

2017-2022年中国食品添加剂行业市场分析与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2017-2022年中国食品添加剂行业市场分析与投资前景分析报告》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.chinairr.org/report/R07/R0704/201708/18-236872.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

根据我国食品卫生法(1995年)的规定，食品添加剂是为改善食品色、香、味等品质，以及为防腐和加工工艺的需要而加入食品中的人工合成或者天然物质。目前我国食品添加剂有23个类别，2000多个品种，包括酸度调节剂、抗结剂、消泡剂、抗氧化剂、漂白剂、膨松剂、着色剂、护色剂、酶制剂、增味剂、营养强化剂、防腐剂、甜味剂、增稠剂、香料等。

随着全球工业食品总量的快速增加和化学合成技术的进步，全球食品添加剂品种不断增加，产量持续上升。目前，全世界应用的食物添加剂品种已多达25000余种（其中80%为香料），直接使用的有3000-4000种，其中常用的有600-1000种。由于各国对食品安全控制的要求和技术上存在着一定的差异，所以允许使用的食物添加剂品种和范围也有所不同。如美国FDA公布使用的食物添加剂有2922种，其中受管理的1755种。日本使用的食物添加剂约有1100种；欧盟允许使用的有1000-1500种。我国食品添加剂实际允许使用的品种有1524种。

我国把为改善食品品质和色、香、味，以及为防腐和加工工艺的需要而加入食品中的化学合成或者天然物质，包括营养强化剂定义为食品添加剂。目前我国食品添加剂总产值已约占国际贸易额的10%，其中柠檬酸、苯甲酸钠、山梨酸钾、糖精、木糖醇、维生素C和维生素E、乙基麦芽酚等品种在国际贸易中已起到举足轻重的作用，处于领先地位。我国食用着色剂在品种、数量上均有较大增长，已成为世界食用着色剂品种最多的生产和消费大国，在国际贸易中占了一定的份额，出口的品种主要有红曲红、高粱红、栀子黄、姜黄等，年贸易额约为3000多万美元。

我国食用着色剂在品种、数量上均有较大增长，已成为世界食用着色剂品种最多的生产和消费大国，在国际贸易中占了一定的份额，出口的品种主要有红曲红、高粱红、栀子黄、姜黄等，年贸易额约为3000多万美元。可以预计随着食品添加剂安全水平的提高，新型安全食品添加剂将成为行业新的经济增长点。实现品种繁多，质量优越，价格低廉的出口战略一直是我国食品添加剂扩大国际贸易的方向。近年来，我国十分注重国际食品添加剂流行品种的研发，随着生产技术和成本的突破，我国食品添加剂新品种的国际贸易量必将得到增长，从而进一步带动了我国食品添加剂的发展。

报告目录：

第一章 食品添加剂行业报告摘要

1.1 食品添加剂行业报告研究范围

1.1.1 食品添加剂行业专业名词解释

1.1.2 食品添加剂行业研究范围界定

- 1.1.3 食品添加剂行业分析框架简介
- 1.1.4 食品添加剂行业分析工具介绍
- 1.1.5 食品添加剂行业研究机构
- 1.2 食品添加剂行业报告研究摘要
- 1.2.1 食品添加剂行业发展现状分析
- 1.2.2 食品添加剂行业市场规模分析
- 1.2.3 食品添加剂行业发展趋势预测
- 1.2.4 食品添加剂行业投资前景展望
- 1.2.5 食品添加剂行业投资建议

第二章 食品添加剂行业概述

- 2.1 食品添加剂行业基本概述
- 2.1.1 食品添加剂行业基本定义
- 2.1.2 食品添加剂行业主要分类
- 2.1.3 食品添加剂行业市场特点
- 2.2 食品添加剂行业商业模式
- 2.2.1 食品添加剂行业商业模式
- 2.2.2 食品添加剂行业盈利模式
- 2.2.3 食品添加剂行业互联网+模式
- 2.3 食品添加剂行业产业链
- 2.3.1 食品添加剂行业产业链简介
- 2.3.2 食品添加剂行业上游供应分布
- 2.3.3 食品添加剂行业下游需求领域
- 2.4 食品添加剂行业发展特性
- 2.4.1 食品添加剂行业季节性
- 2.4.2 食品添加剂行业区域性
- 2.4.3 食品添加剂行业周期性

