



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2021年中国维生素E市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2015-2021年中国维生素E市场分析及投资策略研究报告》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/266823.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

维生素E (Vitamin E) 是一种脂溶性维生素，其水解产物为生育酚，是最主要的抗氧化剂之一。溶于脂肪和乙醇等有机溶剂中，不溶于水，对热、酸稳定，对碱不稳定，对氧敏感，对热不敏感，但油炸时维生素E活性明显降低。生育酚能促进性激素分泌，使男子精子活力和数量增加；使女子雌性激素浓度增高，提高生育能力，预防流产，还可用于防治男性不育症、烧伤、冻伤、毛细血管出血、更年期综合症、美容等方面。近来还发现维生素E可抑制眼睛晶状体内的过氧化脂反应，使末梢血管扩张，改善血液循环，预防近视眼发生和发展。维生素E苯环上的酚羟基被乙酰化，酯水解为酚羟基后为生育酚。人们常误认为维生素E就是生育酚。

维生素E能促进生殖。它能促进性激素分泌，使男子精子活力和数量增加；使女子雌性激素浓度增高，提高生育能力，预防流产。维生素E缺乏时会出现睾丸萎缩和上皮细胞变性，孕育异常。在临床上常用维生素E治疗先兆流产和习惯性流产。另外对防治男性不育症也有一定帮助。

其他功能方面还有，保护T淋巴细胞、保护红细胞、抗自由基氧化、抑制血小板聚集从而降低心肌梗死和脑梗塞的危险性。还对烧伤、冻伤、毛细血管出血、更年期综合症、美容等方面有很好的疗效。还发现维生素E可抑制眼睛晶状体内的过氧化脂反应，使末梢血管扩张，改善血液循环。

含有丰富维生素和矿物质的食物能构成一顿营养均衡的膳食，而维生素E，则代表卓越的抗氧化作用和对年龄的挑战。维生素E可有效对抗自由基，抑制过氧化脂质生成，祛除黄褐斑；抑制酪氨酸酶的活性，从而减少黑色素生成。酯化形式的维生素E还能消除由紫外线、空气污染等外界因素造成的过多的氧自由基，起到延缓光老化、预防晒伤和抑制日晒红斑生成等作用。要增加维生素E的摄入很简单，一碟新鲜的芦笋就够了。白色，绿色或紫色？随你喜欢，他们都非常有好处。拿起你的刀叉，尽情享受这顿维生素的盛宴吧。

维生素E是一种脂溶性维生素，因此需要一定量的脂肪以避免它被消化掉。坚果就是最完美的点心，杏仁和榛子富含维生素E和有益的脂肪，能在一定程度上保护你的细胞膜不被氧化。

维生素E是全球市场容量最大的维生素类产品之一。全球需求量约为6万吨，而产能约在7万吨左右，实际产量约6万吨，供需基本平衡。据估计，中国维生素E需求增长率为7%~8%，其他发展中国家维生素E需求增长率为5%~7%，发达国家增长较慢。

国内维生素E生产企业主要有浙江医药股份有限公司、浙江新和成股份有限公司和西南合成制药股份有限公司，产量约为4万吨，占全球市场45%的份额；国外主要供应商是帝斯曼 (DSM) 和巴斯夫 (BASF) ，占全球市场55%的份额。维生素E原料80%以上用于饲料添加剂

，用于医药和食品添加剂及化妆品的约占20%。、中国出口的维生素E主要以饲料添加剂为主，而帝斯曼（DSM）和巴斯夫BASF主要生产医药级高端产品，它们操控着全球维生素E市场话语权。

2012年，中国维生素E出口数量为4.22万吨，同比增长0.48%；出口金额为7.23亿美元，同比下降5.69%；出口均价为17.15美元/千克，同比下降6.14%。

