



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国微量元素市场发展现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国微量元素市场发展现状及战略咨询报告》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/286679.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

报告目录：

第一章 微量元素概述 17

第一节 微量元素定义 17

第二节 微量元素行业发展历程 18

第三节 微量元素分类情况 18

第四节 微量元素产业链分析 22

一、产业链模型介绍 22

二、微量元素产业链模型分析 25

第二章 2015-2016年中国微量元素行业发展环境分析 26

第一节 2015-2016年中国经济环境分析 26

一、宏观经济 26

二、工业形势 46

三、固定资产投资 48

第二节 微量元素行业相关政策 52

一、国家"十三五"产业政策 52

二、其他相关政策 53

三、出口关税政策 54

第三节 2015-2016年中国微量元素行业发展社会环境分析 54

一、居民消费水平分析 54

二、工业发展形势分析 57

第三章 中国微量元素生产现状分析 61

第一节 微量元素行业总体规模 61

第二节 微量元素产能概况 61

一、2012-2016年产能分析 61

二、2017-2022年产能预测 62

第三节 微量元素市场容量概况 62

一、2012-2016年市场容量分析 62

二、产能配置与产能利用率调查 63

三、2017-2022年市场容量预测 64

第四节 微量元素产业的生命周期分析 64

第五节 微量元素产业供需情况	67
第四章 微量元素国内产品价格走势及影响因素分析	68
第一节 国内产品2012-2015年价格回顾	68
第二节 国内产品当前市场价格及评述	68
第三节 国内产品价格影响因素分析	68
第四节 2017-2022年国内产品未来价格走势预测	70
第五章 2016年我国微量元素行业发展现状分析	71
第一节 我国微量元素行业发展现状	71
一、微量元素行业品牌发展现状	71
二、微量元素行业需求市场现状	71
三、微量元素市场需求层次分析	71
四、我国微量元素市场走向分析	72
第二节 中国微量元素产品技术分析	72
一、2016年微量元素产品技术变化特点	72
二、2016年微量元素产品市场的新技术	72
三、2016年微量元素产品市场现状分析	72
第三节 中国微量元素行业存在的问题	72
一、微量元素产品市场存在的主要问题	73
二、国内微量元素产品市场的三大瓶颈	73
三、微量元素产品市场遭遇的规模难题	73
第四节 对中国微量元素市场的分析及思考	73
一、微量元素市场特点	74
二、微量元素市场分析	74
三、微量元素市场变化的方向	74
四、中国微量元素行业发展的新思路	74
五、对中国微量元素行业发展的思考	75
第六章 2016年中国微量元素行业发展概况	77
第一节 2016年中国微量元素行业发展态势分析	77
第二节 2016年中国微量元素行业发展特点分析	77
第三节 2016年中国微量元素行业市场供需分析	77
第七章 微量元素行业市场竞争策略分析	79
第一节 行业竞争结构分析	79

一、现有企业间竞争	79
二、潜在进入者分析	80
三、替代品威胁分析	81
四、供应商议价能力	81
五、客户议价能力	82
第二节 微量元素市场竞争策略分析	83
一、微量元素市场增长潜力分析	83
二、微量元素产品竞争策略分析	83
三、典型企业产品竞争策略分析	84
第三节 微量元素企业竞争策略分析	84
一、2017-2022年我国微量元素市场竞争趋势	84
二、2017-2022年微量元素行业竞争格局展望	85
三、2017-2022年微量元素行业竞争策略分析	85
第八章 微量元素行业投资与发展前景分析	88
第一节 2016年微量元素行业投资情况分析	88
一、2016年总体投资结构	88
二、2016年投资规模情况	88
三、2016年投资增速情况	89
四、2016年分地区投资分析	89
第二节 微量元素行业投资机会分析	90
一、微量元素投资项目分析	90
二、可以投资的微量元素模式	90
三、2017年微量元素投资机会	90
四、2017年微量元素投资新方向	91
第三节 微量元素行业发展前景分析	91
一、金融危机下微量元素市场的发展前景	91
二、2017年微量元素市场面临的发展商机	91
第九章 2017-2022年中国微量元素行业发展前景预测分析	92
第一节 2017-2022年中国微量元素行业发展预测分析	92
一、未来微量元素发展分析	92
二、未来微量元素行业技术开发方向	92
三、总体行业"十三五"整体规划及预测	92

