



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国氨基酸市场分析 及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国氨基酸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/274909.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

氨基酸 (amino acid) : 含有氨基和羧基的一类有机化合物的通称。生物功能大分子蛋白质的基本组成单位, 是构成动物营养所需蛋白质的基本物质。是含有碱性氨基和酸性羧基的有机化合物。氨基连在 $\alpha$ -碳上的为 $\alpha$ -氨基酸。组成蛋白质的氨基酸均为 $\alpha$ -氨基酸。

氨基酸是指含有氨基的羧酸。生物体内的各种蛋白质是由20种基本氨基酸构成的。除甘氨酸外均为L -  $\alpha$ -氨基酸其中(脯氨酸是一种L -  $\alpha$ -亚氨基酸), 其结构通式如图(R基为可变基团): 除甘氨酸外, 其它蛋白质氨基酸的 $\alpha$ -碳原子均为不对称碳原子(即与 $\alpha$ -碳原子键合的四个取代基各不相同), 因此氨基酸可以有立体异构体, 即可以有不同的构型(D - 型与L - 型两种构型)。

组成蛋白质的大部分氨基酸是以埃姆登-迈耶霍夫(Embden - Meyerhof)途径与柠檬酸循环的中间物为碳链骨架生物合成的。例外的是芳香族氨基酸、组氨酸, 前者的生物合成与磷酸戊糖的中间物赤藓糖-4-磷酸有关, 后者是由ATP与磷酸核糖焦磷酸合成的。微生物和植物能在体内合成所有的氨基酸, 动物有一部分氨基酸不能在体内合成(必需氨基酸)。必需氨基酸一般由碳水化合物代谢的中间物, 经多步反应(6步以上)而进行生物合成的, 非必需氨基酸的合成所需的酶约14种, 而必需氨基酸的合成则需要更多的, 约有60种酶参与。生物合成的氨基酸除作为蛋白质的合成原料外, 还用于生物碱、木质素等的合成。另一方面, 氨基酸在生物体内由于氨基转移或氧化等生成酮酸而被分解, 或由于脱羧转变成胺后被分解。

氨基酸在医药上主要用来制备复方氨基酸输液, 也用作治疗药物和用于合成多肽药物。用作药物的氨基酸有一百几十种, 其中包括构成蛋白质的氨基酸有20种和构成非蛋白质的氨基酸有100多种。

由多种氨基酸组成的复方制剂在现代静脉营养输液以及"要素饮食"疗法中占有非常重要的地位, 对维持危重病人的营养, 抢救患者生命起积极作用, 成为现代医疗中不可少的医药品种之一。

谷氨酸、精氨酸、天门冬氨酸、胱氨酸、L - 多巴等氨基酸单独作用治疗一些疾病, 主要用于治疗肝病疾病、消化道疾病、脑病、心血管病、呼吸道疾病以及用于提高肌肉活力、儿科营养和解毒等。此外氨基酸衍生物在癌症治疗上出现了希望。

