

2017-2022年中国甘氨酸市 场全景调查与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国甘氨酸市场全景调查与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/huagong/883827VX5E.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

(Glycine)又名氨基乙酸，为人体非必需氨基酸。名称缩写：Gly 甘氨酸是氨基酸系列中结构最为简单，人体非必需的一种氨基酸，在分子中同时具有酸性和碱性官能团，在水中可电离，具有很强的亲水性，属于极性氨基酸，溶于极性溶剂，而难溶于非极性溶剂，而且具有较高的沸点和熔点，通过水溶液酸碱性的调节可以使甘氨酸呈现不同的分子形态。甘氨酸有独特的甜味，能缓和酸、碱味，掩盖食品中添加糖精的苦味并增强甜味。人体若摄入甘氨酸的量过多，不仅不能被人体吸收利用，而且会打破人体对氨基酸的吸收平衡而影响其它氨基酸的吸收，导致营养失衡而影响健康。以甘氨酸为主要原料生产的含乳饮料，对青少年及儿童的正常生长发育很容易带来不利影响。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国甘氨酸市场全景调查与行业竞争对手分析报告》共十一章。首先介绍了甘氨酸相关概念及发展环境，接着分析了中国甘氨酸规模及消费需求，然后对中国甘氨酸市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国甘氨酸面临的机遇及发展前景。您若想对中国甘氨酸有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 2014-2016年中国氨基酸产业运行形势分析 15