第二节2017-2022年中国微量元素行业市场前景分析	94
一、产品差异化是企业发展的方向	94
二、渠道重心下沉	94
第十章 微量元素上游原材料供应状况分析	96
第一节 主要原材料	96
第二节 主要原材料2008-2016年价格及供应情况	96
第三节 2017-2022年主要原材料未来价格及供应情况预测	98
第十一章 微量元素行业上下游行业分析	99
第一节 上游行业分析	99
一、发展现状	99
二、发展趋势预测	104
三、行业最新动态及其对多乙苯行业的影响	105
四、行业竞争状况及其对多乙苯行业的意义	105
第二节 下游行业分析	106
一、发展现状	106
二、发展趋势预测	108
三、市场现状分析	108
四、行业最新动态及其对微量元素行业的影响	109
五、行业竞争状况及其对微量元素行业的意义	110
第十二章 2017-2022年微量元素行业发展趋势及投资风险分析	111
第一节 当前微量元素存在的问题	111
第二节 微量元素未来发展预测分析	111
一、中国微量元素发展方向分析	111
二、2017-2022年中国微量元素行业发展规模	111
三、2017-2022年中国微量元素行业发展趋势预测	112
第三节 2017-2022年中国微量元素行业投资风险分析	113
一、市场竞争风险	113
二、原材料压力风险分析	113
三、技术风险分析	114
四、政策和体制风险	114
五、外资进入现状及对未来市场的威胁	115
第十三章 微量元素国内重点生产厂家分析	116

## 第一节 上海永通化工有限公司 116

### 一、企业基本概况 116

### 二、2010-2016年企业经营与财务状况分析 117

### 三、2010-2016年企业竞争优势分析 123

### 四、企业未来发展战略与规划 125

## 第二节 常宁市华兴冶化实业有限责任公司 125

### 一、企业基本概况 126

### 二、2010-2016年企业经营与财务状况分析 126

### 三、2010-2016年企业竞争优势分析 132

### 四、企业未来发展战略与规划 132

## 第三节 兰州富强微量元素厂 132

### 一、企业基本概况 132

### 二、2010-2016年企业经营与财务状况分析 133

### 三、2010-2016年企业竞争优势分析 138

### 四、企业未来发展战略与规划 138

## 第四节 浙江浙丰化肥微量元素有限公司 138

### 一、企业基本概况 138

### 二、2010-2016年企业经营与财务状况分析 139

### 三、2010-2016年企业竞争优势分析 144

### 四、企业未来发展战略与规划 144

## 第五节 成都市蒲江荣兴微量元素厂 144

### 一、企业基本概况 144

### 二、2010-2016年企业经营与财务状况分析 145

### 三、2010-2016年企业竞争优势分析 150

### 四、企业未来发展战略与规划 150

## 第六节 安徽省农望农业科技开发有限公司 150

### 一、企业基本概况 150

### 二、2010-2016年企业经营与财务状况分析 151

### 三、2010-2016年企业竞争优势分析 157

### 四、企业未来发展战略与规划 158

## 第十四章 微量元素地区销售分析 159

### 第一节 中国微量元素区域销售市场结构变化 159

第二节 微量元素“东北地区”销售分析	159
一、2012-2016年东北地区销售规模	159
二、东北地区“规格”销售分析	159
三、2012-2016年东北地区“规格”销售规模分析	160
第三节 微量元素“华北地区”销售分析	161
一、2012-2016年华北地区销售规模	161
二、华北地区“规格”销售分析	161
三、2012-2016年华北地区“规格”销售规模分析	162
第四节 微量元素“中南地区”销售分析	162
一、2012-2016年中南地区销售规模	162
二、中南地区“规格”销售分析	162
三、2012-2016年中南地区“规格”销售规模分析	163
第五节 微量元素“华东地区”销售分析	163
一、2012-2016年华东地区销售规模	164
二、华东地区“规格”销售分析	164
三、2012-2016年华东地区“规格”销售规模分析	164
第六节 微量元素“西北地区”销售分析	165
一、2012-2016年西北地区销售规模	165
二、西北地区“规格”销售分析	165
第十五章 2017-2022年中国微量元素行业投资战略研究	167
第一节 2015-2016年中国微量元素行业投资策略分析	167
一、微量元素投资策略	167
二、微量元素投资筹划策略	167
三、2016年微量元素品牌竞争战略	168
第二节 2017-2022年中国微量元素行业品牌建设策略	170
一、微量元素的规划	170
二、微量元素的建设	171
三、微量元素业成功之道	171
第十六章 市场指标预测及行业项目投资建议	172
第一节 中国微量元素行业市场发展趋势预测	172
第二节 微量元素产品投资机会	173
第三节 微量元素产品投资趋势分析	173

