

2024-2030年中国香精香料 市场研究与发展趋势研究报告

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

《2024-2030年中国香精香料市场研究与发展趋势研究报告》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/R0703/202312/25-587733.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

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国香精香料市场研究与发展趋势研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：中国香精香料行业发展综述

1.1 香精香料行业定义及分类

1.1.1 香精香料行业定义

1.1.2 香精香料行业产品分类

（1）香料及其分类

（2）香精及其分类

1.2 香精香料数据来源及行业统计标准

1.3 香精香料行业产业链分析

1.3.1 香精香料行业产业链简介

1.3.2 香精香料行业上游原料市场分析

1.4 香精香料行业发展环境分析

1.4.1 行业监管体系及机构介绍

1.4.2 行业政策环境分析

（1）行业相关政策法规

（2）行业发展相关政策规划

1.4.3 行业经济环境分析

（1）国际宏观经济情况

（2）国内宏观经济情况

（3）宏观经济走势预测

1.4.4 行业技术环境分析

（1）行业专利申请情况

（2）行业最新技术动向

1.4.5 行业需求环境分析

（1）行业需求特征

(2) 行业需求趋势

第2章：全球香精香料行业市场发展现状及竞争格局

2.1 全球香精香料行业发展现状

2.1.1 全球香精香料行业市场规模分析

2.1.2 全球香精香料行业发展特点分析

- (1) 产业不断向发展中国家转移
- (2) 安全可靠的天然原料成为香精香料行业发展趋势
- (3) 全球香料香精行业高度集中

2.2 全球香精香料行业竞争格局

2.2.1 全球香精香料行业企业竞争格局分析

2.2.2 全球香精香料行业区域竞争格局分析

2.3 全球香精香料行业重点区域市场发展现状

2.3.1 全球香精香料行业重点市场分析

- (1) 美国香精香料市场分析
- (2) 欧洲香精香料市场分析
- (3) 日本香精香料市场分析
- (4) 东南亚香精香料市场分析

2.3.2 全球香精香料行业应用领域结构

2.4 全球香精香料行业重点企业发展现状

2.4.1 美国国际香精香料公司（IFF）公司经营情况分析

- (1) 美国国际香精香料公司（IFF）公司发展概况
- (2) 美国国际香精香料公司（IFF）公司经营现状
- (3) 美国国际香精香料公司（IFF）公司在华投资布局
- (4) 公司中国下属公司情况

2.4.2 瑞士奇华顿（Givaudan）公司经营情况分析

- (1) 瑞士奇华顿（Givaudan）公司发展概况
- (2) 瑞士奇华顿（Givaudan）公司经营现状
- (3) 瑞士奇华顿（Givaudan）公司研发实力
- (4) 瑞士奇华顿（Givaudan）公司在华投资布局
- (5) 公司中国下属公司情况

2.4.3 瑞士芬美意（Firmenich）公司经营情况分析

- (1) 瑞士芬美意 (Firmenich) 公司发展概况
- (2) 瑞士芬美意 (Firmenich) 公司经营现状
- (3) 瑞士芬美意 (Firmenich) 公司研发实力
- (4) 瑞士芬美意 (Firmenich) 公司在华投资布局
- (5) 公司下属公司情况介绍