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1章：氨基酸行业发展综述 13

#### 1.1 氨基酸行业定义及分类 13

##### 1.1.1 行业概念及定义 13

##### 1.1.2 行业主要产品大类 13

##### 1.1.3 行业在国民经济中的地位 14

#### 1.2 氨基酸行业统计标准 14

##### 1.2.1 氨基酸行业统计部门和统计口径 14

##### 1.2.2 氨基酸行业统计方法 15

##### 1.2.3 氨基酸行业数据种类 15

#### 1.3 氨基酸行业供应链分析 17

##### 1.3.1 氨基酸行业上下游产业供应链简介 17

##### 1.3.2 氨基酸行业上游产业供应链分析 17

###### (1) 玉米市场分析 17

###### 1) 市场供需 17

###### 2) 价格走势 18

###### (2) 大豆市场分析 19

###### 1) 市场供需 19

###### 2) 价格走势 20

###### (3) 小麦市场分析 21

###### 1) 市场供需 21

###### 2) 价格走势 21

###### (4) 电力行业市场分析 22

##### 1.3.3 氨基酸行业主要下游产业链分析 23

###### (1) 调味品行业市场发展分析 23

###### (2) 医药行业市场发展分析 24

###### (3) 饲料行业市场发展分析 25

###### (4) 保健品行业市场发展分析 26

### 第2章：氨基酸行业市场环境分析 28

#### 2.1 行业政策环境分析 28

##### (1) 《产业结构调整指导目录（2015年本）》 28

(2) 《食品添加剂使用卫生标准》(GB 2760-2013)	29
(3) 《食品添加剂使用标准》(GB2760-2011)	29
(4) 卫生部质检总局关于规范食品添加剂标准管理的公告(2015年第6号)	30
(5) 《新版药品生产质量管理规范》	31
(6) 《进出口饲料和饲料添加剂检验检疫监管办法》	32
(7) 欧盟、美国、日本食品中豁免物质	32
(8) 《化妆品中可能存在的安全性风险物质风险评估指南》	34
(9) 《日本修订8种农药和2种兽药限量标准》	35
2.1.2 氨基酸行业发展规划	35
(1) 发酵工业振兴规划	35
(2) 《生物产业发展"十三五"规划》	37
2.2 行业经济环境分析	38
2.2.1 国际宏观经济环境分析	38
2.2.2 国内宏观经济环境分析	40
2.2.3 行业宏观经济环境分析	44
2.3 行业消费环境分析	45
2.3.1 行业需求特征分析	45
2.3.2 行业需求趋势分析	45
2.4 行业社会环境分析	47
2.4.1 行业发展与社会经济的协调	47
2.4.2 行业发展面临的环境保护问题	47
2.5 行业生产工艺进展及趋势发展	48
2.5.1 行业生产工艺现状	48
2.5.2 发酵生产工艺发展趋势	50
2.5.3 新技术和工艺的开发应用	51
第3章：氨基酸行业发展状况分析	53
3.1 氨基酸行业发展状况分析	53
3.1.1 中国氨基酸行业发展总体概况	53
3.1.2 中国氨基酸行业发展主要特点	54
3.1.3 中国氨基酸行业发展影响因素分析	54
3.1.4 氨基酸行业经营情况分析	55
(1) 行业规模指标	55

(2) 盈利能力指标	56
(3) 运营能力指标	56
(4) 偿债能力指标	57
(5) 发展能力指标	57
3.2 2011-2015年氨基酸行业供需平衡指标分析	58
3.2.1 氨基酸行业供给指标分析	58
(1) 总产值分析	58
(2) 产成品分析	58
3.2.2 各地区氨基酸行业供给指标分析	59
(1) 总产值前十地区分析	59
(2) 产成品前十地区分析	60
3.2.3 氨基酸行业需求指标分析	61
(1) 销售产值分析	61
(2) 销售收入分析	62
3.2.4 各地区氨基酸行业需求指标分析	62
(1) 销售产值前十地区分析	62
(2) 销售收入前十地区分析	64
3.2.5 氨基酸行业产销率分析	65
3.3 2011-2015年氨基酸行业进出口市场分析	65
3.3.1 行业进出口状况综述	65
3.3.2 氨基酸行业出口情况	66
(1) 行业出口总体情况	66
(2) 行业出口产品结构	67
3.3.3 氨基酸行业进口情况分析	68
(1) 行业进口总体情况	68
(2) 行业进口产品结构	69
第4章：氨基酸行业市场竞争状况分析	71
4.1 行业总体市场竞争状况分析	71
4.2 行业国际市场竞争状况分析	71
4.2.1 国际氨基酸市场发展状况	71
(1) 国际氨基酸市场概况	71
(2) 国际氨基酸应用领域	72

