



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年丙酸行业发展前景 分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年丙酸行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/142992.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

丙酸是重要的精细化工和基本化工原料，广泛应用于食品、饲料、橡胶、塑料、油漆、涂料、香料、医药、农药、印刷等领域。在广泛使用的三大防腐剂苯甲酸、丙酸、山梨酸中，丙酸是世界上公认的最经济实惠、安全有效的食用性防腐剂。丙酸可有效抑制霉菌、杆菌，且对人畜基本无害，被广泛应用于谷物、饲料和食品的防腐保鲜中。另外，丙酸也是重要的精细化工原料。用丙酸可制取有机化工原料及中间体丙酸酐、丙酰氯、 α -氯丙酸、2,2-二氯丙酸和 α -溴丙酸等。其中，丙酸酐是香水酯化剂，可作为硫化反应和硝化反应的脱水剂，也可用于醇酸树脂、染料和药物生产；丙酰氯和2,2-二氯丙酸是农药、医药等产品的原料； α -氯丙酸是合成除草剂的中间体，同时也是有机合成原料。在医药领域，以丙酸为原料可制得丙氨酸，进而生产维生素B6。我国是维生素B6的生产大国（约5000吨/年），而生产所需的丙氨酸由丙酸合成而得，我国每年在此项用途上需进口丙酸7000~8000吨。含丙酸钙15%的散剂和12.3%的软膏或溶液，可治疗皮肤寄生性霉菌引起的疾病，亦可作医药中间体。在香料工业中，用丙酸可以制取香料丙酸异戊酯、芳樟酯、丙酸香叶酯、丙酸乙酯、丙酸苜酯等，进而用作食品、化妆品、肥皂的香料。在现代塑料工业中，用丙酸、乙酸和纤维素可生产醋酸丙酸纤维素（CAP），用其可制取一种可生物降解塑料，用作薄膜、牙刷柄、毛刷柄和眼镜框架，CAP另一用途可用作油墨。

2006年全球丙酸生产能力约为32万吨/年，年产量为28万吨左右，美国 and 德国是丙酸生产大国，其产量约占全球丙酸总产量的90%以上，美国丙酸生产主要采用丙醛氧化法，德国主要采用乙烯羰基化一步法合成。近年来，随着饲料工业的发展，世界丙酸消费量也呈现高速增长态势。美国丙酸消费约为11.6万吨，构成为：饲料、谷物防腐剂占41%，除草剂占22%，丙酸钙和丙酸钠占16%，丙酸-醋酸纤维素占15%，其他占6%。美国丙酸的消费量占整个食品加工业中保存剂的1/3（约1.4万吨/年），占饲料加工业中保存剂的1/2以上（约2万吨/年）。美国的丙酸产大于需，每年都有一定量的出口。欧洲丙酸消费量约为9.7万吨/年，年消费增长率为1.5%。欧洲丙酸消费构成为：湿谷物和青饲料防腐剂占28%，混配饲料防腐剂占26%，农药中间体占18%，食品防腐剂占12%，油漆占5%，其他占11%。巴斯夫公司生产的丙酸约有80%用作饲料添加剂、食品保存剂、香料、农药及聚合物的中间体。日本丙酸年消费量基本维持在2800吨左右，年均增长速率仅为1.5%左右。日本丙酸的消费构成中，农药中间体除草剂约占42%；混配饲料防腐剂约占40%；医药中间体约占7%；食品防腐剂约占6.5%，其他用途约占4.5%。

多年来我国丙酸一直依赖进口，特别是前几年，由于饲料、食品、医药、农药等工业的发展，丙酸的需求量越来越大，进口量逐年增加，丙酸进口量由1996年6700吨增加到1999年9100

吨、2002年近1万吨，2004年进口量达到1.6万吨左右，2005年后进口量逐步下降。由于我国长期以来不能生产丙酸，也制约了丙酸盐工业的发展，为满足饲料工业和食品加工业发展的需要，除了每年进口一部分丙酸盐外，还不得不以进口丙酸为原料发展我国的丙酸盐工业。目前，我国丙酸消费结构为：60%用于谷物和饲料保存剂、食品保鲜剂，20%用于除草剂敌稗和禾乐灵等的原料，20%用于生产香料和香精等。目前我国丙酸盐的进口量为5000吨左右，丙酸及丙酸盐的进口来源主要是德国巴斯夫公司 and 美国伊士曼化学公司。近10年来，我国对丙酸的需求迅猛增长，未来数年这种增长趋势将会继续。

