

2018-2024年中国食品添加剂行业市场调研与投资前景预测报告

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

《2018-2024年中国食品添加剂行业市场调研与投资前景预测报告》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/shipin/559165DR9W.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

我国主要的食品添加剂 添加剂类别 应用领域 常用的品种 防腐剂 碳酸饮料、果泥、果酱、糖渍水果、蜜饯、酱菜、酱油、食醋、果汁饮料、肉、鱼、蛋、禽类食品等 苯甲酸、苯甲酸钠、山梨酸、山梨酸钾等 着色剂 碳酸饮料、果汁饮料类、配制酒、糕点上的彩装、糖果、山楂制品、腌制小菜、冰淇淋、果冻、巧克力、奶油、速溶咖啡等各类食品等。 苋菜红、胭脂红、柠檬黄、日落黄、焦糖色素等人工合成色素。像叶绿素铜钠盐等一些天然食用色素等 甜味剂 饮料、酱菜、糕点、饼干、面包、雪糕、蜜饯、糖果、调味料、肉类罐头等 糖精钠、环己基氨基磺酸钠（甜蜜素）、三氯蔗糖、麦芽糖醇、山梨糖醇、木糖醇等 香料 各类食品 香精油、香精、粉体香料浸膏 膨松剂 发酵面制品、油炸制品、膨化食品等 碳酸氢钠、碳酸氢铵、复合膨松剂 酸度调节剂 部分糖果与巧克力制品采用酸味剂来调节和改善香味效果，尤其是水果型的制品 柠檬酸、酒石酸、乳酸、苹果酸 资料来源：公开资料整理

在食品添加剂行业快速发展过程中，行业竞争也十分激烈。食品添加剂的企业一般都较小，投资不大，当一个产品市场好的时候很容易吸引资本进入，企业价格战的情况时有发生，一些出口产品竞争更加白热化，个别产品市场前景还不明确，很多企业就已蜂拥而上，整个产业都没有利润。但是经过多年的市场竞争和国家以及行业的积极引导，很多产品的发展已趋于平稳，产业结构较以前已有明显改观。

（1）主要产品的生产集中度大幅提高，产业发展已趋于平稳 经过多年的发展，很多产品的生产集中度大幅提高，企业规划不断扩大，产业也逐步向大企业集中。如食用香精香料产业，目前，国内企业已基本完成体制转换及结构调整，形成了主要的大企业集团，同时，世界排名前十位的香精香料企业都已进入中国市场，外资企业、股份制企业、民营企业三分天下的局面业已形成；高位甜味剂的4个主要品种，十年前每个品种都有30-50家企业，目前都已仅剩5-6家具有国际竞争力的大企业；柠檬酸行业从90年代初以价格优势打开国际市场以后，企业最多达到100多家，经过十多年的发展，通过国家的引导和行业竞争，目前正常生产的企业在15家左右，而产量却由十年前的30万吨增长到90万吨。其他品种的发展情况大都如此，近十年来食品添加剂行业的结构调整幅度很大，主要产品的产业结构更加合理。

（2）产业发展已经由沿海等发达地区向内陆转移 我国食品添加剂工业是改革开放后首先由东部沿海城市迅速发展起来的，在很长一段时期内，仅有少数几个省份较发达、活跃，而大多数中西部省区都很少有食品添加剂产业的发展。近几年，除广东、上海、浙江、山东、江苏、北京、天津等省市外，一些中西部地区充分发挥各自资源优势，和国家扶持政策或地域优势，开发出了一些性价比较高的食品添加剂产品，规模和数量都有明显上升。同时受能源和原料的影响，一些耗能大、原料成本比重大的产品也逐步向中西部转移，许多产品已经形成了区域优势。

（3）产品结构进一步优

化 近年来，为了适应人们对食品添加剂追求天然和使用安全的消费心理，食品添加剂行业的产品结构也在调整和升级换代，天然产品发展很快，功能性食品添加剂越来越被消费者所接受，新的品种不断出现。如高倍甜味剂中的一些品种几年来有所发展和调整，一些功能性、源自植物有效成分的提取物都取得了很大发展。复合食品添加剂因具有很多优势，在短短的十几年内在我国得到迅猛发展，从最早的几个应用品种发展到如今包括肉制品、烘焙食品、饮料、保健品、膨化食品等各种食品加工的上百个品种，很快成为了食品添加剂市场的亮点。复合添加剂产品正受到广大应用企业的普遍欢迎，产生了明显的经济效益和社会效益。