(3) 国际合成氨基酸市场	73
4.2.2 国际氨基酸市场竞争状况分析	74
4.2.3 国际氨基酸市场发展趋势分析	76
4.2.4 跨国公司在中国市场的投资布局	79
(1) 日本味之素	79
(2) 韩国CJ公司	79
(3) 德国Evonik Degussa	81
(4) 日本协和发酵公司	82
(5) 美国ADM公司	83
4.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析	83
4.3 行业国内市场竞争状况分析	84
4.3.1 国内氨基酸行业市场规模分析	84
4.3.2 国内氨基酸行业五力模型分析	85
(1) 国内氨基酸行业竞争格局分析	85
(2) 行业上游议价能力分析	85
(3) 行业下游议价能力分析	86
(4) 行业替代品威胁分析	86
(5) 行业新进入者威胁分析	86
4.4 行业投资兼并与重组整合分析	87
4.4.1 氨基酸行业投资兼并与重组整合概况	87
4.4.2 国际氨基酸企业投资兼并与重组整合	87
4.4.3 国内氨基酸企业投资兼并与重组整合	88
4.4.4 氨基酸行业投资兼并与重组整合特征判断	89
第5章：氨基酸行业主要产品市场分析	90
5.1 行业主要产品结构特征	90
5.1.1 行业产品结构特征分析	90
5.1.2 行业产品市场发展概况	92
5.2 行业主要产品市场分析	95
5.2.1 蛋氨酸市场分析	95
(1) 市场供需	95
(2) 价格走势	98
(3) 市场展望	99

## 5.2.2 赖氨酸市场分析 99

- (1) 市场供需 99
- (2) 价格走势 100
- (3) 市场展望 101

## 5.2.3 谷氨酸市场分析 102

- (1) 市场供需 102
- (2) 价格走势 104
- (3) 市场展望 104

## 5.2.4 苏氨酸市场分析 105

- (1) 市场供需 105
- (2) 价格走势 106
- (3) 市场展望 107

## 5.2.5 色氨酸市场分析 107

- (1) 市场供需 107
- (2) 价格走势 108
- (3) 市场展望 109

## 5.2.6 其它产品市场分析 110

## 5.3 行业主要产品生产工艺与原料分析 111

### 5.3.1 蛋氨酸生产工艺与原料分析 111

- (1) 蛋氨酸生产工艺现状 111
- (2) 蛋氨酸生产新工艺分析 112
- (3) 蛋氨酸生产工艺与原料发展趋势分析 113

### 5.3.2 赖氨酸生产工艺与原料分析 113

- (1) 赖氨酸生产工艺现状 113
- (2) 赖氨酸生产新工艺分析 113
- (3) 赖氨酸生产工艺与原料发展趋势分析 114

### 5.3.3 谷氨酸生产工艺与原料分析 114

- (1) 谷氨酸生产工艺现状 114
- (2) 谷氨酸生产新工艺分析 115
- (3) 谷氨酸生产工艺与原料发展趋势分析 116

### 5.3.4 苏氨酸生产工艺与原料分析 117

- (1) 苏氨酸生产工艺现状 117



(2) 苏氨酸生产新工艺分析	119
(3) 苏氨酸生产工艺与原料发展趋势分析	120
5.3.5 色氨酸生产工艺与原料分析	120
(1) 色氨酸生产工艺现状	120
(2) 色氨酸生产新工艺分析	121
(3) 色氨酸生产工艺与原料发展趋势分析	122
第6章：氨基酸行业产品应用市场分析	123
6.1 食品行业氨基酸应用现状与前景分析	123
6.1.1 氨基酸在食品中应用分析	123
6.1.2 食品用氨基酸市场分析	123
6.1.3 氨基酸在食品中的新应用分析	124
6.1.4 食品用氨基酸发展前景及趋势分析	125
6.2 医药行业氨基酸应用现状与前景分析	126
6.2.1 氨基酸在医药工业中应用分析	126
6.2.2 药用氨基酸市场分析	128
6.2.3 氨基酸在医药中的新应用分析	128
6.2.4 药用氨基酸发展趋势及前景分析	129
6.3 饲料行业氨基酸应用现状与前景分析	130
6.3.1 氨基酸在饲料中应用分析	130
6.3.2 饲料用氨基酸市场分析	131
6.3.3 氨基酸在饲料中的新应用分析	132
6.3.4 饲料用氨基酸发展前景及趋势分析	133
6.4 保健品行业氨基酸应用现状与前景分析	134
6.4.1 氨基酸在保健品中应用分析	134
6.4.2 保健品用氨基酸市场分析	134
6.4.3 氨基酸在保健品中的新应用分析	135
6.4.4 保健品用氨基酸发展前景及趋势分析	136
(1) 国际保健品用氨基酸前景	136
(2) 中国保健品用氨基酸前景	137
6.5 其它领域氨基酸应用现状与潜力分析	138
第7章：氨基酸行业重点区域市场分析	139
7.1 行业总体区域结构特征分析	139