中国维生素E的主要出口市场为美国、德国、荷兰、日本和比利时。2012年，中国维生素E对主要市场出口均有不同程度下滑，对德国、荷兰的出口均价降幅达13.81%和14.04%，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。特别是美国有一年夏季遭遇50年一遇的干旱，饲料添加剂需求迅速下降。另外，欧元区债务危机阴霾不散，客商去库存化周期延长，导致市场采购信心不足。虽然那一年下半年浙江医药和欧洲主要生产厂家均主动停产保价，但仍无法改变市场下跌趋势。

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家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。

报告目录：

第一章 维生素e行业国内外发展概述 7

第一节 国际维生素e行业发展总体概况 7

一、全球维生素e行业发展概况 7

二、主要国家和地区发展概况 7

三、全球维生素e行业发展趋势 8

第二节 中国维生素e行业发展概况 8

一、中国维生素e行业发展概况 8

二、中国维生素e行业发展中存在的问题 9

第二章 中国维生素e行业发展环境分析 10

第一节 宏观经济环境 10

第二节 维生素e行业政策环境 49

第三节 维生素e行业技术环境 53

第四节 国内外经济形势对维生素e行业发展环境的影响 57

第三章 我国维生素e行业市场分析 58

第一节 市场规模分析 58

一、维生素e行业市场规模及增速 58

| | |
|-------------------------|----|
| 二、维生素e行业市场饱和度 | 58 |
| 三、国内外经济形势对维生素e行业市场规模的影响 | 58 |
| 四、维生素e行业市场规模及增速预测 | 59 |
| 第二节 市场结构分析 | 59 |
| 第三节 市场特点分析 | 60 |
| 一、维生素e行业所处生命周期 | 60 |
| 二、技术变革与行业革新对维生素e行业的影响 | 61 |
| 三、差异化分析 | 63 |
| 第四章 我国维生素e行业生产分析 | 64 |
| 第一节 生产总量分析 | 64 |
| 一、维生素e行业生产总量及增速 | 64 |
| 二、维生素e行业产能及增速 | 64 |
| 三、国内外经济形势对维生素e行业生产的影响 | 65 |
| 四、维生素e行业生产总量及增速预测 | 65 |
| 第二节 子行业生产分析 | 66 |
| 第三节 维生素e区域生产分析 | 67 |
| 第四节 行业供需平衡分析 | 68 |
| 一、维生素e行业供需平衡现状 | 68 |
| 二、国内外经济形势对维生素e行业供需平衡的影响 | 68 |
| 三、维生素e行业供需平衡趋势预测 | 69 |
| 第五章 我国维生素e行业竞争分析 | 70 |
| 第一节 行业集中度分析 | 70 |
| 第二节 行业竞争格局 | 70 |
| 第三节 竞争群组 | 71 |
| 第四节 维生素e行业竞争关键因素 | 72 |
| 一、价格 | 72 |
| 二、渠道 | 72 |
| 三、产品/服务质量 | 72 |
| 四、品牌 | 72 |
| 第六章 维生素e行业产品价格分析 | 73 |
| 第一节 价格特征分析 | 73 |
| 第二节 主要品牌企业产品价位 | 73 |

