

# 2018-2024年中国食品添加剂行业市场运营态势与发展全景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

# 一、报告报价

《2018-2024年中国食品添加剂行业市场运营态势与发展全景评估报告》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/M93271CL5W.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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品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 食品添加剂产业概述及研究机构1.1 食品添加剂定义及产品技术参数1.2 食品添加剂分类1.2.1 产品类型1.2.2 原材料类型1.2.3 应用1.3 食品添加剂应用领域1.3.1 甜点1.3.2 饮品1.3.3 方便食品1.3.4 调味品1.3.5 乳制品1.3.6 其他1.4 食品添加剂产业链结构1.4.1 食品添加剂产业概述1.4.2 食品添加剂产业政策1.4.3 食品添加剂产业动态1.5 食品添加剂行业研究机构1.5.1 食品添加剂行业介绍1.5.2 食品添加剂行业研究优势1.5.3 食品添加剂行业研究范围 第二章 2014-2017年中国食品添加剂行业市场发展环境分析2.1 中国食品添加剂行业经济环境分析2.1.1 中国经济运行情况1、国民经济运行情况GDP2、消费价格指数CPI、PPI3、全国居民收入情况4、恩格尔系数5、工业发展形势6、固定资产投资情况7、食品工业发展现状2.1.2 经济环境对行业的影响分析2.2 中国食品添加剂行业政策环境分析2.2.1 行业监管环境1、行业主管部门2、行业监管体制2.2.2 行业政策分析1、《食品安全法》2、《食品安全法实施条例》2.2.3 政策环境对行业的影响分析2.3 中国食品添加剂行业社会环境分析2.3.1 行业社会环境1、人口环境分析2、教育环境分析3、文化环境分析4、生态环境分析5、中国城镇化率6、居民的各种消费观念和习惯2.3.2 社会环境对行业的影响分析2.4 中国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1、技术水平总体发展情况2、中国食品添加剂行业新技术研究2.4.2 食品添加剂技术发展水平1、中国食品添加剂行业技术水平所处阶段2、与国外食品添加剂行业的技术差距2.4.3 行业主要技术发展趋势2.4.4 技术环境对行业的影响 第三章 食品添加剂生产成本分析3.1 食品添加剂物料

清单 (BOM) 3.2 食品添加剂物料清单价格分析3.3 食品添加剂生产劳动力成本分析3.4 食品添加剂设备折旧成本分析3.5 食品添加剂生产成本结构分析3.6 食品添加剂制造工艺分析3.7 中国2014-2017年食品添加剂价格、成本及毛利 第四章 国际食品添加剂行业市场发展分析4.1 2014-2017年国际食品添加剂行业发展现状4.1.1 国际食品添加剂行业发展现状4.1.2 国际食品添加剂行业发展规模4.1.3 国际食品添加剂主要技术水平4.2 2014-2017年国际食品添加剂市场需求研究4.2.1 国际食品添加剂市场需求特点4.2.2 国际食品添加剂市场需求结构4.2.3 国际食品添加剂市场需求规模4.3 2014-2017年国际区域食品添加剂行业研究4.3.1 欧洲4.3.2 美国4.3.3 日韩4.4 国际知名食品添加剂企业分析4.4.1 巴斯夫4.4.2 ADM4.4.3 杜邦4.4.4 嘉里集团4.4.5 赢创4.5 2018-2024年国际食品添加剂行业发展展望4.5.1 国际食品添加剂行业发展趋势4.5.2 国际食品添加剂行业规模预测4.5.3 国际食品添加剂行业发展机会 第五章 2014-2017年中国食品添加剂行业发展概述5.1 华东区域产销情况分析5.1.1 2014-2017年华东区域产量分析5.1.2 2014-2017年华东区域市场销售规模分析5.1.3 华东区域重点销售市场分析5.1.4 华东区域销售发展趋势分析5.2 华北区域产销情况分析5.2.1 2014-2017年华北区域产量分析5.2.2 2014-2017年华北区域市场销售规模分析5.2.3 华北区域重点销售市场分析5.2.4 华北区域销售发展趋势分析5.3 中南区域产销情况分析5.3.1 2014-2017年中南区域产量分析5.3.2 2014-2017年中南区域市场销售规模分析5.3.3 中南区域重点销售市场分析5.3.4 中南区域销售发展趋势分析5.4 东北区域产销情况分析5.4.1 2014-2017年东北区域产量分析5.4.2 2014-2017年东北区域市场销售规模分析5.4.3 东北区域重点销售市场分析5.4.4 东北区域销售发展趋势分析5.5 西南区域产销情况分析5.5.1 2014-2017年西南区域产量分析5.5.2 2014-2017年西南区域市场销售规模分析5.5.3 西南区域重点销售市场分析5.5.4 西南区域销售发展趋势分析5.6 西北区域产销情况分析5.6.1 2014-2017年西北区域产量分析5.6.2 2014-2017年西北区域市场销售规模分析5.6.3 西北区域重点销售市场分析5.6.4 西北区域销售发展趋势分析 第六章 中国食品添加剂行业运行指标分析及预测6.1 中国食品添加剂行业企业数量分析6.1.1 2014-2017年中国食品添加剂行业企业数量情况6.1.2 2014-2017年中国食品添加剂行业企业竞争结构6.2 2014-2017年中国食品添加剂行业财务指标总体分析6.2.1 行业盈利能力分析6.2.2 行业偿债能力分析6.2.3 行业营运能力分析6.2.4 行业发展能力分析6.3 中国食品添加剂行业市场规模分析及预测6.3.1 2014-2017年中国食品添加剂行业市场规模分析6.3.2 2018-2024年中国食品添加剂行业市场规模预测6.4 中国食品添加剂行业市场供需分析及预测6.4.1 中国食品添加剂行业市场供给分析1、2014-2017年中国食品添加剂行业市场供给规模分析2、2018-2024年中国食品添加剂行业市场供给规模预测6.4.2 中国食品添加剂行业市场需求分析1、2014-2017年中国食品添加剂行业需求规模分析2、2018-2024年中国食品添加剂行业需求规模预测 第七章 2014-2017年中国食品添加剂行业销售渠道及进出口情况分析7.1 食品添加剂行业销售渠道现状分析7.2 中国食品添加剂行业经销商及联系方式7.3 中国食品添加剂