- 7.1.1 行业区域结构总体特征 139
- 7.1.2 行业区域集中度分析 142
- 7.2 内蒙古自治区氨基酸行业发展分析及预测 144
  - 7.2.1 内蒙古自治区氨基酸行业发展规划及配套措施 144
  - 7.2.2 内蒙古自治区氨基酸行业在行业中的地位变化 144
  - 7.2.3 内蒙古自治区氨基酸行业经济运行状况分析 145
  - 7.2.4 内蒙古自治区氨基酸行业发展趋势预测 146
- 7.3 吉林省氨基酸行业发展分析及预测 147
  - 7.3.1 吉林省氨基酸行业发展规划及配套措施 147
  - 7.3.2 吉林省氨基酸行业在行业中的地位变化 147
  - 7.3.3 吉林省氨基酸行业经济运行状况分析 148
  - 7.3.4 吉林省氨基酸行业发展趋势预测 149
- 7.4 江苏省氨基酸行业发展分析及预测 150
  - 7.4.1 江苏省氨基酸行业发展规划及配套措施 150
  - 7.4.2 江苏省氨基酸行业在行业中的地位变化 150
  - 7.4.3 江苏省氨基酸行业经济运行状况分析 150
  - 7.4.4 江苏省氨基酸行业发展趋势预测 152
- 7.5 山东省氨基酸行业发展分析及预测 152
  - 7.5.1 山东省氨基酸行业发展规划及配套措施 152
  - 7.5.2 山东省氨基酸行业在行业中的地位变化 154
  - 7.5.3 山东省氨基酸行业经济运行状况分析 154
  - 7.5.4 山东省氨基酸行业发展趋势预测 155
- 7.6 湖北省氨基酸行业发展分析及预测 156
  - 7.6.1 湖北省氨基酸行业发展规划及配套措施 156
  - 7.6.2 湖北省氨基酸行业在行业中的地位变化 156
  - 7.6.3 湖北省氨基酸行业经济运行状况分析 157
  - 7.6.4 湖北省氨基酸行业发展趋势预测 158
- 7.7 四川省氨基酸行业发展分析及预测 159
  - 7.7.1 四川省氨基酸行业发展规划及配套措施 159
  - 7.7.2 四川省氨基酸行业在行业中的地位变化 160
  - 7.7.3 四川省氨基酸行业经济运行状况分析 160
  - 7.7.4 四川省氨基酸行业发展趋势预测 161

7.8 广东省氨基酸行业发展分析及预测	162
7.8.1 广东省氨基酸行业发展规划及配套措施	162
7.8.2 广东省氨基酸行业在行业中的地位变化	164
7.8.3 广东省氨基酸行业经济运行状况分析	165
7.8.4 广东省氨基酸行业发展趋势预测	166
第8章：氨基酸行业主要企业生产经营分析	167
8.1 氨基酸企业发展总体状况分析	167
8.1.1 资产状况	167
8.1.2 销售收入状况	167
8.1.3 盈利状况	168
8.2 氨基酸行业领先企业个案分析	169
8.2.1 广东肇庆星湖生物科技股份有限公司经营情况分析	169
(1) 企业发展简况	169
(2) 企业主营业务与产品	170
(3) 企业销售渠道与网络	171
(4) 企业经营情况分析	171
1) 主要经济指标分析	171
2) 盈利能力分析	172
3) 运营能力分析	173
4) 偿债能力	173
5) 发展能力	174
(5) 企业优劣势分析	174
(6) 企业最新发展动向分析	175
8.2.2 中粮生物化学(安徽)股份有限公司经营情况分析	175
(1) 企业发展简况	175
(2) 企业主营业务与产品	176
(3) 企业销售渠道与网络	176
(4) 企业经营情况分析	177
1) 主要经济指标分析	177
2) 盈利能力分析	178
3) 运营能力分析	179
4) 偿债能力分析	179