(4) 我国食品添加剂行业在国际市场中的地位 近年来，我国食品添加剂的生产能力年均增长率达到15%左右，产量年均增长达到10%左右，远高于当前世界4.5%年平均增长率。我国食品添加剂不仅满足了国内的生产需要，许多产品出口到国际市场，从数量来看，我国是世界食品添加剂的主要生产国和供应国，在国际市场上占有举足轻重的地位。经过多年的发展，我国的一些重点食品添加剂品种的竞争力不断增强，形成了整体竞争优势，逐步在国际市场上占据了主导地位。 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 食品添加剂行业发展综述1.1 食品添加剂行业定义及分类1.1.1 行业定义1.1.2 行业产品/服务分类1.1.3 行业主要商业模式1.2 食品添加剂行业特征分析1.2.1 产业链分析1.2.2 食品添加剂行业在产业链中的地位1.2.3 食品添加剂行业生命周期分析(1) 行业生命周期理论基础(2) 食品添加剂行业生命周期1.3 最近3-5年中国食品添加剂行业经济指标分析1.3.1 赢利性1.3.2 成长速度1.3.3 附加值的提升空间1.3.4 进入壁垒/退出机制1.3.5 风险性1.3.6 行业周期1.3.7 竞争激烈程度指标1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析 第二章 食品添加剂行业运行环境(PEST)分析2.1 食品添加剂行业政治法律环境分析2.1.1 行业管理体制分析2.1.2 行业主要法律法规2.1.3 行业相关发展规划2.2 食品添加剂行业经济环境分析2.2.1 国际宏观经济形势分析2.2.2 国内宏观经济形势分析2.2.3 产业宏观经济环境分析2.3 食品添加剂行业社会环境分析2.3.1 食品添加剂产业社会环境2.3.2 社会环境对行业的影响2.3.3 食品添加剂产业发展对社会发展的影响2.4 食品添加剂行业技术环境分析2.4.1 食品添加剂技术分析2.4.2 食品添加剂技术发展水平2.4.3 行业主要技术发展趋势 第三章 我国食品添加剂行业运行分析3.1 我国食品添加剂行业发展状况分析3.1.1 我国食品添加剂行业发展阶段3.1.2 我国食品添加剂行业发展总体概况3.1.3 我国食品添加剂行业发展特点分析3.2 2014-2017年食品添加剂行业发展现状3.2.1 2014-2017年我国食品添加剂行业市场规模3.2.2 2014-2017年我国食品添加剂行业发展分析3.2.3 2014-2017年中国食品添加剂企业发展分析3.3 区域市场分析3.3.1 区域市场分布总体情况3.3.2 2014-2017年重点省市市场分