行业出厂价、渠道价及终端价分析7.4 中国食品添加剂行业进出口及贸易情况分析7.4.1 食品添加剂进口分析1、食品添加剂进口规模分析2、食品添加剂进口金额分析3、食品添加剂进口价格分析7.4.2 食品添加剂出口分析1、食品添加剂出口规模分析2、食品添加剂出口金额分析3、食品添加剂出口价格分析7.4.3 食品添加剂行业进出口结构分析7.4.4 食品添加剂行业进出口发展趋势分析 第八章 中国食品添加剂行业消费市场调查8.1 食品添加剂市场消费需求分析8.1.1 食品添加剂市场的消费需求变化8.1.2 食品添加剂行业的需求情况分析8.1.3 食品添加剂品牌市场消费需求分析8.2 食品添加剂消费市场状况分析8.2.1 食品添加剂行业消费特点8.2.2 食品添加剂行业消费结构分析8.2.3 食品添加剂行业消费的市场变化8.2.4 食品添加剂市场的消费方向8.3 食品添加剂行业产品的品牌市场调查8.3.1 下游客户对行业品牌认知度宏观调查8.3.2 下游客户对行业产品的品牌偏好调查8.3.3 下游客户对行业品牌的首要认知渠道8.3.4 食品添加剂行业品牌忠诚度调查8.3.5 下游客户的消费理念调研 第九章 中国食品添加剂行业市场竞争格局分析9.1 中国食品添加剂行业竞争格局分析9.1.1 食品添加剂行业区域分布格局9.1.2 食品添加剂行业企业规模格局9.1.3 食品添加剂行业企业性质格局9.2 中国食品添加剂行业竞争五力分析9.2.1 食品添加剂行业上游议价能力9.2.2 食品添加剂行业下游议价能力9.2.3 食品添加剂行业新进入者威胁9.2.4 食品添加剂行业替代产品威胁9.2.5 食品添加剂行业现有企业竞争9.3 中国食品添加剂行业竞争SWOT分析9.3.1 食品添加剂行业优势分析（S）9.3.2 食品添加剂行业劣势分析（W）9.3.3 食品添加剂行业机会分析（O）9.3.4 食品添加剂行业威胁分析（T）9.4 中国食品添加剂行业投资兼并重组整合分析9.4.1 投资兼并重组现状9.4.2 投资兼并重组案例9.5 中国食品添加剂行业竞争策略建议 第十章 中国食品添加剂行业领先企业竞争力分析10.1 晨光生物科技集团股份有限公司竞争力分析10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业主要产品分析10.1.3 企业竞争优势分析10.1.4 企业经营状况分析10.1.5 企业最新发展动态10.1.6 企业发展战略分析10.2 保龄宝生物股份有限公司竞争力分析10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业主要产品分析10.2.3 企业竞争优势分析10.2.4 企业经营状况分析10.2.5 企业最新发展动态10.2.6 企业发展战略分析10.3 山东龙力生物科技股份有限公司竞争力分析10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业主要产品分析10.3.3 企业竞争优势分析10.3.4 企业经营状况分析10.3.5 企业最新发展动态10.3.6 企业发展战略分析10.4 江门量子高科生化工程有限公司竞争力分析10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业主要产品分析10.4.3 企业竞争优势分析10.4.4 企业经营状况分析10.4.5 企业最新发展动态10.4.6 企业发展战略分析10.5 安琪酵母股份有限公司竞争力分析10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业主要产品分析10.5.3 企业竞争优势分析10.5.4 企业经营状况分析10.5.5 企业最新发展动态10.5.6 企业发展战略分析10.6 莲花健康产业集团股份有限公司竞争力分析10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业主要产品分析10.6.3 企业竞争优势分析10.6.4 企业经营状况分析10.6.5 企业最新发展动态10.6.6 企业发展战略分析10.7 爱普香料集团股份有限公司竞争力分析10.7.1 企