第三章 中国食品添加剂行业发展环境分析

- 3.1 食品添加剂行业政策环境分析
- 3.1.1 行业主管部门及监管体制
- 3.1.2 行业主要协会

- 3.1.3 主要产业政策及主要法规
- 3.2 食品添加剂行业经济环境分析
 - 3.2.1 2014-2016年宏观经济分析
 - 3.2.2 2017-2022年宏观经济形势
 - 3.2.3 宏观经济波动对行业影响
- 3.3 食品添加剂行业社会环境分析
 - 3.3.1 中国人口及就业环境分析
 - 3.3.2 中国居民人均可支配收入
 - 3.3.3 中国消费者消费习惯调查
- 3.4 食品添加剂行业技术环境分析
 - 3.4.1 行业的主要应用技术分析
 - 3.4.2 行业信息化应用发展水平
 - 3.4.3 互联网创新促进行业发展

第四章 国际食品添加剂行业发展经验借鉴

- 4.1 美国食品添加剂行业发展经验借鉴
 - 4.1.1 美国食品添加剂行业发展历程分析
 - 4.1.2 美国食品添加剂行业运营模式分析
 - 4.1.3 美国食品添加剂行业发展趋势预测
 - 4.1.4 美国食品添加剂行业对我国的启示
- 4.2 英国食品添加剂行业发展经验借鉴
 - 4.2.1 英国食品添加剂行业发展历程分析
 - 4.2.2 英国食品添加剂行业运营模式分析
 - 4.2.3 英国食品添加剂行业发展趋势预测
 - 4.2.4 英国食品添加剂行业对我国的启示
- 4.3 日本食品添加剂行业发展经验借鉴
 - 4.3.1 日本食品添加剂行业发展历程分析
 - 4.3.2 日本食品添加剂行业运营模式分析
 - 4.3.3 日本食品添加剂行业发展趋势预测
 - 4.3.4 日本食品添加剂行业对我国的启示
- 4.4 韩国食品添加剂行业发展经验借鉴
 - 4.4.1 韩国食品添加剂行业发展历程分析