析3.4 食品添加剂细分产品/服务市场分析3.4.1 细分产品/服务特色3.4.2 2014-2017年细分产品/服务市场规模及增速3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测3.5 食品添加剂产品/服务价格分析3.5.1 2014-2017年食品添加剂价格走势3.5.2 影响食品添加剂价格的关键因素分析(1) 成本(2) 供需情况(3) 关联产品(4) 其他3.5.3 2018-2024年食品添加剂产品/服务价格变化趋势3.5.4 主要食品添加剂企业价位及价格策略 第四章 我国食品添加剂行业整体运行指标分析4.1 2014-2017年中国食品添加剂行业总体规模分析4.1.1 企业数量结构分析4.1.2 人员规模状况分析4.1.3 行业资产规模分析4.1.4 行业市场规模分析4.2 2014-2017年中国食品添加剂行业运营情况分析4.2.1 我国食品添加剂行业营收分析4.2.2 我国食品添加剂行业成本分析4.2.3 我国食品添加剂行业利润分析4.3 2014-2017年中国食品添加剂行业财务指标总体分析4.3.1 行业盈利能力分析4.3.2 行业偿债能力分析4.3.3 行业营运能力分析4.3.4 行业发展能力分析 第五章 我国食品添加剂行业供需形势分析5.1 食品添加剂行业供给分析5.1.1 2014-2017年食品添加剂行业供给分析5.1.2 2018-2024年食品添加剂行业供给变化趋势5.1.3 食品添加剂行业区域供给分析5.2 2014-2017年我国食品添加剂行业需求情况5.2.1 食品添加剂行业需求市场5.2.2 食品添加剂行业客户结构5.2.3 食品添加剂行业需求的地区差异5.3 食品添加剂市场应用及需求预测5.3.1 食品添加剂应用市场总体需求分析(1) 食品添加剂应用市场需求特征(2) 食品添加剂应用市场需求总规模5.3.2 2018-2024年食品添加剂行业领域需求量预测(1) 2018-2024年食品添加剂行业领域需求产品/服务功能预测(2) 2018-2024年食品添加剂行业领域需求产品/服务市场格局预测5.3.3 重点行业食品添加剂产品/服务需求分析预测 第六章 食品添加剂行业产业结构分析6.1 食品添加剂产业结构分析6.1.1 市场细分充分程度分析6.1.2 各细分市场领先企业排名6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构) 6.2 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析6.2.1 产业价值链条的构成6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析6.3 产业结构发展预测6.3.1 产业结构调整指导政策分析6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素6.3.3 中国食品添加剂行业参与国际竞争的战略市场定位6.3.4 食品添加剂产业结构调整方向分析6.3.5 建议 第七章 我国食品添加剂行业产业链分析7.1 食品添加剂行业产业链分析7.1.1 产业链结构分析7.1.2 主要环节的增值空间7.1.3 与上下游行业之间的关联性7.2 食品添加剂上游行业分析7.2.1 食品添加剂产品成本构成7.2.2 2014-2017年上游行业发展现状7.2.3 2018-2024年上游行业发展趋势7.2.4 上游供给对食品添加剂行业的影响7.3 食品添加剂下游行业分析7.3.1 食品添加剂下游行业分布7.3.2 2014-2017年下游行业发展现状7.3.3 2018-2024年下游行业发展趋势7.3.4 下游需求对食品添加剂行业的影响 第八章 我国食品添加剂行业渠道分析及策略8.1 食品添加剂行业渠道分析8.1.1 渠道形式及对比8.1.2 各类渠道对食品添加剂行业的影响8.1.3 主要食品添加剂企业渠道策略研究8.1.4 各区域主要代理商情况8.2 食品添加剂行业用户分析8.2.1 用户认知程度分析8.2.2 用户需求特点分析8.2.3 用户购买途径分