业发展基本情况10.7.2 企业主要产品分析10.7.3 企业竞争优势分析10.7.4 企业经营状况分析10.7.5 企业最新发展动态10.7.6 企业发展战略分析10.8 千禾味业食品股份有限公司竞争力分析10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业主要产品分析10.8.3 企业竞争优势分析10.8.4 企业经营状况分析10.8.5 企业最新发展动态10.8.6 企业发展战略分析10.9 浙江新和成股份有限公司竞争力分析10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业主要产品分析10.9.3 企业竞争优势分析10.9.4 企业经营状况分析10.9.5 企业最新发展动态10.9.6 企业发展战略分析10.10 厦门金达威集团股份有限公司竞争力分析10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业主要产品分析10.10.3 企业竞争优势分析10.10.4 企业经营状况分析10.10.5 企业最新发展动态10.10.6 企业发展战略分析 第十一章 2018-2024年中国食品添加剂行业发展趋势与投资机会研究11.1 2018-2024年中国食品添加剂行业市场发展潜力分析11.1.1 中国食品添加剂行业市场空间分析11.1.2 中国食品添加剂行业竞争格局变化11.1.3 中国食品添加剂行业互联网+前景11.2 2018-2024年中国食品添加剂行业发展趋势分析11.2.1 中国食品添加剂行业品牌格局趋势11.2.2 中国食品添加剂行业渠道分布趋势11.2.3 中国食品添加剂行业市场趋势分析11.3 2018-2024年中国食品添加剂行业投资机会与建议11.3.1 中国食品添加剂行业投资前景展望11.3.2 中国食品添加剂行业投资机会分析11.3.3 中国食品添加剂行业投资建议 第十二章 2018-2024年中国食品添加剂行业投资分析与风险规避12.1 中国食品添加剂行业关键成功要素分析12.2 中国食品添加剂行业投资壁垒分析12.3 中国食品添加剂行业投资风险与规避12.3.1 宏观经济风险与规避12.3.2 行业政策风险与规避12.3.3 上游市场风险与规避12.3.4 市场竞争风险与规避12.3.5 技术风险分析与规避12.3.6 下游需求风险与规避12.4 中国食品添加剂行业融资渠道与策略12.4.1 食品添加剂行业融资渠道分析12.4.2 食品添加剂行业融资策略分析 第十三章 2018-2024年中国食品添加剂行业盈利模式与投资战略规划分析13.1 国外食品添加剂行业投资现状及经营模式分析13.1.1 境外食品添加剂行业成长情况调查13.1.2 经营模式借鉴13.1.3 国外投资新趋势动向13.2 中国食品添加剂行业商业模式探讨13.2.1 行业主要商业模式13.2.2 行业商业模式创新分析13.3 中国食品添加剂行业投资发展战略规划13.3.1 战略优势分析13.3.2 战略机遇分析13.3.3 战略规划目标13.3.4 战略措施分析13.4 最优投资路径设计13.4.1 投资对象13.4.2 投资模式13.4.3 预期财务状况分析13.4.4 风险资本退出方式 第十四章 研究结论及建议14.1 研究结论14.2 投资建议14.2.1 行业发展策略建议&mdash;&mdash;ZYCY14.2.2 行业投资方向建议14.2.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/M93271CL5W.html>