



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国牛至精油产业 运营态势及投资策略报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国牛至精油产业运营态势及投资策略报告》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/251535.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

### 第一章牛至精油产品概述及其上下游分析9

#### 第一节牛至精油介绍9

##### 一、牛至精油的定义9

##### 二、牛至精油产品的性能9

##### 三、牛至精油的主要用途12

##### 四、牛至精油的包装与储运12

#### 第二节牛至精油的上游产品12

#### 第三节牛至精油的下游产品16

#### 第四节牛至精油行业产业链分析21

### 第二章2015-2020年中国牛至精油外部发展环境展望22

#### 第一节中国宏观经济历史运行情况22

##### 一、GDP历史变动轨迹22

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹24

##### 三、进出口贸易历史变动轨迹27

#### 第二节2015-2020年中国宏观经济发展环境展望31

#### 第三节2015-2020年中国牛至精油产业社会环境分析33

#### 第四节中国牛至精油行业相关政策、法规标准分析34

##### 一、近年来国家以及政府颁布的相关政策法规34

##### 二、相关政策法规对市场的影响程度36

### 第三章牛至精油发展的政策环境分析36

#### 第一节产业政策分析36

#### 第二节相关产业政策分析59

### 第四章中外牛至精油发展状况比较61

#### 第一节中国牛至精油行业发展状况61

##### 一、中国牛至精油行业发展历程61

##### 二、中国牛至精油行业发展面临的问题62

#### 第二节国际牛至精油行业发展轨迹综述63

##### 一、国际牛至精油行业发展历程63

##### 二、国际牛至精油行业发展面临的问题64

### 第五章牛至精油的生产工艺及技术进展65

第一节牛至精油主要生产方法	65
第二节牛至精油工艺技术进展和发展趋势	67
第六章国内牛至精油生产现状分析	69
第一节牛至精油行业总体规模	69
第二节牛至精油产能概况	69
第三节牛至精油产量概况	70
一、产量变动	70
二、产能配置与产能利用率调查	71
第四节牛至精油产业的生命周期分析	72
第七章牛至精油原材料供应情况分析	73
第一节牛至精油主要原材料	73
第二节牛至精油主要原材料产量变动情况	73
第三节牛至精油主要原材料价格情况	75
第四节牛至精油主要原材料供应情况	76
第五节影响原材料供应的因素	76
第八章牛至精油销售市场分析	76
第一节牛至精油国内营销模式分析	76
第二节牛至精油国内分销商形态分析	78
第三节牛至精油国内销售渠道分析	80
第四节牛至精油行业国际化营销模式分析	81
第五节牛至精油重点销售区域分析	83
第六节牛至精油内部与外部流通量分析	84
第九章牛至精油市场价格及价格走势分析	85
第一节牛至精油年度价格变化分析	85
第二节牛至精油月度价格变化分析	85
第三节牛至精油各厂家价格分析	86
第四节牛至精油市场价格驱动因素分析	87
第五节2015-2020年我国牛至精油市场价格预测	87
第十章2015-2020年牛至精油竞争格局展望	88
第一节牛至精油行业的发展周期	88
一、牛至精油行业的经济周期	88
二、牛至精油行业的增长性与波动性	90

三、牛至精油行业的成熟度	90
第二节牛至精油行业历史竞争格局综述	91
一、牛至精油行业集中度分析	91
二、牛至精油行业竞争程度	92
第三节中国牛至精油市行业SWOT分析与对策	93
一、优势	93
二、劣势	94
三、威胁	95
四、机遇	96
五、发展我国牛至精油市工业的建议	96
第十一章牛至精油国内重点生产厂家分析	97
第一节济南齐鲁中牧生物科技有限公司	97
一、企业介绍及其发展历程	97
二、企业产品介绍	98
三、企业经营状况	99
四、未来发展战略	100
第二节山东鲁西兽药股份公司	101
一、企业介绍及其发展历程	101
二、企业产品介绍	101
三、企业经营状况	103
四、未来发展战略	104
第三节河北省晋州市鑫瑞精细材料有限公司	105
一、企业介绍及其发展历程	105
二、企业产品介绍	105
三、企业经营状况	107
四、未来发展战略	108
第四节河南省项城市恒祥有限公司	109
一、企业介绍及其发展历程	109
二、企业产品介绍	110
三、企业经营状况	113
四、未来发展战略	114
第五节济南新坐标科技发展有限公司	115