2.5 全球香精香料市场发展趋势分析

第3章：中国香精香料行业发展状况分析

3.1 香精香料行业发展状况分析

3.1.1 香精香料行业发展总体概况

3.1.2 国内香精香料行业发展主要特点

3.1.3 香精香料行业主要经济效益影响因素

3.2 香精香料行业供需平衡分析

3.2.1 全国香精香料行业供给情况分析

- (1) 香精香料行业企业数量

3.2.2 全国香精香料行业需求情况分析

3.2.3 全国香精香料行业供需平衡分析

3.3 香精香料行业进出口分析

3.3.1 香精香料进出口状况综述

3.3.2 香精香料出口分析

3.3.3 香精香料进口分析

3.3.4 香精香料行业进出口前景及建议

- (1) 香精香料行业出口前景及建议

- (2) 香精香料行业进口前景及建议

第4章：中国香精香料行业竞争情况以及市场格局

4.1 国内香精香料行业竞争分析

4.1.1 现有竞争者之间的竞争

4.1.2 上游议价能力分析

4.1.3 消费者议价能力分析

4.1.4 行业潜在进入者分析

4.1.5 行业替代品风险分析

4.1.6 竞争情况总结

4.2 国内香精香料行业企业竞争分析

4.3 国内香精香料行业区域竞争分析

4.3.1 行业区域结构总体特征

4.3.2 行业区域分布特点分析

4.3.3 行业代表性企业区域分布

第5章：香料行业中游细分市场分析

5.1 香料产品市场概况

5.1.1 香料在香精中的应用

5.1.2 香料产品结构特征分析

5.1.3 香料产品区域特征分析

5.2 天然香料产品市场分析

5.2.1 天然香料资源分布

5.2.2 天然香料生产情况

5.2.3 天然香料消费情况

5.2.4 天然香料市场前景

5.3 合成香料产品市场分析

5.3.1 合成香料发展历程

5.3.2 合成香料生产情况

(1) 香兰素

(2) 乙基香兰素

(3) 薄荷脑

(4) 甲基麦芽酚/乙基麦芽酚

(5) 檀香

(6) 左旋香芹酮

(7) 呋喃酮

(8) 龙涎酮

(9) 女贞醛

(10) 其他合成香料

5.3.3 合成香料产品投资情况

5.3.4 合成香料出口情况

5.3.5 合成香料竞争情况

5.3.6 生物合成香料市场

(1) 香料生物技术

5.4 食用香料产品市场分析

5.4.1 食用香料发展简况

5.4.2 食用香料的特殊性

5.4.3 中外食用香料差异

5.4.4 食用香料的副作用

第6章：香精行业中游细分市场分析

6.1 香精产品市场概况

6.1.1 香精产品市场规模分析

6.1.2 香精产品结构特征分析

6.1.3 香精产品区域特征分析

6.2 食用香精市场分析

6.2.1 食用香精功能应用

6.2.2 食用香精供需情况

(1) 食用香精供给分析

(2) 食用香精需求分析

6.2.3 食用香精区域结构

6.2.4 食用香精销售渠道

6.2.5 食用香精发展趋势

6.3 咸味香精市场分析

6.3.1 咸味香精的定义

6.3.2 我国咸味香精发展历程

6.3.3 咸味香精的功能及制造方法

6.3.4 咸味香精认识的误区

6.3.5 咸味香精安全性的影响因素

6.3.6 咸味香精在食品工业中的应用

6.3.7 我国咸味香精发展前景

6.4 肉用香精市场分析

6.4.1 肉用香精的概念及分类

- 6.4.2 肉用香精在肉制品中的作用
- 6.4.3 香辛料在肉制品中的功能及应用
- 6.4.4 肉用香精发展概况
- 6.4.5 肉用香精应用趋势分析
- 6.5 乳制品香精市场分析
 - 6.5.1 乳制品香精的应用与种类
 - 6.5.2 乳制品中适合的香精
 - (1) 香草香精
 - (2) 咖啡香精
 - (3) 柑桔类香精
 - (4) 水果类香精
 - (5) 黄油香精和酶香精
 - 6.5.3 香精在乳品制造中的作用
 - 6.5.4 中国不同种类乳品对添加香精的要求
 - 6.5.5 乳制品香精发展前景
- 6.6 日化香精市场分析
 - 6.6.1 日化香精功能应用
 - 6.6.2 日化香精生产情况
 - 6.6.3 日化香精竞争格局
 - 6.6.4 日化香精消费结构
 - 6.6.5 日化香精发展趋势
 - 6.6.6 日化香精市场前景
- 6.7 烟用香精市场分析
 - 6.7.1 烟用香精功能应用
 - 6.7.2 烟用香精生产情况
 - 6.7.3 烟用香精常用香料
 - 6.7.4 烟用香精竞争格局
 - 6.7.5 烟用香精消费情况
 - 6.7.6 烟用香精研究进展
 - (1) 常规烟用香精的制备
 - (2) 新型烟用香精的开发
 - (3) 烟用香精的研发趋势

6.7.7 烟用香精市场前景

第7章：香精香料下游需求市场发展状况分析

7.1 食品行业发展状况及市场需求分析

7.1.1 食品行业发展状况

- (1) 食品行业规模分析
- (2) 食品行业生产情况
- (3) 食品行业销售情况

7.1.2 食品行业对香精香料的需求

7.1.3 食品香精香料行业市场规模

7.1.4 食品香精香料行业市场前景

- (1) 食品行业的发展带动香精香料行业的发展
- (2) 食品香精的多元化方向发展，对食用香精香料工业提出了更高的要求
- (3) 研究食品特征香味化合物前体，对于开发新香料具有重要意义
- (4) 新的香味化合物不断地被发现、开发和应用
- (5) 食用香料生产企业必须加大对香味化合物的深入研究并发展特有品种