析8.3 食品添加剂行业营销策略分析8.3.1 中国食品添加剂营销概况8.3.2 食品添加剂营销策略探讨8.3.3 食品添加剂营销发展趋势 第九章 我国食品添加剂行业竞争形势及策略9.1 行业总体市场竞争状况分析9.1.1 食品添加剂行业竞争结构分析（1）现有企业间竞争（2）潜在进入者分析（3）替代品威胁分析（4）供应商议价能力（5）客户议价能力（6）竞争结构特点总结9.1.2 食品添加剂行业企业间竞争格局分析9.1.3 食品添加剂行业集中度分析9.1.4 食品添加剂行业SWOT分析9.2 中国食品添加剂行业竞争格局综述9.2.1 食品添加剂行业竞争概况（1）中国食品添加剂行业竞争格局（2）食品添加剂行业未来竞争格局和特点（3）食品添加剂市场进入及竞争对手分析9.2.2 中国食品添加剂行业竞争力分析（1）我国食品添加剂行业竞争力剖析（2）我国食品添加剂企业市场竞争的优势（3）国内食品添加剂企业竞争能力提升途径9.2.3 食品添加剂市场竞争策略分析 第十章 食品添加剂行业领先企业经营形势分析10.1 安琪酵母股份有限公司10.1.1 企业概况10.1.2 企业优势分析10.1.3 产品/服务特色10.1.4 2014-2017年经营状况10.1.5 2018-2024年发展规划10.2 安徽金禾实业股份有限公司10.2.1 企业概况10.2.2 企业优势分析10.2.3 产品/服务特色10.2.4 2014-2017年经营状况10.2.5 2018-2024年发展规划10.3 保龄宝生物股份有限公司10.3.1 企业概况10.3.2 企业优势分析10.3.3 产品/服务特色10.3.4 2014-2017年经营状况10.3.5 2018-2024年发展规划10.4 量子高科（中国）生物股份有限公司10.4.1 企业概况10.4.2 企业优势分析10.4.3 产品/服务特色10.4.4 2014-2017年经营状况10.4.5 2018-2024年发展规划10.5 潜江永安药业股份有限公司10.5.1 企业概况10.5.2 企业优势分析10.5.3 产品/服务特色10.5.4 2014-2017年经营状况10.5.5 2018-2024年发展规划10.6 浙江新和成股份有限公司10.6.1 企业概况10.6.2 企业优势分析10.6.3 产品/服务特色10.6.4 2014-2017年经营状况10.6.5 2018-2024年发展规划10.7 星湖生物科技股份有限公司10.7.1 企业概况10.7.2 企业优势分析10.7.3 产品/服务特色10.7.4 2014-2017年经营状况10.7.5 2018-2024年发展规划10.8 晨光生物科技集团股份有限公司10.8.1 企业概况10.8.2 企业优势分析10.8.3 产品/服务特色10.8.4 2014-2017年经营状况10.8.5 2018-2024年发展规划10.9 莱茵生物科技股份有限公司10.9.1 企业概况10.9.2 企业优势分析10.9.3 产品/服务特色10.9.4 2014-2017年经营状况10.9.5 2018-2024年发展规划10.10 帝斯曼维生素（上海）有限公司10.10.1 企业概况10.10.2 企业优势分析10.10.3 产品/服务特色10.10.4 2014-2017年经营状况10.10.5 2018-2024年发展规划 第十一章 2018-2024年食品添加剂行业投资前景11.1 2018-2024年食品添加剂市场发展前景11.1.1 2018-2024年食品添加剂市场发展潜力11.1.2 2018-2024年食品添加剂市场发展前景展望11.1.3 2018-2024年食品添加剂细分行业发展前景分析11.2 2018-2024年食品添加剂市场发展趋势预测11.2.1 2018-2024年食品添加剂行业发展趋势11.2.2 2018-2024年食品添加剂市场规模预测11.2.3 2018-2024年食品添加剂行业应用趋势预测11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测11.3 2018-2024年中国食品添加剂行业供需预测11.3.1 2018-2024年中国食品添加剂行业供给预测11.3.2 2018-2024年中国食品添加剂行业需求

预测11.3.3 2018-2024年中国食品添加剂供需平衡预测11.4 影响企业生产与经营的关键趋势11.4.1 市场整合成长趋势11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测11.4.3 企业区域市场拓展的趋势11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势 第十二章 2018-2024年食品添加剂行业投资机会与风险12.1 食品添加剂行业投融资情况12.1.1 行业资金渠道分析12.1.2 固定资产投资分析12.1.3 兼并重组情况分析12.2 2018-2024年食品添加剂行业投资机会12.2.1 产业链投资机会12.2.2 细分市场投资机会12.2.3 重点区域投资机会12.3 2018-2024年食品添加剂行业投资风险及防范12.3.1 政策风险及防范12.3.2 技术风险及防范12.3.3 供求风险及防范12.3.4 宏观经济波动风险及防范12.3.5 关联产业风险及防范12.3.6 产品结构风险及防范12.3.7 其他风险及防范 第十三章 食品添加剂行业投资战略研究13.1 食品添加剂行业发展战略研究13.1.1 战略综合规划13.1.2 技术开发战略13.1.3 业务组合战略13.1.4 区域战略规划13.1.5 产业战略规划13.1.6 营销品牌战略13.1.7 竞争战略规划13.2 对我国食品添加剂品牌的战略思考13.2.1 食品添加剂品牌的重要性13.2.2 食品添加剂实施品牌战略的意义13.2.3 食品添加剂企业品牌的现状分析13.2.4 我国食品添加剂企业的品牌战略13.2.5 食品添加剂品牌战略管理的策略13.3 食品添加剂经营策略分析13.3.1 食品添加剂市场细分策略13.3.2 食品添加剂市场创新策略13.3.3 品牌定位与品类规划13.3.4 食品添加剂新产品差异化战略13.4 食品添加剂行业投资战略研究13.4.1 2015年食品添加剂行业投资战略13.4.2 2018-2024年食品添加剂行业投资战略13.4.3 2018-2024年细分行业投资战略 第十四章 研究结论及投资建议14.1 食品添加剂行业研究结论14.2 食品添加剂行业投资价值评估14.3 食品添加剂行业投资建议——ZYCY14.3.1 行业发展策略建议14.3.2 行业投资方向建议14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/559165DR9W.html>