

Анализ рынка масс-спектрометров для изотопного анализа в России

Тематика: **Консалтинг и B2B-услуги**
Статьи и исследования

Дата публикации: 16.06.2022

г. Москва

Дата мероприятия / события: 16.06.2022

Маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка масс-спектрометров для изотопного анализа в России.

Масс-спектрометрия – это способ изучения веществ, вычислением массы и числа ионов при ионизации вещества.

Масс-спектрометры подразделяют на три типа:

МХ - для анализа химического состава,

МИ - для анализа изотопного анализа,

МС - для исследований структуры и свойств веществ.

В промышленности получили распространение приборы двух первых типов, третий тип приборов МС применяют в основном при научных исследованиях в лабораторных условиях.

Для анализа изотопного состава легких элементов (углерод, водород, кислород, сера, азот и т.д.) используется ионизация электронным ударом. В этом случае годятся все методы ввода газовой фазы, как и в органических масс-спектрометрах (DELTA Plus ADVANTAGE, FINNIGAN DELTA Plus XL и FINNIGAN MAT253).

Для анализа изотопов более тяжелых элементов используется термоионизация (FINNIGAN TRITON TI) или ионизация в индуктивно-связанной плазме с параллельным детектированием (FINNIGAN NEPTUNE, и одноколлекторным детектированием FINNIGAN ELEMENT2).

Объем рынка масс-спектрометров для изотопного анализа в России в натуральном выражении в 2021 г. составил 74 шт.

Объем импорта в Россию масс-спектрометров для изотопного анализа в 2021 г. составил \$ 13 717,9 тыс.

Наибольший объем импорта в Россию масс-спектрометров для изотопного анализа в 2021 г. приходился на компании: THERMO FISHER SCIENTIFIC, INC. (34,8% всего импорта); ELEMENTAR UK LTD. (17,4%); PERKIN ELMER INC. (10,1%).

23,2% масс-спектрометров для изотопного анализа по итогам 2021 г. было ввезено в Россию из США, 21,7% - из Германии и 18,8% - из Великобритании.

Подробные данные смотрите в отчете:

<https://drgroup.ru/analiz-rynka-mass-spektrometrov-dlya-izotopnogo-analiza-v-rossii.html>