| | |
|---------------------------|----|
| 第三节 价格与成本的关系 | 74 |
| 第四节 行业价格策略分析 | 74 |
| 第五节 国内外经济形势对维生素e行业产品价格的影响 | 75 |
| 第七章 维生素e行业用户分析 | 76 |
| 第一节 维生素e行业用户认知程度 | 76 |
| 第二节 维生素e行业用户关注因素 | 76 |
| 一、功能 | 76 |
| 二、质量 | 77 |
| 三、价格 | 77 |
| 四、外观 | 77 |
| 五、服务 | 77 |
| 第三节 用户的其它特性 | 77 |
| 第八章 维生素e行业替代品分析 | 78 |
| 第一节 替代品种类 | 78 |
| 第二节 替代品对维生素e行业的影响 | 79 |
| 第三节 替代品发展趋势 | 79 |
| 第四节 国内外经济形势对维生素e行业替代品的影响 | 80 |
| 第九章 维生素e行业互补品分析 | 80 |
| 第一节 互补品种类 | 80 |
| 第二节 互补品对维生素e行业的影响 | 81 |
| 第三节 互补品发展趋势 | 81 |
| 第四节 国内外经济形势对维生素e行业互补品的影响 | 82 |
| 第十章 维生素e行业主导驱动因素分析 | 83 |
| 第一节 国家政策导向 | 83 |
| 第二节 关联行业发展 | 85 |
| 第三节 行业技术发展 | 85 |
| 第四节 行业竞争状况 | 85 |
| 第五节 社会需求的变化 | 85 |
| 第十一章 维生素e上游行业分析 | 86 |
| 第一节 维生素e上游行业增长情况 | 86 |
| 第二节 维生素e上游行业区域分布情况 | 88 |
| 第三节 维生素e上游行业发展预测 | 89 |

第三节 国内外经济形势对维生素e上游行业的影响 89

第十二章 维生素e下游行业分析 91

第一节 维生素e下游行业增长情况 91

第二节 维生素e下游行业区域分布情况 92

第三节 维生素e下游行业发展预测 95

第四节 国内外经济形势对维生素e下游行业的影响 96

第十三章 维生素e行业渠道分析 97

第一节 渠道格局 97

第二节 渠道形式 97

第三节 渠道要素对比 99

第四节 各区域主要代理商情况 100

第十四章 维生素e行业成长性 103

第一节 维生素e行业固定资产增长 103

第二节 维生素e行业收入及利润增长 103

第三节 维生素e行业资产增长 103

第四节 维生素e行业成长驱动因素 103

第十五章 维生素e行业盈利性 105

第一节 维生素e行业毛利率 105

第二节 维生素e行业净利率 105

第三节 维生素e行业资产利润率 105

第四节 影响维生素e行业盈利性的有利、不利因素 106

第十六章 区域市场分析 107

第一节 各区域维生素e行业发展现状 107

一、华东地区 107

二、华北地区 107

三、华中地区 107

四、华南地区 107

五、东北地区 108

六、西部地区 108

第二节 各区域维生素e行业市场状况 108

一、华东地区 108

二、华北地区 108

| | |
|----------------------------------|-----|
| 三、华中地区 | 108 |
| 四、华南地区 | 109 |
| 五、东北地区 | 109 |
| 六、西部地区 | 109 |
| 第三节 重点省市维生素e行业发展状况 | 109 |
| 第十七章 中国维生素e行业重点企业发展分析(3-5家) | 111 |
| 第一节 浙江新和成股份有限公司(002001) | 111 |
| 一、企业概况 | 111 |
| 二、企业经营状况分析 | 111 |
| 三、企业发展策略分析 | 117 |
| 四、企业市场份额 | 118 |
| 第二节 浙江医药股份有限公司 (600216) | 118 |
| 一、企业概况 | 118 |
| 二、企业经营状况分析 | 119 |
| 三、企业发展战略分析 | 125 |
| 第三节 北大国际医院集团西南合成制药股份有限公司(000788) | 125 |
| 一、企业概况 | 125 |
| 二、企业经营状况分析 | 126 |
| 三、企业发展战略分析 | 132 |
| 第四节 巴斯夫（沈阳）维生素有限公司 | 132 |
| 一、企业概况 | 132 |
| 二、企业经营状况分析 | 133 |
| 第五节 帝斯曼 | 133 |
| 一、企业概况 | 133 |
| 二、帝斯曼在华维生素企业分析 | 133 |
| 第十八章 维生素e行业风险分析 | 135 |
| 第一节 维生素e行业环境风险 | 135 |
| 一、国际经济环境风险 | 135 |
| 二、汇率风险 | 135 |
| 三、宏观经济风险 | 135 |
| 四、宏观经济政策风险 | 135 |
| 五、区域经济变化风险 | 136 |