一、企业介绍及其发展历程	115
二、企业产品介绍	115
三、企业经营状况	117
四、未来发展战略	118
第十二章2015-2020年牛至精油未来发展商机及投资风险分析	119
第一节当前牛至精油市存在的问题	119
第二节2015-2020年牛至精油市未来发展预测分析	120
第三节2015-2020年牛至精油市投资前景分析	120
第四节2015-2020年牛至精油行业投资风险展望	121
一、宏观调控风险	121
二、行业竞争风险	122
三、供需波动风险	122
四、经营管理风险	123
五、其他风险	123
第十三章2015-2020年牛至精油企业经营战略建议	124
第一节2015-2020年牛至精油企业的标杆管理	124
一、国内企业的经验借鉴	124
二、国外企业的经验借鉴	124
第二节2015-2020年牛至精油企业的资本运作模式	125
一、牛至精油企业国内资本市场的运作建议	125
二、牛至精油企业海外资本市场的运作建议	125
第三节2015-2020年牛至精油企业营销模式建议	126
一、牛至精油企业的国内营销模式建议	126
二、牛至精油企业海外营销模式建议	126
图表目录:	
图表 IVO对不同菌属的抗菌范围	10
图表 牛至没药对不同菌属的抗菌范围	10
图表 市场上各种药物饲料添加剂大致成本比较	11
图表 2008-2014年我国粮食播种面积对比	13
图表 2000-2014年我国主要农作物产量	14
图表 牛至的基本特性	15
图表 牛至的营养成分列表(每100克中含)	15

图表 199902-2014年医药制造业累计产品销售收入及增长情况17

图表 199902-2014年医药制造业累计利润总额及增长情况17

图表 2008-2014年10月医药行业工业增加值增长情况18

图表 畜牧业在1990年之后快速发展19

图表 2013-2014年畜禽规模化养殖比例19

图表 牛至精油产业链21

图表 2001-2014年国内生产总值及增长率22

图表 2001-2014年国内生产总值走势图23

图表 2008-2014年我国中央和地方项目投资统计24

图表 2008-2014年我国施工和新开工项目投资统计26

图表 2009-2014年我国商品进出口总值统计27

图表 2009-2014年我国出口贸易方式总值28

图表 2009-2014年进口贸易方式总值30

图表 我国牛至精油行业发展的社会环境33

图表 国家标准增加靶动物的品种55

图表 几种植物提取物对致病性细菌的最小抑菌浓度（MIC）63

图表 国际牛至精油行业发展面临的问题64

图表 2015年我国牛至精油技术开发方向67

图表 2012-2014年我国牛至油、牛至油微囊等市场规模对比69

图表 2010-2014年我国牛至油、牛至油微囊产能对比70

图表 2012-2014年我国牛至精油产量统计70

图表 2012-2014年我国牛至油产量及其增速71

图表 2012-2014年我国牛至油微囊产量及其增速71

图表 2012-2014年我国牛至精油产能利用率走势图72

图表 我国牛至精油产业生命周期曲线图72

图表 牛至精油生产主要原料73

图表 牛至的基本特征73

图表 2009-2014年我国牛至草产量统计74

图表 2009-2014年我国牛至草产量及其增速走势74

图表 2012-2014年我国牛至草年度价格走势75

图表 我国牛至精油可以采取的营销模式77

图表 分销的基本业务流程78

图表 现代分销业务模式78

图表 牛至精油企业渠道层级选择图80

图表 国际市场进入模式82

图表 我国牛至精油需求分布83

图表 2013-2014年我国牛至精油内部与外部流通情况84

图表 2008-2014年我国牛至精油主流厂家出厂价走势85

图表 2013-2014年我国牛至精油主流厂家平均价格走势86

图表 2013-2014年主流厂家牛至精油价格86

图表 2015-2020年我国牛至精油价格预测87

图表 牛至精油行业生命周期89

图表 牛至精油行业市场容量预测90

图表 产业成熟的标志90

图表 我国牛至精油行业市场份额91

图表 垄断危害程度指标92

图表 我国牛至精油行业的优势93

图表 我国牛至精油行业发展的推动因素96

图表 济南齐鲁中牧生物科技有限公司基本情况98

图表 齐鲁中牧牛至油添加量99

图表 2013-2014年济南齐鲁中牧生物科技有限公司主要经营指标99

图表 山东鲁西兽药股份公司产品目录表101

图表 2012-2014年山东鲁西兽药股份公司主营业务收入及其增速103

图表 未来几年山东鲁西兽药股份公司发展策略104

图表 2013-2014年河北省晋州市鑫瑞精细材料有限公司主要经营指标108

图表 河北省晋州市鑫瑞精细材料有限公司发展战略108

图表 添德利TDL的使用效果猪腹泻治疗效果（治愈率）111

图表 仔猪增重实验结果111

图表 添德利TDL与其它抗菌素对肉鸡生产效果的比较112

图表 添德利TDL可提升饲料中营养物质的可消化率112

图表 添德利TDL能改善0-7周肉鸡的日增重及饲料效率的效果112

图表 添德利TDL10%在畜禽完全饲料中的推荐用量（g/t）112

图表 添德利在养殖场菌落MIC实验值113

图表 2013-2014年河南省项城市恒祥有限公司主要经营指标114



图表 济南新坐标科技发展有限公司香芹酚基本性能115  
图表 济南新坐标科技发展有限公司牛至油基本性能116  
图表 2013-2014年济南新坐标科技发展有限公司经营状况117  
图表 济南新坐标科技发展有限公司未来发展战略118  
图表 当前牛至精油市场存在的问题119  
图表 2015年我国牛至精油行业发展趋势120  
图表 2015年我国牛至精油行业投资前景120  
图表 2015-2020年GDP走势预测122

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/251535.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](http://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。