4.4.2 韩国食品添加剂行业运营模式分析

4.4.3 韩国食品添加剂行业发展趋势预测

4.4.4 韩国食品添加剂行业对我国的启示

第五章 中国食品添加剂行业发展现状分析

5.1 中国食品添加剂行业发展概况分析

5.1.1 中国食品添加剂行业发展历程分析

5.1.2 中国食品添加剂行业发展总体概况

5.1.3 中国食品添加剂行业发展特点分析

5.2 中国食品添加剂行业发展现状分析

5.2.1 中国食品添加剂行业市场规模

5.2.2 中国食品添加剂行业发展分析

5.2.3 中国食品添加剂企业发展分析

5.3 2017-2022年中国食品添加剂行业面临的困境及对策

5.3.1 中国食品添加剂行业面临的困境及对策

1、中国食品添加剂行业面临困境

2、中国食品添加剂行业对策探讨

5.3.2 中国食品添加剂企业发展困境及策略分析

1、中国食品添加剂企业面临的困境

2、中国食品添加剂企业的对策探讨

5.3.3 国内食品添加剂企业的出路分析

第六章 中国互联网+食品添加剂行业发展现状及前景

6.1 中国互联网+食品添加剂行业市场发展阶段分析

6.1.1 中国对互联网+食品添加剂行业发展阶段的研究

6.1.2 中国对互联网+食品添加剂行业细分阶段的分析

6.2 互联网给食品添加剂行业带来的冲击和变革分析

6.2.1 互联网时代食品添加剂行业大环境变化分析

6.2.2 互联网给食品添加剂行业带来的突破机遇分析

6.2.3 互联网给食品添加剂行业带来的挑战分析

6.2.4 互联网+食品添加剂行业融合创新机会分析

6.3 中国互联网+食品添加剂行业市场发展现状分析

6.3.1 中国互联网+食品添加剂行业投资布局分析

- 1、 中国互联网+食品添加剂行业投资切入方式
- 2、 中国互联网+食品添加剂行业投资规模分析
- 3、 中国互联网+食品添加剂行业投资业务布局

6.3.2 食品添加剂行业目标客户互联网渗透率分析

6.3.3 中国互联网+食品添加剂行业市场规模分析

6.3.4 中国互联网+食品添加剂行业竞争格局分析

- 1、 中国互联网+食品添加剂行业参与者结构
- 2、 中国互联网+食品添加剂行业竞争者类型
- 3、 中国互联网+食品添加剂行业市场占有率

6.4 中国互联网+食品添加剂行业市场前景分析

6.4.1 中国互联网+食品添加剂行业市场增长动力分析

6.4.2 中国互联网+食品添加剂行业市场发展瓶颈剖析

6.4.3 中国互联网+食品添加剂行业市场发展趋势分析

第七章 中国食品添加剂行业运行指标分析

7.1 中国食品添加剂行业市场规模分析及预测

7.1.1 2014-2016年中国食品添加剂行业市场规模分析

7.1.2 2017-2022年中国食品添加剂行业市场规模预测

7.2 中国食品添加剂行业市场供需分析及预测

7.2.1 中国食品添加剂行业市场供给分析

- 1、 2014-2016年中国食品添加剂行业供给规模分析
- 2、 2017-2022年中国食品添加剂行业供给规模预测

7.2.2 中国食品添加剂行业市场需求分析

- 1、 2014-2016年中国食品添加剂行业需求规模分析
- 2、 2017-2022年中国食品添加剂行业需求规模预测

7.3 中国食品添加剂行业企业数量分析

7.3.1 2014-2016年中国食品添加剂行业企业数量情况

7.3.2 2014-2016年中国食品添加剂行业企业竞争结构

7.4 2014-2016年中国食品添加剂行业财务指标总体分析

7.4.1 行业盈利能力分析

7.4.2 行业偿债能力分析

7.4.3 行业营运能力分析

7.4.4 行业发展能力分析

第八章 中国食品添加剂行业应用领域分析

8.1 中国食品添加剂行业应用领域概况

8.1.1 行业主要应用领域

8.1.2 行业应用结构分析

8.1.3 应用发展趋势分析

8.2 应用领域一

8.2.1 市场发展现状概述

8.2.2 行业市场应用规模

8.2.3 行业市场需求分析

8.3 应用领域二

8.3.1 市场发展现状概述

8.3.2 行业市场应用规模

8.3.3 行业市场需求分析

8.4 应用领域三

8.4.1 市场发展现状概述

8.4.2 行业市场应用规模

8.4.3 行业市场需求分析

第九章 中国食品添加剂行业竞争格局分析

9.1 食品添加剂行业竞争五力分析

9.1.1 食品添加剂行业上游议价能力

9.1.2 食品添加剂行业下游议价能力

9.1.3 食品添加剂行业新进入者威胁

9.1.4 食品添加剂行业替代产品威胁

9.1.5 食品添加剂行业内部企业竞争

9.2 食品添加剂行业竞争SWOT分析

9.2.1 食品添加剂行业优势分析（S）

9.2.2 食品添加剂行业劣势分析（W）

9.2.3 食品添加剂行业机会分析（O）

9.2.4 食品添加剂行业威胁分析（T）

9.3 食品添加剂行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国食品添加剂行业竞争企业分析

10.1 A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

10.2 B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

10.3 C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

10.4 D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

10.5 E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
- 10.6 F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

第十一章 中国食品添加剂行业经典案例分析

- 11.1 经典案例一
 - 11.1.1 基本信息分析
 - 11.1.2 经营情况分析
 - 11.1.3 产品/服务分析
 - 11.1.4 商业模式分析
 - 11.1.5 点评
- 11.2 经典案例二
 - 11.2.1 基本信息分析
 - 11.2.2 经营情况分析
 - 11.2.3 产品/服务分析
 - 11.2.4 商业模式分析
 - 11.2.5 点评
- 11.3 经典案例三
 - 11.3.1 基本信息分析
 - 11.3.2 经营情况分析
 - 11.3.3 产品/服务分析
 - 11.3.4 商业模式分析
 - 11.3.5 点评

