

2018-2024年中国食品添加剂行业深度调研与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国食品添加剂行业深度调研与行业竞争对手分析报告》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/R0704/201805/14-261078.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

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
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		碳酸饮
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
精油、香精、粉体香料浸膏		香
炸制品、膨化食品等	膨松剂	发酵面制品、油
	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GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、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 ADM
 - 4.4.3 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的需求分析

- 1、2014-2017年中国食品添加剂行业市场的需求规模分析
- 2、2018-2024年中国食品添加剂行业市场的需求规模预测

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——ZYCY

14.2.2 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.chinairr.org/report/R07/R0704/201805/14-261078.html>