



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2010年中国牛磺酸市场调 研及发展趋势预测分析报告

## 一、调研说明

《2008-2010年中国牛磺酸市场调研及发展趋势预测分析报告》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/51115.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](mailto: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（化学名：2-氨基乙磺酸）系一种调节性基本氨基酸，其在人体内能发挥多种作用，其中包括排毒、增强细胞膜的稳定性、调节（脑）兴奋性神经传递质的产生以及细胞间的钙含量等等。早期牛磺酸产品多从牛胆汁、黑色血或大型鲍鱼体内提取。但由于生产成本太高，现已基本不从动物原料中提取，而改用更为廉价的化学合成法。目前国际市场上的牛磺酸产品均为合成品。

2007年中国牛磺酸增长18%，年产量达2万吨，85%出口至欧美、东南亚等地。

中国牛磺酸消费需求中，90%用于出口，药用占5%，食品添加剂占5%，国内消费量很少。

中国牛磺酸生产企业应加大国内市场的培育，开拓牛磺酸应用的新用途，如将牛磺酸添加于市场需求量巨大的豆制品中以此提高其营养价值，面包、饼干、糕点、糖果、巧克力、口香糖等大众食品也可成为牛磺酸的潜力用途。一旦牛磺酸在食品中的用途在中国得到推广和普及，相信国内的牛磺酸产业必将迎来一个空前繁荣期，产能亦可得到充分发挥。

本报告详尽描述了中国牛磺酸行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对牛磺酸需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对牛磺酸行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助牛磺酸生产企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、中国食品添加剂和配料协会等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。这是我中心经过市场调查和数据采集后，由专家小组历时一年时间精心制作而成。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

