺酸需求与消费预测

- 一、2009-2012年牛磺酸产品消费预测
- 二、2009-2012年牛磺酸市场规模预测
- 三、2009-2012年牛磺酸行业总产值预测
- 四、2009-2012年牛磺酸行业销售收入预测
- 五、2009-2012年牛磺酸行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国牛磺酸行业供需预测

- 一、2008-2012年中国牛磺酸供给预测
- 二、2009-2012年中国牛磺酸产量预测
- 三、2009-2012年中国牛磺酸需求预测
- 四、2009-2012年中国牛磺酸供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国牛磺酸产品价格预测
- 六、2009-2012年主要牛磺酸产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 牛磺酸行业投资现状分析

第一节 2008年牛磺酸行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年牛磺酸行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

第十三章 牛磺酸行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年牛磺酸行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响

第十四章 牛磺酸行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 牛磺酸行业投资效益分析

一、2008-2009年牛磺酸行业投资状况分析

二、2009-2012年牛磺酸行业投资效益分析

三、2009-2012年牛磺酸行业投资趋势预测

四、2009-2012年牛磺酸行业的投资方向

五、2009-2012年牛磺酸行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响牛磺酸行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响牛磺酸行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响牛磺酸行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响牛磺酸行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国牛磺酸行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国牛磺酸行业发展面临的机遇分析

第五节 牛磺酸行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年牛磺酸行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年牛磺酸行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年牛磺酸行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年牛磺酸行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年牛磺酸同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年牛磺酸行业其他风险及控制策略

第十五章 牛磺酸行业投资战略研究

第一节 牛磺酸行业发展战略研究

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

第二节 对我国牛磺酸品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、牛磺酸实施品牌战略的意义

三、牛磺酸企业品牌的现状分析

四、我国牛磺酸企业的品牌战略

五、牛磺酸品牌战略管理的策略

第三节 牛磺酸行业投资战略研究

一、2008年牛磺酸行业投资战略研究

二、2009年牛磺酸行业投资战略研究

三、2009-2012年牛磺酸行业投资形势

四、2009-2012年牛磺酸行业投资战略

图表目录

图表：牛磺酸产业链分析

图表：国际牛磺酸市场规模

图表：国际牛磺酸生命周期

图表：2008-2009年中国牛磺酸行业市场规模

图表：2008-2009年全球牛磺酸产业市场规模

图表：2008-2009年牛磺酸重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国牛磺酸行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国牛磺酸行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国牛磺酸行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国牛磺酸竞争力分析

图表：2009-2012年中国牛磺酸产能预测

图表：2009-2012年中国牛磺酸消费量预测

图表：2009-2012年中国牛磺酸市场前景预测

图表：2009-2012年中国牛磺酸市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国牛磺酸发展前景预测

图表：2008年1-12月牛磺酸产量全国合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量北京市合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量天津市合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量河北省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量山西省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量吉林省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量上海市合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量江苏省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量浙江省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量安徽省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量福建省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量江西省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量山东省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量河南省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量湖北省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量湖南省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量广东省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量广西区合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量海南省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量重庆市合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量四川省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量贵州省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量云南省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量陕西省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量新疆区合计

图表：2008年1-12月牛磺酸产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量全国合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量北京市合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量天津市合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量河北省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量山西省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量吉林省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量上海市合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量江苏省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量浙江省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量安徽省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量福建省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量江西省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量山东省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量河南省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量湖北省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量湖南省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量广东省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量广西区合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量海南省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量重庆市合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量四川省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量贵州省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量云南省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量陕西省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量新疆区合计

图表：2009年1-5月牛磺酸产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标内蒙古合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标辽宁省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标吉林省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标黑龙江合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标上海市合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标江苏省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标浙江省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标安徽省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标福建省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标江西省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标山东省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标河南省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标湖北省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标湖南省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标广东省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标广西区合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标海南省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标重庆市合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标四川省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标贵州省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标云南省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标陕西省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标甘肃省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标青海省合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标宁夏区合计
图表：2008年1-12月牛磺酸行业经济指标新疆区合计
图表：2008年2月牛磺酸行业收入前十家企业
图表：2008年5月牛磺酸行业收入前十家企业
图表：2008年8月牛磺酸行业收入前十家企业
图表：2008年11月牛磺酸行业收入前十家企业
图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标全国合计
图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月牛磺酸行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月牛磺酸进口数据

图表：2008年1季度牛磺酸进口数据

图表：2008年1月牛磺酸进口数据

图表：2008年2月牛磺酸进口数据
图表：2008年3月牛磺酸进口数据
图表：2008年2季度牛磺酸进口数据
图表：2008年4月牛磺酸进口数据
图表：2008年5月牛磺酸进口数据
图表：2008年6月牛磺酸进口数据
图表：2008年3季度牛磺酸进口数据
图表：2008年7月牛磺酸进口数据
图表：2008年8月牛磺酸进口数据
图表：2008年9月牛磺酸进口数据
图表：2008年4季度牛磺酸进口数据
图表：2008年10月牛磺酸进口数据
图表：2008年11月牛磺酸进口数据
图表：2008年12月牛磺酸进口数据
图表：2008年1-12月牛磺酸出口数据
图表：2008年1季度牛磺酸出口数据
图表：2008年1月牛磺酸出口数据
图表：2008年2月牛磺酸出口数据
图表：2008年3月牛磺酸出口数据
图表：2008年2季度牛磺酸出口数据
图表：2008年4月牛磺酸出口数据
图表：2008年5月牛磺酸出口数据
图表：2008年6月牛磺酸出口数据
图表：2008年3季度牛磺酸出口数据
图表：2008年7月牛磺酸出口数据
图表：2008年8月牛磺酸出口数据
图表：2008年9月牛磺酸出口数据
图表：2008年4季度牛磺酸出口数据
图表：2008年10月牛磺酸出口数据
图表：2008年11月牛磺酸出口数据
图表：2008年12月牛磺酸出口数据
图表：2009年1-5月牛磺酸进口数据

图表：2009年1季度牛磺酸进口数据

图表：2009年1月牛磺酸进口数据

图表：2009年2月牛磺酸进口数据

图表：2009年3月牛磺酸进口数据

图表：2009年2季度牛磺酸进口数据

图表：2009年4月牛磺酸进口数据

图表：2009年5月牛磺酸进口数据

图表：2009年1-5月牛磺酸出口数据

图表：2009年1季度牛磺酸出口数据

图表：2009年1月牛磺酸出口数据

图表：2009年2月牛磺酸出口数据

图表：2009年3月牛磺酸出口数据

图表：2009年2季度牛磺酸出口数据

图表：2009年4月牛磺酸出口数据

图表：2009年5月牛磺酸出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/130383.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。