第一节 2014-2016年中国氨基酸产业发展综述 15

一、中国氨基酸产业特征分析 15

二、氨基酸主要品牌 15

三、氨基酸深层次加工与新产品开发 18

第二节 中国氨基酸产业发展动态分析 22

一、河北40万吨氨基酸项目建设情况分析 22

二、南宁赢创美诗药业公司氨基酸衍生物新项目 22

三、美亚泰集团氨基酸复合肥项目落户新疆 23

第三节 2014-2016年中国氨基酸产业细分产品市场发展概况 24

一、蛋氨酸 24

二、赖氨酸及其盐 25

三、药用氨基酸 26

四、谷氨酸钠 29

第二章 2014-2016年世界甘氨酸行业发展现状分析 31

第一节 2014-2016年世界甘氨酸发展概况 31

一、世界甘氨酸市场供需分析 31

二、世界甘氨酸主要产品价格走势分析 33

第二节 2014-2016年世界主要国家甘氨酸行业发展情况分析 33

一、美国 33

二、日本 34

三、欧洲 34

第三节 2014-2016年世界甘氨酸行业发展趋势分析 34

第三章 2014-2016年中国甘氨酸行业市场发展环境分析 35

第一节 国内宏观经济环境分析 35

一、GDP历史变动轨迹分析 35

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 36

三、2016年中国宏观经济发展预测分析 38

第二节 2014-2016年中国甘氨酸行业政策环境分析 45

一、行业影响分析 45

二、进出口政策分析 52

三、甘氨酸最大允许使用量最大允许残留量标准 52

第三节 2014-2016年中国甘氨酸行业社会环境分析 53

第四章 2014-2016年中国甘氨酸行业运行形势分析 55

第一节 2014-2016年中国甘氨酸行业概况 55

一、甘氨酸发展现状 55

二、中国甘氨酸生产技术分析 56

三、甘氨酸项目 60

第二节 2014-2016年中国甘氨酸存在的问题 62

一、行业同质化现象严重 62

二、市场进入细分阶段 63

三、成本上升使企业腹背受敌 63

四、质量问题 68

第二节 2014-2016年中国甘氨酸企业应对措施 70

一、从营销模式上进行创新 70

二、从产品品类上进行创新 77

第五章 2014-2016年中国甘氨酸行业市场动态分析 77

第一节 2014-2016年中国甘氨酸行业市场分析 77

一、我国甘氨酸供需失衡将持续 77

二、油漆主业崛起甘氨酸辅业蓄势 79

三、年产4万吨甘氨酸铝锆项目 80

第二节 2014-2016年中国甘氨酸市场分析 81

一、我国甘氨酸行业供给分析 81

二、我国甘氨酸行业市场需求分析 81

三、中国甘氨酸区域市场规模分析 82

第三节 2014-2016年中国甘氨酸行业市场销售情况分析 83

第六章 2014-2016年中国无机酸制造行业数据监测分析 83

第一节 2014-2016年中国无机酸制造行业总体数据分析 83

一、2013年中国无机酸制造行业全部企业数据分析 83

二、2014年中国无机酸制造行业全部企业数据分析 84

三、2016年中国无机酸制造行业全部企业数据分析 85

第二节 2014-2016年中国无机酸制造行业不同规模企业数据分析 85

一、2013年中国无机酸制造行业不同规模企业数据分析 85

二、2014年中国无机酸制造行业不同规模企业数据分析 86

三、2016年中国无机酸制造行业不同规模企业数据分析 87

第三节 2014-2016年中国无机酸制造行业不同所有制企业数据分析 87

一、2013年中国无机酸制造行业不同所有制企业数据分析 87

二、2014年中国无机酸制造行业不同所有制企业数据分析 88

三、2016年中国无机酸制造行业不同所有制企业数据分析 89

第七章 2014-2016年中国甘氨酸行业市场竞争格局分析 89

第一节 2014-2016年中国甘氨酸市场竞争现状 89

一、品牌竞争 89

二、价格竞争 91

三、产品多样化竞争 92

第二节 2017-2022年中国甘氨酸市场竞争趋势分析 93

一、本土品牌企业整合，提高竞争 93

二、健康个性是竞争卖点 93

三、从包装到“内容”的惨烈市场竞争 94

第八章 2014-2016年中国甘氨酸优势生产企业竞争力与关键性数据分析 94

第一节 河北东华冀衡化工有限公司 94

一、企业概况 94

二、企业主要经济指标分析 95

第二节 石家庄市东华金龙化工有限公司 99

一、企业概况 99

二、企业主要经济指标分析 100

第三节 江西电化中达化工有限公司 104

一、企业概况 104

二、企业主要经济指标分析 105

三、企业盈利能力分析 105

四、企业偿债能力分析 106

五、企业运营能力分析 107

六、企业成长能力分析 108

第四节 晋州市龙升化建有限公司 108

一、企业概况 109

二、企业主要经济指标分析 110

三、企业盈利能力分析 110

四、企业偿债能力分析 111

五、企业运营能力分析 112

六、企业成长能力分析 113

第五节 河北东华舰化工有限公司 114

- 一、企业概况 114
- 二、企业主要经济指标分析 114
- 三、企业盈利能力分析 115
- 四、企业偿债能力分析 115
- 五、企业运营能力分析 117
- 六、企业成长能力分析 117
- 第六节 元氏县宏升化工有限责任公司 118
 - 一、企业概况 118
 - 二、企业主要经济指标分析 119
 - 三、企业盈利能力分析 119
 - 四、企业偿债能力分析 120
 - 五、企业运营能力分析 121
 - 六、企业成长能力分析 122
- 第七节 银川冀宁精细化工有限公司 123
 - 一、企业概况 123
 - 二、企业主要经济指标分析 123
 - 三、企业盈利能力分析 124
 - 四、企业偿债能力分析 124
 - 五、企业运营能力分析 126
 - 六、企业成长能力分析 126
- 第八节 铜陵澳隆化工有限责任公司 127
 - 一、企业概况 127
 - 二、企业主要经济指标分析 127
 - 三、企业盈利能力分析 128
 - 四、企业偿债能力分析 129
 - 五、企业运营能力分析 130
 - 六、企业成长能力分析 131
- 第九节 江苏远洋化学有限公司 131
 - 一、企业概况 131
 - 二、企业主要经济指标分析 132
 - 三、企业盈利能力分析 132
 - 四、企业偿债能力分析 133