#### 第四节 项目投资建议 173

##### 一、行业投资环境考察 173

##### 二、投资风险及控制策略 175

##### 三、产品投资方向建议 175

##### 四、项目投资建议 175

#### 第十七章 微量元素企业制定"十三五"发展战略研究分析 182(AK WZY)

##### 一、"十三五"发展战略规划的背景意义 182

###### 第一节 企业转型升级的需要 182

###### 第二节 企业强做大做的需要 182

###### 第三节 企业可持续发展需要 183

##### 二、"十三五"发展战略规划的制定原则 184

###### 第一节 科学性 184

###### 第二节 实践性 185

###### 第三节 前瞻性 185

###### 第四节 创新性 185

###### 第五节 全面性 185

###### 第六节 动态性 186

##### 三、"十三五"发展战略规划的制定依据 187

###### 第一节 国家产业政策 187

###### 第二节 行业发展规律 187

###### 第三节 企业资源与能力 188

###### 第四节 可预期的战略定位 188

#### 部分图表目录：

图表 1 产业链形成模式示意图 23

图表 2 微量元素的产业链结构图 25

图表 3 2012-2016年我国季度GDP增长率 单位：% 26

图表 4 2010-2016年我国三产业增加值季度增长率 单位：% 27

图表 5 2013-2016年11月年我国工业增加值走势图 单位：% 27

图表 6 2013年12月-2016年11月工业增加值月度同比增长率（%） 29

图表 7 2013-2016年11月固定资产投资走势图 单位：% 30

图表 8 2013-2016年11月东、中、西部地区固定资产投资走势图 单位：% 30

图表 9 2012年1-12月&mdash;2016年1-11月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 32

图表 10 2008-2016年11月我国社会消费品零售总额走势图 单位：亿元 % 33

图表 11 2008-2016年11月我国社会消费品零售总额构成走势图 单位：% 34

图表 12 2013年12月-2016年11月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 35

图表 13 2013-2016年11月我国CPI、PPI运行趋势 单位：% 35

图表 14 2008年-2016年11月企业商品价格指数走势 36

图表 15 2013年12月-2016年11月居民消费价格指数（上年同月=100） 38

图表 16 2013-2016年11月月度进出口走势图 单位：% 39

图表 17 2013年12月-2016年11月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%） 41

图表 18 2013-2016年11月我国货币供应量单位：亿元 42

图表 19 2013-2016年11月我国存贷款同比增速走势图 单位：亿元 % 43

图表 20 2013-2016年11月我国月度新增贷款量 单位：亿元 43

图表 21 2013年12月-2016年11月货币供应量月度同比增长率（%） 45

图表 22 2008-2016年2季度我国外汇储备情况 单位：亿美元 45

图表 23 2008年&mdash;2016年工业增加值及其构成月度累计同比增长率 46

图表 24 2001年4月&mdash;2016年11月工业增加值月度同比增长率（%） 48

图表 25 2008年&mdash;2016年城镇固定资产月度累计投资同比增长率 49

图表 26 2009年&mdash;2016年按地区分城镇固定资产月度累计投资同比增长率 49

图表 27 2014年1-5月&mdash;2016年1-11月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 51

图表 28 2014年1-5月&mdash;2016年1-11月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 52

图表 29 我国微量元素标准 52

图表 30 2008年&mdash;2016年CPI、PPI月度变化率 55

图表 31 2008年&mdash;2016年企业商品价格月度指数 55

图表 32 2000年5月&mdash;2016年11月居民消费价格指数（上年同月=100） 57

图表 33 2013-2016年11月我国微量元素行业生产情况分析 61

图表 34 2013-2016年11月我国微量元素行业产能分析 61

图表 35 2017-2022年我国微量元素行业产能预测 62

图表 36 2013-2016年11月我国微量元素行业市场容量分析 62

图表 37 2013-2016年11月我国微量元素行业产能利用率分析 63

图表 38 2017-2022年我国微量元素行业市场容量预测 64

图表 39 微量元素产业行业所处生命周期示意图 65

图表 40 行业生命周期、战略及其特征 66

图表 41 2013-2016年11月我国微量元素行业供需分析 67

图表 42 2016年1-11月我国微量元素市场不同因素的价格影响力对比 69

图表 43 2013-2016年11月我国微量元素行业销量分析 71

图表 44 2009-2016年我国微量元素行业市场供需预测分析 77

图表 45 微量元素行业环境"波特五力"分析模型 79

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/286679.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。