7.1.5 食品香精香料行业发展战略

7.2 日化行业发展状况及市场需求分析

7.2.1 日化行业发展状况

- (1) 日化行业规模分析
- (2) 日化行业生产情况

7.2.2 日化行业对香精香料的需求

7.2.3 日化香精香料行业市场规模

7.2.4 日化香精香料行业主要问题

7.2.5 日化香精香料行业发展战略

7.3 烟草行业发展状况及市场需求分析

7.3.1 烟草行业发展状况

- (1) 烟草行业规模分析
- (2) 烟草行业生产情况
- (3) 烟草行业销售情况

7.3.2 烟草行业对香精香料的需求

7.3.3 烟草香精香料行业市场规模

7.3.4 各类型卷烟的加香特点分析

第8章：香精香料行业主要企业经营分析

8.1 重点国内香精香料企业经营情况分析

8.1.1 华宝香精股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业技术与研发实力
- (4) 企业产品结构分析
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

8.1.2 中国波顿集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.3 爱普香料集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业技术与研发实力
- (4) 企业产品结构分析
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

8.1.4 浙江新和成股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业技术与研发实力
- (4) 企业产品结构分析
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

8.1.5 嘉兴市中华化工有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业技术与研发实力
- (4) 企业产品结构分析
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

8.1.6 中粮德信行健康产业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业技术与研发实力
- (4) 企业产品结构分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.7 黄山科宏生物香料股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业技术与研发实力
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.8 安徽华业香料股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业技术与研发实力
- (4) 企业产品结构分析
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

8.1.9 安徽丰乐香料有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业技术与研发实力
- (4) 企业产品结构分析
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

8.1.10 上海百润投资控股集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业技术与研发实力

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

第9章：香精香料行业发展趋势与投资分析

9.1 香精香料行业生命周期分析

9.2 中国香精香料市场发展趋势

9.2.1 中国香精香料市场发展趋势分析

9.2.2 中国香精香料市场发展前景预测

9.3 中国香精香料行业兼并重组分析

9.3.1 香精香料行业投资兼并与重组整合动因分析

(1) 追求规模经济效应，实现低成本扩张

(2) 优化生产布局，提高产业和品牌集中度

(3) 优化资源配置，提高资源效率

(4) 打破地方封锁，绕开壁垒，避免过度竞争

(5) 相互协作，产生协同效应

9.3.2 国际香精香料企业投资兼并与重组整合案例

9.3.3 国内香精香料企业投资兼并与重组整合案例

9.3.4 香精香料行业投资兼并与重组趋势分析

(1) 企业定位更加清晰，走专业化的重组和投资兼并道路

(2) 地域发展差异与并购主体差异推动香精香料业界并购递次错位

(3) 国内香精香料企业并购走向世界

(4) 国际香精香料巨头兼并国内中小企业的趋势

9.4 香精香料行业投资特性分析

9.4.1 香精香料行业进入壁垒分析

(1) 资质壁垒

(2) 技术壁垒

(3) 品牌壁垒

(4) 环保壁垒

9.4.2 香精香料行业盈利因素分析

(1) 产业政策扶持

(2) 国民经济发展带动香料香精下游产业持续快速增长

(3) 全球香料香精产业转移带来的发展契机

(4) 廉价原材料及劳动力

9.5 中国香精香料行业投资风险分析

9.5.1 香精香料行业政策风险

9.5.2 香精香料行业竞争风险

9.5.3 香精香料行业技术人员流失风险

9.5.4 香精香料行业下游行业风险

9.5.5 香精香料行业原材料价格波动风险

9.5.6 香精香料行业其他风险

9.6 香精香料行业投资建议

图表目录

图表1：香精香料行业所属的国民经济分类

图表2：香料及其分类

图表3：天然香料分类

图表4：天然香料分类

图表5：香精按用途分类情况

图表6：本报告数据来源及统计标准说明

图表7：香精香料行业产业链图

图表8：香精香料行业行业监管体系及机构介绍

图表9：香精香料行业涉及的主要国际性法律法规

图表10：截至2021年香精香料行业涉及的主要国内法律法规

图表11：截至2021年行业发展相关政策规划

图表12：2012-2021年全球经济增速（单位：%）

图表13：2011-2021年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表14：2013-2021年中国工业增加值变化情况（单位：亿元）