第十二章 2017-2022年中国食品添加剂行业发展前景及趋势预测

- 12.1 2017-2022年中国食品添加剂市场发展前景
 - 12.1.1 2017-2022年食品添加剂市场发展潜力

- 12.1.2 2017-2022年食品添加剂市场发展前景展望
- 12.1.3 2017-2022年食品添加剂细分行业发展前景分析
- 12.2 2017-2022年中国食品添加剂市场发展趋势预测
 - 12.2.1 2017-2022年食品添加剂行业发展趋势
 - 12.2.2 2017-2022年食品添加剂行业应用趋势预测
 - 12.2.3 2017-2022年细分市场发展趋势预测
- 12.3 2017-2022年中国食品添加剂市场影响因素分析
 - 12.3.1 2017-2022年食品添加剂行业发展有利因素
 - 12.3.2 2017-2022年食品添加剂行业发展不利因素
 - 12.3.3 2017-2022年食品添加剂行业进入壁垒分析

第十三章 2017-2022年中国食品添加剂行业投资机会分析

- 13.1 食品添加剂行业投资现状分析
 - 13.1.1 食品添加剂行业投资规模分析
 - 13.1.2 食品添加剂行业投资资金来源构成
 - 13.1.3 食品添加剂行业投资项目建设分析
 - 13.1.4 食品添加剂行业投资资金用途分析
 - 13.1.5 食品添加剂行业投资主体构成分析
- 13.2 食品添加剂行业投资机会分析
 - 13.2.1 食品添加剂行业产业链投资机会
 - 13.2.2 食品添加剂行业细分市场投资机会
 - 13.2.3 食品添加剂行业重点区域投资机会
 - 13.2.4 食品添加剂行业产业发展的空白点分析

第十四章 2017-2022年中国食品添加剂行业投资风险预警

- 14.1 食品添加剂行业风险识别方法分析
 - 14.1.1 专家调查法
 - 14.1.2 故障树分析法
 - 14.1.3 敏感性分析法
 - 14.1.4 情景分析法
 - 14.1.5 核对表法
 - 14.1.6 主要依据

14.2 食品添加剂行业风险评估方法分析

14.2.1 敏感性分析法

14.2.2 项目风险概率估算方法

14.2.3 决策树

14.2.4 专家决策法

14.2.5 层次分析法

14.2.6 对比及选择

14.3 食品添加剂行业投资风险预警

14.3.1 2017-2022年食品添加剂行业市场风险预测

14.3.2 2017-2022年食品添加剂行业政策风险预测

14.3.3 2017-2022年食品添加剂行业经营风险预测

14.3.4 2017-2022年食品添加剂行业技术风险预测

14.3.5 2017-2022年食品添加剂行业竞争风险预测

14.3.6 2017-2022年食品添加剂行业其他风险预测

第十五章 2017-2022年中国食品添加剂行业投资策略建议

15.1 提高食品添加剂企业竞争力的策略

15.1.1 提高中国食品添加剂企业核心竞争力的对策

15.1.2 食品添加剂企业提升竞争力的主要方向

15.1.3 影响食品添加剂企业核心竞争力的因素及提升途径

15.1.4 提高食品添加剂企业竞争力的策略

15.2 对我国食品添加剂品牌的战略思考

15.2.1 食品添加剂品牌的重要性

15.2.2 食品添加剂实施品牌战略的意义

15.2.3 食品添加剂企业品牌的现状分析

15.2.4 我国食品添加剂企业的品牌战略

15.2.5 食品添加剂品牌战略管理的策略

15.3 食品添加剂行业建议

15.3.1 行业发展策略建议

15.3.2 行业投资方向建议

15.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：食品添加剂产业链分析

图表：食品添加剂上游供应分布

图表：食品添加剂下游需求领域

图表：食品添加剂行业生命周期

图表：2014-2016年食品添加剂行业市场规模分析

图表：2017-2022年食品添加剂行业市场规模预测

图表：2014-2016年中国食品添加剂行业供给规模分析

图表：2017-2022年中国食品添加剂行业供给规模预测

图表：2014-2016年中国食品添加剂行业需求规模分析

图表：2017-2022年中国食品添加剂行业需求规模预测

图表：2014-2016年中国食品添加剂行业企业数量情况

图表：2014-2016年中国食品添加剂行业企业竞争结构

图表：2004-2016年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2016年居民消费价格涨跌幅度

图表：2016年居民消费价格比2016年涨跌幅度

图表：2004-2016年固定资产投资及其增长速度

图表：2004-2016年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2016年人口数及其构成

图表：2004-2016年农村居民收入及其增长速度

图表：2004-2016年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：中国食品添加剂行业投资风险分析

图表：中国食品添加剂行业投资建议

图表：中国食品添加剂行业发展趋势预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201708/18-236872.html>