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、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、国家海关总署、国家经济信息中心、中国石油化工科学研究院、中国石油和化学工业协会、中国化学工业协会、中国食品添加剂生产应用工业协会、中国饲料工业协会、中国食品工业协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及丙酸研究单位等公布和提供的大量资料，结合对丙酸相关企业的实地调查，对我国丙酸行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了丙酸行业的前景与风险。报告揭示了丙酸市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球丙酸行业发展分析

第一节 国际丙酸行业发展轨迹综述

一、国际丙酸行业发展历程

二、国际丙酸行业发展面临的问题

三、国际丙酸行业技术发展现状及趋势

第二节 世界丙酸行业市场情况

一、2008年世界丙酸产业发展现状

二、2009年国际丙酸产业发展态势

三、2009年国际丙酸行业研发动态

四、2009年全球丙酸行业挑战与机会

第三节 部分国家地区丙酸行业发展状况

一、2008-2009年美国丙酸行业发展分析

二、2008-2009年欧洲丙酸行业发展分析

三、2008-2009年日本丙酸行业发展分析

四、2008-2009年韩国丙酸行业发展分析

第二章 我国丙酸行业发展现状

第一节 中国丙酸行业发展概述

一、中国丙酸行业发展历程

二、中国丙酸行业发展面临问题

三、中国丙酸行业技术发展现状及趋势

第二节 我国丙酸行业发展状况

一、2008年中国丙酸行业发展回顾

二、2008年丙酸行业发展情况分析

三、2008年我国丙酸市场特点分析

四、2009年我国丙酸市场发展分析

第三节 中国丙酸行业供需分析

一、2008年中国丙酸市场供给总量分析

二、2008年中国丙酸市场供给结构分析

三、2009年中国丙酸市场需求总量分析

四、2009年中国丙酸市场需求结构分析

五、2009年中国丙酸市场供需平衡分析

第三章 中国丙酸行业经济运行分析

第一节 2009年丙酸行业运行情况

一、2009年丙酸行业经济指标分析

二、2009年丙酸行业收入前十家企业

第二节 2009年丙酸行业产量分析

一、2009年我国丙酸产品产量分析

二、2009年我国丙酸产品产量预测

第三节 2009年丙酸行业进出口分析

一、2009年丙酸行业进口总量及价格

二、2009年丙酸行业出口总量及价格

三、2009年丙酸行业进出口数据统计

四、2009-2012年丙酸进出口态势展望

第四章 中国丙酸行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区丙酸行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区丙酸行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区丙酸行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第四节 2009年华南地区丙酸行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五节 2009年华中地区丙酸行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六节 2009年西南地区丙酸行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七节 2009年西北地区丙酸行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五章 丙酸行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年丙酸行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资结构

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

第二节 丙酸行业投资机会分析

一、丙酸投资项目分析

二、可以投资的丙酸模式

三、2009年丙酸投资机会

四、2009年丙酸细分行业投资机会

五、2009年丙酸投资新方向

第三节 丙酸行业发展前景分析

一、丙酸市场发展前景分析

二、我国丙酸市场蕴藏的商机

三、金融危机下丙酸市场的发展前景

四、2009年丙酸市场面临的发展商机

五、2009-2012年丙酸市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第六章 丙酸行业竞争格局分析

第一节 丙酸行业集中度分析

一、丙酸市场集中度分析

二、丙酸企业集中度分析

三、丙酸区域集中度分析

第二节 丙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、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 丙酸行业竞争格局分析