五、企业运营能力分析 134

六、企业成长能力分析 135

第十节 河北东华化工总公司 136

一、企业概况 136

二、企业主要经济指标分析 136

三、企业盈利能力分析 137

四、企业偿债能力分析 137

五、企业运营能力分析 139

六、企业成长能力分析 139

第九章 2014-2016年中国甘氨酸相关产业链运行走势分析 140

第一节 2014-2016年中国甘氨酸上游市场分析 140

一、全球甘氨酸上游产量 140

二、我国甘氨酸上游产量 141

三、甘氨酸上游价格走势分析 142

第二节 2014-2016年中国甘氨酸上游深加工市场分析 142

一、甘氨酸上游深加工能力不能满足市场需求 142

二、甘氨酸上游深加工技术要求 143

三、甘氨酸上游加工业的发展对策 144

四、我国甘氨酸上游市场的发展前景 144

五、甘氨酸上游面临的问题 145

第三节 2014-2016年中国人口消费特征分析 147

第十章 2017-2022年中国甘氨酸行业发展前景预测分析 155

第一节 2017-2022年中国甘氨酸行业发展预测分析 155

一、未来甘氨酸发展分析 155

二、未来甘氨酸行业技术开发方向 155

三、总体行业“十三五”整体规划及预测 156

第二节 2017-2022年中国甘氨酸行业市场前景分析 158

一、产品差异化是企业发展的方向 158

二、渠道重心下沉 160

三、预计未来5年甘氨酸需求仍呈增势 160

第三节 2017-2022年中国甘氨酸市场盈利预测分析 161

第十一章 2017-2022年中国甘氨酸行业投资机会与风险分析 162 (ZY WZY)

第一节 2017-2022年中国甘氨酸行业投资环境分析 162

第二节 2017-2022年甘氨酸行业投资机会分析 166

一、规模的发展及投资需求分析 166

二、总体经济效益判断 167

三、与产业政策调整相关的投资机会分析 167

第三节 2017-2022年中国甘氨酸行业投资风险分析 168

一、市场竞争风险 168

二、原材料压力风险分析 169

三、政策和体制风险 169

四、外资进入现状及对未来市场的威胁 170

五、其他风险 170

第四节 专家投资建议 170

1、技术应用注意事项 170

2、项目投资注意事项 172

3、生产开发注意事项 174

4、销售注意事项 175

图表目录：

图表、甘氨酸用途分析 31

图表、甘氨酸行业区域供给情况分析 32

图表、2010-2015年世界甘氨酸平均价格走势 33

图表、2011年2季度—2016年2季度国内生产总值季度累计同比增长率(%) 35

图表、2011年1-6月—2016年1-6月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 36

图表、2011年6月—2016年6月工业增加值月度同比增长率(%) 38

图表、2016年6月居民消费价格主要数据 45

图表、2011年6月—2016年6月居民消费价格指数(上年同月=100) 49

图表、2011年6月—2016年6月社会消费品零售总额月度同比增长率(%) 50

图表、甘氨酸最大允许使用量最大允许残留量标准 52

图表、2011年6月—2016年6月工业品出厂价格指数(上年同月=100) 53

图表、2010-2015年我国甘氨酸产量变化图 55

图表、氯乙酸氨解法原料消耗及成本 58

图表、Strecker工艺原料消耗及成本 58

图表、改进的Strecker和Hydantion工艺原料消耗及成本 59

图表、直接Hydantion工艺原料消耗及成本 59

图表、2016年1-6月中国月度进出口情况 64

图表、2014年以来中国季度进出口规模和增速 65

图表、2016年1-6月中国主要商品出口数量、金额及其增长速度 66

图表、2014年以来中国重点商品月度出口增速 67

图表、2010-2015年我国甘氨酸供给变化图 81

图表、2010-2015年我国甘氨酸需求变化图 81

图表、2010-2015年我国甘氨酸市场规模变化图 82

图表、2010-2015年我国甘氨酸市场销售变化图 83

图表、2014-2016年我国无机酸制造销售收入变化图 83

图表、2014-2016年我国无机酸制造利润变化图 84

图表、2014-2016年我国无机酸制造总资产变化图 85

图表、2014-2016年6月我国无机酸制造行业不同规模企业销售收入占比 85

图表、2014-2016年6月我国无机酸制造行业不同规模企业利润总额占比 86

图表、2014-2016年6月我国无机酸制造行业不同规模企业资产合计占比 87

图表、2014-2016年6月我国无机酸制造行业不同类型企业销售收入占比 87

图表、2014-2016年6月我国无机酸制造行业不同类型企业利润总额占比 88

图表、2014-2016年6月我国无机酸制造行业不同类型企业资产合计占比 89

更多图表详见正文

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/huagong/883827VX5E.html>