【目录】

## 第一章 2007-2008年世界牛磺酸市场运行态势分析

### 第一节 有关牛磺酸产品概念分析

#### 一、物理性质分析

#### 二、功能、作用分析

#### 三、应用分析

### 第二节 2007-2008年世界牛磺酸产品市场发展分析

#### 一、日本已成为仅次于美国的世界第二大牛磺酸消费国

#### 二、2007-2008年世界牛磺酸产品需求量统计分析

#### 三、产品价格走势分析

### 第三节 2008-2010年世界牛磺酸市场发展趋势分析

## 第二章 2007-2008年世界主要国家牛磺酸消费统计分析

### 第一节 美国

#### 一、2007-2008年美国对牛磺酸消费状况分析

#### 二、2007-2008年美国牛磺酸生产技术发展分析

### 第二节 日本

#### 一、产品发展技术分析

#### 二、产品消费结构分析

#### 三、产品进口统计分析

### 第三节 欧洲

## 第三章 2007-2008年中国牛磺酸产业发展环境分析

### 第一节 2007-2008年中国牛磺酸政策环境发展分析

#### 一、产品合格标准分析

#### 二、产品抽样调查分析

#### 三、政府出台政策分析

### 第二节 2007-2008年中国牛磺酸经济环境发展分析

#### 一、经济迅速发展

#### 二、物价不断上涨

### 第三节 2007-2008年中国牛磺酸社会环境发展分析

## 第四章 2007-2008年中国牛磺酸产业发展形势分析

## 第一节 2007-2008年中国牛磺酸产业发展现状分析

### 一、产业发展规模分析

### 二、产业技术发展分析

### 三、产业集中度分析

## 第二节 2007-2008年中国牛磺酸产业发展存在的问题分析

### 一、限制因素分析

### 二、发展存在的问题分析

### 三、发展不足分析

## 第三节 2007-2008年中国牛磺酸产业发展对策分析

## 第五章 2007-2008年中国牛磺酸应用领域分析

### 第一节 保健品

#### 一、产业需求量统计分析

#### 二、产品应用作用分析

#### 三、产品发展特点分析

### 第二节 乳制品

#### 一、婴幼儿奶粉需求量分析

#### 二、其他乳制品应用分析

#### 三、市场现有产品发展分析

### 第三节 运动饮料

#### 一、运动饮料发展迅速

#### 二、红牛饮料市场发展分析

#### 三、产品应用特点分析

### 第四节 食品工业

## 第六章 2007-2008年中国牛磺酸市场运行状况分析

### 第一节 2007-2008年中国牛磺酸市场生产状况分析

#### 一、产量、产能分析

#### 二、价格走势分析

#### 三、生产结构分析

### 第二节 2007-2008年中国牛磺酸需求状况分析

#### 一、需求量统计分析

## 二、需求结构分析

## 三、需求特点分析

### 第三节 2007-2008年中国牛磺酸出口统计分析

#### 一、出口量统计分析

#### 二、出口国家分析

## 第七章 2007-2008年中国牛磺酸市场竞争格局分析

### 第一节 2007-2008年中国牛磺酸市场竞争现状分析

#### 一、价格竞争分析

#### 二、成本竞争分析

#### 三、技术竞争分析

### 第二节 2007-2008年中国牛磺酸市场竞争存在的问题分析

### 第三节 2008-2010年中国牛磺酸市场竞争趋势分析

## 第八章 2007-2008年中国牛磺酸优势企业财务状况及竞争力分析

### 第一节 南京制药厂

#### 一、企业基本概况分析

#### 二、2007-2008年企业财务状况分析

#### 三、2007-2008年企业竞争力分析

#### 四、未来企业发展规划分析

### 第二节 天津天成制药公司

#### 一、企业基本概况分析

#### 二、2007-2008年企业财务状况分析

#### 三、2007-2008年企业竞争力分析

#### 四、未来企业发展规划分析

### 第三节 浙江尖峰药业

#### 一、企业基本概况分析

#### 二、2007-2008年企业财务状况分析

#### 三、2007-2008年企业竞争力分析

#### 四、未来企业发展规划分析

## 第九章 2008-2010年中国牛磺酸产业发展前景展望分析

## 第一节 2008-2010年中国牛磺酸产业前景展望分析

## 第二节 2008-2010年中国牛磺酸市场预测分析

### 一、技术发展趋势分析

### 二、产品产销预测分析

### 三、产品价格走势分析

### 四、产品进出口预测分析

## 第十章 2008-2010年中国牛磺酸行业投资机会与风险分析

### 第一节 2008-2010年中国牛磺酸行业投资环境分析

### 第二节 2008-2010年中国牛磺酸行业投资周期分析

#### 一、经济周期

#### 二、增长性与波动性

#### 三、成熟度分析

### 第三节 2008-2010年中国牛磺酸行业投资机会分析

#### 一、投资潜力分析

#### 二、吸引力分析

#### 三、盈利水平分析

#### 四、融资方式分析

### 第四节 2008-2010年中国牛磺酸行业投资风险预警分析

## 图表目录部分

图表 1 2007年世界各国牛磺酸年消费量情况

图表 2 2007年美国牛磺酸年表观消费量

图表 3 世界主要国家牛磺酸人均消费情况

图表 4 日本牛磺酸消费结构

图表 5 正丙醇：乙酸：水：乙醇系统分析

图表 6 饮料、代乳粉、奶粉中牛磺酸加标目测回收率

图表 7 主要食品牛磺酸浓度分析

图表 8 2003-2008年我国GDP总量及增长情况

图表 9 2008年我国工业增加值及增幅对比图

图表 10 2008年我国宏观经济主要指标预测

图表 11 2006-2008年我国CPI月度增长情况

图表 12 2007年中国主要牛磺酸生产企业资产规模及销售规模情况 单位：千元，人  
图表 13 2006-2007年中国牛磺酸产量情况  
图表 14 中国牛磺酸需求结构  
图表 15 2006年中国牛磺酸总出口量及其金额  
图表 16 2006年中国牛磺酸出口主要国家  
图表 17 2006-2007年南京制药厂有限公司销售收入情况  
图表 18 2006-2007年南京制药厂有限公司盈利指标情况  
图表 19 2006-2007年南京制药厂有限公司盈利能力情况  
图表 20 2006-2007年南京制药厂有限公司资产运行指标状况  
图表 21 2006-2007年南京制药厂有限公司资产负债能力指标分析  
图表 22 2006-2007年南京制药厂有限公司成本费用构成情况  
图表 23 2006-2007年天津市天成制药有限公司销售收入情况  
图表 24 2006-2007年天津市天成制药有限公司盈利指标情况  
图表 25 2006-2007年天津市天成制药有限公司盈利能力情况  
图表 26 2006-2007年天津市天成制药有限公司资产运行指标状况  
图表 27 2006-2007年天津市天成制药有限公司资产负债能力指标分析  
图表 28 2006-2007年天津市天成制药有限公司成本费用构成情况  
图表 29 2006-2007年浙江尖峰海洲制药有限公司销售收入情况  
图表 30 2006-2007年浙江尖峰海洲制药有限公司盈利指标情况  
图表 31 2006-2007年浙江尖峰海洲制药有限公司盈利能力情况  
图表 32 2006-2007年浙江尖峰海洲制药有限公司资产运行指标状况  
图表 33 2006-2007年浙江尖峰海洲制药有限公司资产负债能力指标分析  
图表 34 2006-2007年浙江尖峰海洲制药有限公司成本费用构成情况  
图表 35 2008-2010年中国牛磺酸产量预测  
图表 36 2008-2010年中国牛磺酸出口量预测  
图表 37 2006-2007年中国主要牛磺酸企业资产利润率变化情况  
图表38 略。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/51115.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。