5) 发展能力分析 180

(5) 企业优劣势分析 180

8.2.3 阜丰集团有限公司经营情况分析 181

(1) 企业发展简况 181

(2) 企业主营业务与产品 182

(3) 企业销售渠道与网络 182

(4) 企业经营情况分析 182

1) 主要经济指标分析 182

2) 盈利能力分析 183

3) 运营能力分析 183

4) 偿债能力分析 184

5) 发展能力分析 184

(5) 企业优劣势分析 185

8.2.4 长春大成实业集团有限公司经营情况分析 185

(1) 企业发展简况 185

(2) 企业主营业务与产品 186

(3) 企业销售渠道与网络 186

(4) 企业经营情况分析 186

1) 产销能力分析 186

2) 盈利能力分析 187

3) 运营能力分析 187

4) 偿债能力分析 188

5) 发展能力分析 188

(5) 企业优劣势分析 189

8.2.5 吉尔生化(上海)有限公司经营情况分析 189

(1) 企业发展简况 189

(2) 企业主营业务与产品 190

(3) 企业销售渠道与网络 190

(4) 企业经营情况分析 190

1) 产销能力分析 190

2) 盈利能力分析 191

3) 运营能力分析 191

4) 偿债能力分析 192

5) 发展能力分析 192

(5) 企业优劣势分析 193

第9章：氨基酸行业发展趋势分析与预测 268

9.1 氨基酸市场发展趋势 268

9.1.1 氨基酸市场发展趋势分析 268

9.1.2 氨基酸市场发展前景预测 269

9.2 氨基酸行业投资特性分析 269

9.2.1 氨基酸行业进入壁垒分析 269

9.2.2 氨基酸行业盈利模式分析 270

9.2.3 氨基酸行业盈利因素分析 270

9.3 氨基酸行业投资建议 271

9.3.1 氨基酸行业投资风险 271

9.3.2 氨基酸行业主要投资建议 272

图表目录:

图表1：2012-2015年氨基酸行业工业总产值及在GDP中的比重（单位：亿元，%） 14

图表2：氨基酸行业产业链图 17

图表3：2013-2015年中国玉米年度产量与国内消费（单位：万吨，万公顷） 18

图表4：2011-2015年中国玉米期货价格走势（单位：元/吨） 19

图表5：2010-2015年全球及中国历年大豆需求（单位：百万吨） 19

图表6：2013-2015年我国大豆收储价格（单位：元/吨） 21

图表7：2010-2015年我国小麦收储价格（单位：元/吨） 22

图表8：2010-2015年我国单月用电量及增速（单位：亿千瓦，%） 23

图表9：2012-2015年中国调味品行业市场规模及增速（单位：亿元，%） 24

图表10：2012-2015年中国保健品行业市场规模及增速（单位：亿元，%） 26

图表11：2010-2020年年中国人口结构变化及其预测（单位：%） 27

图表12：日本发布的豁免物质名单 33

图表13：欧盟食品中的"豁免物质"名单 34

图表14：2009-2015年美国经济数据及预测（单位：%） 39

图表15：2009-2015年欧洲经济数据及预测（单位：%） 40

图表16：2011-2015年中国国内生产总值同比增长速度（单位：%） 40

图表17：2011-2015年工业增加值增长变化（单位：%） 41

图表18：2015年全国固定资产投资（不含农户）同比增速（单位：%） 41

图表19：2015年中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%） 42

图表20：2013-2015年中国货物进出口总额（单位：亿美元） 43

图表21：2011-2015年中国广义货币（M2）增长速度（单位：%） 43

图表22：大型氨基酸企业产品种类 44

图表23：2011-2015年氨基酸行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%） 55

图表24：2011-2015年中国氨基酸行业盈利能力分析（单位：%） 56

图表25：2011-2015年中国氨基酸行业运营能力分析（单位：次） 56

图表26：2011-2015年中国氨基酸行业偿债能力分析（单位：% ，倍） 57

图表27：2011-2015年中国氨基酸行业发展能力分析（单位：%） 57

图表28：2013-2015年氨基酸行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%） 58

图表29：2013-2015年氨基酸行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%） 58

图表30：2011-2015年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 59

图表31：2015年工业总产值居前的10个地区比重图（010-56025881单位：%） 60

图表32：2011-2015年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 60

图表33：2015年产成品居前的10个地区比重图（单位：%） 61

图表34：2013-2015年氨基酸行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%） 61

图表35：2013-2015年氨基酸行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%） 62

图表36：2011-2015年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 63

图表37：2015年销售产值居前的10个地区比重图（单位：%） 63

图表38：2011-2015年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 64

图表39：2015年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%） 64

图表40：2012-2015年全国氨基酸行业产销率变化趋势图（单位：%） 65

图表41：2011-2015年中国氨基酸行业进出口状况表（单位：万美元） 66

图表42：2011-2015年中国氨基酸行业月度出口额走势图（单位：亿美元） 66

图表43：2011-2015年中国氨基酸行业月度主要出口产品结构表（单位：千克，万美元） 67

图表44：2011-2015年氨基酸行业出口产品结构（单位：%） 68

图表45：2011-2015年中国氨基酸行业月度进口额走势图（单位：万美元） 68

图表46：2011-2015年中国氨基酸行业月度主要进口产品结构表（单位：千克，万美元） 69

图表47：2011-2015年氨基酸行业进口产品结构（单位：%） 69

图表48：韩国CJ公司在华投资情况 80

图表49：韩国CJ公司在华投资布局 80

图表50：德国Degussa公司在华投资企业 81

图表51：2012-2015年中国氨基酸行业市场规模及其增长趋势（单位：亿元，%） 84

图表52：20种氨基酸需求前景 93

图表53：国内蛋氨酸市场主要供应商产能、供应量分布（单位：万吨/年，%） 95

图表54：2013-2015年中国固体蛋氨酸和液体蛋氨酸需求情况（单位：万吨） 96

图表55：2011-2015年蛋氨酸出口月度数量走势图（010--56025881单位：吨） 97

图表56：2011-2015年蛋氨酸进口月度数量走势图（单位：吨） 97

图表57：2013-2015年中国固体蛋氨酸价格走势（单位：元/吨） 98

图表58：2015年1-12月中国赖氨酸进出口总量及总额变化情况（单位：吨，万美元） 99

图表59：国产98.5%赖氨酸国内价格走势（单位：元/kg） 100

图表60：2015年1-12月98.5%赖氨酸价格走势（单位：元/公斤） 101

图表61：2015年一季度谷氨酸出口市场分析（单位：万美元，%） 102

图表62：2010/2015年国内部分地区谷氨酸价格行情（单位：元/吨） 104

图表63：2011-2015年国内苏氨酸市场需求（单位：吨） 105

图表64：2011-2015年国内苏氨酸价格变化情况（截至第38周）（单位：元/kg） 106

图表65：2011-2015年国内色氨酸市场周价格变化情况（单位：元/kg） 109