| | |
|------------------------|-----|
| 第二节 维生素e行业产业链上下游风险 | 136 |
| 一、上游 行业风险 | 136 |
| 二、下游 行业风险 | 136 |
| 三、其他关联行业风险 | 136 |
| 第三节 维生素e行业政策风险 | 137 |
| 一、产业政策风险 | 137 |
| 二、贸易政策风险 | 137 |
| 三、环保政策风险 | 137 |
| 四、区域经济政策风险 | 137 |
| 五、其他政策风险 | 138 |
| 第四节 维生素e行业市场风险 | 138 |
| 一、市场供需风险 | 138 |
| 二、价格风险 | 138 |
| 三、竞争风险 | 138 |
| 第五节 维生素e行业其他风险分析 | 138 |
| 第十九章 行业前景预测和策略建议 | 140 |
| 第一节 维生素e行业发展前景预测 | 140 |
| 一、用户需求变化预测 | 140 |
| 二、竞争格局发展预测 | 141 |
| 三、渠道发展变化预测 | 142 |
| 四、行业总体发展前景及市场机会分析 | 142 |
| 第二节 维生素e企业营销策略 | 142 |
| 一、价格策略 | 142 |
| 二、渠道建设与管理策略 | 143 |
| 三、促销策略 | 144 |
| 四、服务策略 | 144 |
| 五、品牌策略 | 144 |
| 第三节 维生素e企业投资策略 | 145 |
| 一、子行业投资策略 | 145 |
| 二、区域投资策略 | 146 |
| 三、产业链投资策略 | 146 |
| 第四节 维生素e企业应对当前经济形势策略建议 | 146 |

一、战略建议 146

二、财务策略建议 148

第二十章 投资建议 152

图表目录:

图表 1 2009-2015年全球维生素e产量 9

图表 2 2009-2015年国内生产总值及其增长速度 30

图表 3 2015年居民消费价格月度涨跌幅度 30

图表 4 2015年居民消费价格比上年涨跌幅度 30

图表 5 2015年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 31

图表 6 2009-2015年城镇新增就业人数 31

图表 7 2009-2015年年末国家外汇储备及其增长速度 32

图表 8 2009-2015年公共财政收入及其增长速度 32

图表 9 2009-2015年粮食产量及其增长速度 33

图表 10 2015年主要工业产品产量及其增长速度 35

图表 11 2009-2015年建筑业增加值及其增长速度 36

图表 12 2009-2015年固定资产投资历史变动轨迹 37

图表 13 2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度：亿元 38

图表 14 2015年固定资产投资新增主要生产能力 39

图表 15 2015年房地产开发和销售主要指标完成情况及增长速度 39

图表 16 失业率对比 40

图表 17 2001-2015年中国恩格尔系数走势图分析 41

图表 18 2015年1季度国内生产总值增速（%） 42

图表 19 2015年1季度规模以上工业增加值增速月度对比（%） 43

图表 20 2015年1季度固定资产投资（不含农户）增速同比（%） 44

图表 21 2015年1季度房地产开发投资增速（%） 45

图表 22 2015年1季度社会消费品零售总额名义增速（%） 46

图表 23 2015年1季度居民消费价格上涨增速（%） 47

图表 24 2015年1季度工业生产者出厂价格涨幅同比（%） 48

图表 25 2015年1季度城镇居民人均可支配收入实际增速（%） 49

图表 26 2015年1季度农村居民人均收入实际增速（%） 49

图表 27 我国医改路径图 51

图表 28 2000 ~ 2015年我国人口老龄化率 52

图表 29 《深化医药卫生体制改革2015年主要工作安排》 54

图表 30 《关于做好2015年国家基本公共卫生服务项目工作的通知》 54

图表 31 《2014 年基层医疗机构集中整顿工作实施方案》 54

图表 32 国内两大维生素行业巨头宣布停产检修 54

图表 33 中国的维生素e生产技术经历了四个发展阶段 55

图表 34 国内外经济形势对维生素e行业的影响关系 59

图表 35 2010-2015年我国维生素e市场规模及增速 60

图表 36 国内外经济形势对维生素e行业产品价格的影响关系 60

图表 37 2015-2021年我国维生素e市场规模及增速预测 61

图表 38 2011-2015年中国维生素e市场产品结构分析 61

图表 39 我国维生素e行业所处生命周期 62

图表 40 2010-2015年我国维生素e产量及增速 66

图表 41 2010-2015年我国维生素e产能及增速 66

图表 42 2015-2021年我国维生素e产量及增速 67

图表 43 2015年我国维生素e生产区域分布 69

图表 44 2015年我国维生素产品供需状况 70

图表 45 2015-2021年维生素e行业供需平衡趋势预测 71

图表 46 2015年我国维生素e行业集中度 72

图表 47 我国维生素e市场主要企业 72

图表 48 我国维生素e行业竞争族群分析 73

图表 49 2015年最新维生素e的价格表 75

图表 50 主要品牌企业产品价位 75

图表 51 消费者使用维生素e频率 78

图表 52 国内外经济形势对维生素e行业代替品的影响关系 82

图表 53 维生素e行业主要互补品 82

图表 54 2014年全球部分国家卫生费用比较 85

图表 55 政策推动产业升级对优势企业的利好 86

图表 56 2010-2015年我国间甲酚需求量 88

图表 57 2010-2015年我国产量及需求量 89

图表 58 2015年我国间甲酚地区分布 90

图表 59 2015年我国地区分布 90

图表 60 国内外经济形势对维生素e上游 行业的影响关系 91

图表 61 2012年1月 ~ 2015年3月我国化学月度产量及同比增速 93

图表 62 2015年1-3月全国混合饲料累计总产量 94

图表 63 2015年1-3月全国配合饲料累计总产量 95

图表 64 2015年1-3月全国共生产化学原药分析 96

图表 65 国内外经济形势对维生素e下游行业的影响关系 98

图表 66 各主体中国的维生素e销售份额 99

图表 67 2010-2015年维生素e行业固定资产增长分析 105

图表 68 2010-2015年维生素e行业收入及利润分析 105

图表 69 2010-2015年维生素e行业资产增长分析 105

图表 70 2010-2015年维生素e行业毛利率变化分析 107

图表 71 2010-2015年维生素e行业净利率变化分析 107

图表 72 2010-2015年维生素e行业资产利润率变化分析 108

图表 73 2015年华东地区维生素e需求量 109

图表 74 2015年华北地区维生素e需求量 109

图表 75 2015年华中地区维生素e需求量 109

图表 76 2015年华南地区维生素e需求量 109

图表 77 2015年东北地区维生素e需求量 110

图表 78 2015年西部地区维生素e需求量 110

图表 79 2014-2015年浙江新和成股份有限公司利润表分析 113

图表 80 2014-2015年浙江新和成股份有限公司资产负债表分析 114

图表 81 2014-2015年浙江新和成股份有限公司主要财务指标分析 116

图表 82 2014-2015年浙江新和成股份有限公司利润表分析 121

图表 83 2014-2015年浙江新和成股份有限公司资产负债表分析 121

图表 84 2014-2015年浙江新和成股份有限公司主要财务指标分析 124

图表 85 2014-2015年北大国际医院集团西南合成制药股份有限公司利润表分析 128

图表 86 2014-2015年北大国际医院集团西南合成制药股份有限公司资产负债表分析 129

图表 87 2014-2015年北大国际医院集团西南合成制药股份有限公司主要财务指标分析 131

图表 88 巴斯夫（沈阳）维生素有限公司经营情况 135

图表 89 维生素市场竞争格局及可能变化 143

图表 90 维生素e渠道策略示意图 145

图表 91 维生素e产业链投资示意图 148

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/266823.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。