一、2008年丙酸行业竞争分析

二、2008年中外丙酸产品竞争分析

三、2008-2009年国内外丙酸竞争分析

四、2008-2009年我国丙酸市场竞争分析

五、2008-2009年我国丙酸市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要丙酸企业动向

第七章 2009-2012年中国丙酸行业发展形势分析

第一节 丙酸行业发展概况

一、丙酸行业发展特点分析

二、丙酸行业投资现状分析

三、丙酸行业总产值分析

四、丙酸行业技术发展分析

第二节 2008-2009年丙酸行业市场情况分析

一、丙酸行业市场发展分析

二、丙酸市场存在的问题

三、丙酸市场规模分析

第三节 2008-2009年丙酸产销状况分析

一、丙酸产量分析

二、丙酸产能分析

三、丙酸市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第八章 中国丙酸行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国丙酸行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国丙酸行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国丙酸行业财务指标总体分析

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

第九章 丙酸行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2008-2009年丙酸原材料价格走势

二、2008-2009年丙酸行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2008-2009年丙酸行业产销情况

二、2008-2009年丙酸行业库存情况

三、2008-2009年丙酸行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2008-2009年丙酸行业价格走势

二、2008-2009年丙酸行业营业收入情况

三、2008-2009年丙酸行业毛利率情况

四、2008-2009年丙酸行业赢利能力

五、2008-2009年丙酸行业赢利水平

六、2009-2012年丙酸行业赢利预测

第十章 丙酸行业盈利能力分析

第一节 2009年中国丙酸行业利润总额分析

一、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

第二节 2009年中国丙酸行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国丙酸行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009年中国丙酸行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十一章 丙酸重点企业发展分析

第一节 抚顺化工三厂

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第二节 上海试剂一厂

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第三节 重庆化学试剂厂

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四节 黑龙江肇东化工厂

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第五节 山东东营垦利化肥厂

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第六节 湖北全昌化工公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十二章 丙酸行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 丙酸行业投资效益分析

一、2009年丙酸行业投资状况分析

二、2009年丙酸行业投资效益分析

三、2009-2012年丙酸行业投资方向

四、2009-2012年丙酸行业投资建议

第四节 丙酸行业投资策略研究

一、2008年丙酸行业投资策略

二、2009年丙酸行业投资策略

三、2009-2012年丙酸行业投资策略

四、2009-2012年丙酸细分行业投资策略

第十三章 丙酸行业投资风险预警

第一节 影响丙酸行业发展的主要因素

一、2009年影响丙酸行业运行的有利因素

二、2009年影响丙酸行业运行的稳定因素

三、2009年影响丙酸行业运行的不利因素

四、2009年我国丙酸行业发展面临的挑战

五、2009年我国丙酸行业发展面临的机遇

第二节 丙酸行业投资风险预警

一、2009-2012年丙酸行业市场风险预测

二、2009-2012年丙酸行业政策风险预测

三、2009-2012年丙酸行业经营风险预测

四、2009-2012年丙酸行业技术风险预测

五、2009-2012年丙酸行业竞争风险预测

六、2009-2012年丙酸行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十四章 丙酸行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国丙酸市场趋势分析

一、2008-2009年我国丙酸市场趋势总结

二、2009-2012年我国丙酸发展趋势分析

第二节 2009-2012年丙酸产品发展趋势分析

一、2009-2012年丙酸产品技术趋势分析

二、2009-2012年丙酸产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国丙酸行业供需预测

一、2008-2012年中国丙酸供给预测

二、2009-2012年中国丙酸需求预测

三、2009-2012年中国丙酸价格预测

第四节 2009-2012年丙酸行业规划建议

一、丙酸行业"十一五"整体规划

二、丙酸行业"十一五"发展预测

三、2009-2012年丙酸行业规划建议

第十五章 丙酸企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、丙酸价格策略分析

二、丙酸渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高丙酸企业竞争力的策略

一、提高中国丙酸企业核心竞争力的对策

二、丙酸企业提升竞争力的主要方向

三、影响丙酸企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高丙酸企业竞争力的策略

第四节 对我国丙酸品牌的战略思考

一、丙酸实施品牌战略的意义

二、丙酸企业品牌的现状分析

三、我国丙酸企业的品牌战略

四、丙酸品牌战略管理的策略

图表目录

图表：丙酸产业链分析

图表：丙酸行业生命周期

图表：2008-2009年中国丙酸行业市场规模

图表：2008-2009年全球丙酸产业市场规模

图表：2008-2009年丙酸重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国丙酸行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国丙酸行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国丙酸行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国丙酸竞争力分析