图表66：苏氨酸工艺流程简图 118

图表67：赖氨酸的使用量参考（单位：kg，%） 130

图表68：2011-2015年中国氨基酸行业区域市场情况（单位：家，万元） 139

图表69：2011-2015年中国氨基酸行业各区域企业个数占比情况（单位：%） 140

图表70：2011-2015年中国氨基酸行业各区域销售收入情况（单位：%） 141

图表71：2011-2015年中国氨基酸行业各区域资产总计情况（单位：%） 141

图表72：2015年中国氨基酸行业各地区销售收入排名前二十情况（单位：亿元） 142

图表73：2015年中国氨基酸行业销售收入按省份累计百分比（单位：%） 143

图表74：2013-2015年中国氨基酸行业销售收入占比情况（单位：%） 143

图表75：2012-2015年内蒙古自治区氨基酸行业地位变化情况（单位：%） 144

图表76：2011-2015年内蒙古自治区氨基酸行业经济运行状况（单位：%、倍、次） 145

图表77：2012-2015年吉林省氨基酸行业地位变化情况（单位：%） 148

图表78：2011-2015年吉林省氨基酸行业经济运行状况（单位：%、倍、次） 148

图表79：2012-2015年江苏省氨基酸行业地位变化情况（单位：%） 150

图表80：2011-2015年江苏省氨基酸行业经济运行状况（单位：%、倍、次） 151

图表81：2012-2015年山东省氨基酸行业地位变化情况（单位：%） 154

- 图表82：2011-2015年山东省氨基酸行业经济运行状况（单位：%、倍、次） 155
- 图表83：2012-2015年湖北省氨基酸行业地位变化情况（单位：%） 157
- 图表84：2011-2015年湖北省氨基酸行业经济运行状况（单位：%、倍、次） 157
- 图表85：2012-2015年四川省氨基酸行业地位变化情况（单位：%） 160
- 图表86：2011-2015年四川省氨基酸行业经济运行状况（单位：%、倍、次） 160
- 图表87：2012-2015年广东省氨基酸行业地位变化情况（单位：%） 164
- 图表88：2011-2015年广东省氨基酸行业经济运行状况（单位：%、倍、次） 165
- 图表89：2015年氨基酸行业资产总额前十位企业（单位：亿元） 167
- 图表90：2015年氨基酸行业销售收入前十位企业（单位：亿元） 168
- 图表91：2015年氨基酸行业利润总额前十位企业（单位：亿元） 168
- 图表92：2015年广东肇庆星湖生物科技股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图 170
- 图表93：2015年广东肇庆星湖生物科技股份有限公司的产品结构（010--56025881单位：%） 170
- 图表94：2015年广东肇庆星湖生物科技股份有限公司的主营业务地区分布（单位：%） 171
- 图表95：2011-2015年广东肇庆星湖生物科技股份有限公司主要经济指标分析（单位：亿元） 171
- 图表96：2011-2015年广东肇庆星湖生物科技股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：亿元，%） 172
- 图表97：2011-2015年广东肇庆星湖生物科技股份有限公司盈利能力分析（单位：%） 172
- 图表98：2011-2015年广东肇庆星湖生物科技股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：亿元，%） 172
- 图表99：2011-2015年广东肇庆星湖生物科技股份有限公司运营能力分析（单位：次） 173
- 图表100：2011-2015年广东肇庆星湖生物科技股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍） 173
- 图表101：2011-2015年广东肇庆星湖生物科技股份有限公司发展能力分析（单位：%） 174
- 图表102：广东肇庆星湖生物科技股份有限公司优劣势分析 174
- 图表103：2015年中粮生物化学（安徽）股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图 175
- 图表104：2015年中粮生物化学（安徽）股份有限公司的产品结构（单位：%） 176
- 图表105：2015年中粮生物化学（安徽）股份有限公司的主营业务地区分布（单位：%） 177
- 图表106：2011-2015年中粮生物化学（安徽）股份有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）



图表107：2015年中粮生物化学（安徽）股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%） 177

图表108：2011-2015年中粮生物化学（安徽）股份有限公司盈利能力分析（单位：%） 178

图表109：2011-2015年中粮生物化学（安徽）股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%） 178

图表110：2011-2015年中粮生物化学（安徽）股份有限公司运营能力分析（单位：次） 179

图表111：2011-2015年中粮生物化学（安徽）股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍） 179

图表112：2011-2015年中粮生物化学（安徽）股份有限公司发展能力分析（单位：%） 180

图表113：中粮生物化学（安徽）股份有限公司优劣势分析 180

图表114：2011-2015年阜丰集团有限公司产品结构（单位：%） 182

图表115：2011-2015年阜丰集团有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 183

图表116：2011-2015年阜丰集团有限公司盈利能力分析（单位：%） 183

图表117：2011-2015年阜丰集团有限公司运营能力分析（单位：次） 184

图表118：2011-2015年阜丰集团有限公司偿债能力分析（单位：%） 184

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/274909.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。