图表：2009-2012年中国丙酸市场前景预测

图表：2009-2012年中国丙酸市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国丙酸发展前景预测

图表：2008-2009年11月丙酸行业销售成本分析

图表：2008-2009年11月丙酸行业销售费用分析

图表：2008-2009年11月丙酸行业管理费用分析

图表：2008-2009年11月丙酸行业财务费用分析

图表：2008-2009年11月丙酸行业销售及利润分析

图表：2008-2009年11月丙酸行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年11月丙酸行业销售利润率分析

图表：2008-2009年11月丙酸行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年11月丙酸行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年11月丙酸行业资产分析

图表：2008-2009年11月丙酸行业负债分析

图表：2008-2009年11月丙酸行业偿债能力分析

图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2009年11月国家外汇储备

图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2009年11月电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2009年11月各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-11月工业生产主要指标

图表：2008-2009年11月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年11月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-11月我国丙酸进口数据

图表：2009年1-11月我国丙酸出口数据

图表：2009年1月我国丙酸进口数据

图表：2009年1月我国丙酸出口数据

图表：2009年2月我国丙酸进口数据

图表：2009年2月我国丙酸出口数据

图表：2009年3月我国丙酸进口数据

图表：2009年3月我国丙酸出口数据

图表：2009年上半年我国丙酸进口数据

图表：2009年上半年我国丙酸出口数据

图表：2009年4月我国丙酸进口数据

图表：2009年4月我国丙酸出口数据

图表：2009年5月我国丙酸进口数据

图表：2009年5月我国丙酸出口数据

图表：2009年6月我国丙酸进口数据

图表：2009年6月我国丙酸出口数据

图表：2009年2季度我国丙酸进口数据

图表：2009年2季度我国丙酸出口数据

图表：2009年7月我国丙酸进口数据

图表：2009年7月我国丙酸出口数据

图表：2009年8月我国丙酸进口数据

图表：2009年8月我国丙酸出口数据

图表：2009年9月我国丙酸进口数据

图表：2009年9月我国丙酸出口数据

图表：2009年3季度我国丙酸进口数据

图表：2009年3季度我国丙酸出口数据

图表：2009年10月我国丙酸进口数据

图表：2009年10月我国丙酸出口数据

图表：2009年11月我国丙酸进口数据

图表：2009年11月我国丙酸出口数据

图表：2009年1-11月中国丙酸行业国有企业工业数据

图表：2009年1-11月中国丙酸行业集体企业工业数据

图表：2009年1-11月中国丙酸行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-11月中国丙酸行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-11月中国丙酸行业私营企业工业数据

图表：2009年1-11月中国丙酸行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-11月中国丙酸行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-11月中国不同所有制丙酸企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制丙酸企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制丙酸企业累计资产总计对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制丙酸企业累计利润总额对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制丙酸企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制丙酸企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制丙酸企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制丙酸企业产销率对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制丙酸企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制丙酸企业人均销售率对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制丙酸企业亏损面对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制丙酸企业销售利润率对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制丙酸企业资金利税率对比

图表：2009年1-11月丙酸产量北京市统计

图表：2009年1-11月丙酸产量天津市统计

图表：2009年1-11月丙酸产量河北省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量内蒙古统计

图表：2009年1-11月丙酸产量辽宁省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量吉林省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量黑龙江统计

图表：2009年1-11月丙酸产量上海市统计

图表：2009年1-11月丙酸产量江苏省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量浙江省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量安徽省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量福建省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量江西省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量山东省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量河南省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量湖北省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量湖南省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量广东省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量广西区统计

图表：2009年1-11月丙酸产量海南省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量四川省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量云南省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量陕西省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量甘肃省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量青海省统计

图表：2009年1-11月丙酸产量宁夏区统计

图表：2009年1-11月丙酸产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/142992.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提供专业投资咨询报告、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。