图表15：2021年中国GDP的各机构预测（单位：%）

图表16：“十四五”时期经济社会发展目标

图表17：2021年中国综合展望

图表18：2010-2021年我国香精香料专利申请量（单位：件）

图表19：2010-2021年我国香精香料相关专利公开量变化情况（单位：件）

图表20：截至2021年香精香料行业专利申请人申请数量TOP10（单位：件）

图表21：国内香精香料行业需求趋势

图表22：2017-2020年全球香精香料市场规模（单位：亿美元，%）

图表23：2020年全球香精香料行业市场份额（单位：%）

图表24：2020年全球香精香料行业区域结构（单位：%）

图表25：全球香精应用领域结构（单位：%）

图表26：2017-2020年美国国际香精香料公司（IFF）公司经营现状分析（单位：亿美元）

图表27：香精香料公司（IFF）公司在华投资布局梳理

图表28：香精香料公司（IFF）公司在华下属公司概况

图表29：2015-2020年奇华顿公司主要经济指标（单位：亿瑞士法郎）

图表30：瑞士奇华顿（Givaudan）公司在华研发中心概况

图表31：瑞士奇华顿（Givaudan）公司在华投资布局梳理

图表32：瑞士奇华顿（Givaudan）公司在华下属公司概况

图表33：瑞士芬美意（Firmenich）公司在华投资布局梳理

图表34：瑞士芬美意（Firmenich）公司在华下属公司概况

图表35：2021-2026年世界香精香料市场需求预测（单位：亿美元）

图表36：国内香精香料行业发展主要特点

图表37：香精香料行业主要经济效益影响因素

图表38：2010-2021年香精香料行业新成立企业数量（单位：家）

图表39：2016-2020年香精香料行业产量情况（单位：万吨，%）

图表40：2016-2020年香精香料行业销售规模（单位：亿元，%）

图表41：2016-2021年中国香精香料行业进出口状况表（单位：万美元，%）

图表42：2020年中国香精香料行业出口产品（单位：千克，万美元）

图表43：2020年香精香料行业出口产品金额结构（单位：%）

图表44：2021年1-11月中国香精香料行业出口产品（单位：千克，万美元）

图表45：2021年1-11月香精香料行业出口产品结构（单位：%）

图表46：2020年中国香精香料行业进口产品（单位：千克，万美元）

图表47：2020年香精香料行业进口产品结构（单位：%）

图表48：2021年1-11月中国香精香料行业进口产品（单位：千克，万美元）

图表49：2021年1-11月香精香料行业进口产品结构（单位：%）

图表50：中国香精香料行业现有企业的竞争分析表

图表51：香精香料对下游议价能力分析表

图表52：香精香料潜在进入者威胁分析表

图表53：中国香精香料行业五力竞争综合分析

图表54：中国本土公司香精香料业务竞争格局（按销售收入统计）（单位：亿元）

图表55：截至2021年中国香精香料行业区域分布情况

图表56：香精香料企业区域集中分布的原因

图表57：香精香料行业代表性企业区域分布

图表58：按香料在香精中的作用分析

图表59：按香所感觉的观点分析

图表60：香料产品结构概况

图表61：截至2021年香料产品区域特征分析

图表62：天然香料的提取技术

图表63：我国香兰素主要生产厂家及产量（单位：吨/年）

图表64：我国乙基香兰素主要生产厂家及产量（单位：吨/年）

图表65：我国薄荷脑主要生产厂家及产能（单位：吨/年）

图表66：我国檀香主要生产厂家及产量（单位：吨/年）

图表67：我国左旋香芹酮主要生产厂家及产量（单位：吨/年）

图表68：我国呋喃酮主要生产厂家及产量（单位：吨/年）

图表69：我国龙涎酮主要生产厂家及产量（单位：吨/年）

图表70：其他合成香料生产情况

图表71：合成香料产品投资情况

图表72：香料生物技术优点

图表73：食用香料的特殊性

图表74：我国常用的食用香料特点

图表75：其他国家常用的食用香料

图表76：2020年香精行业产量及销售额情况（单位：万吨，亿元）

图表77：2020年中国香精产品下游需求结构（单位：%）

图表78：截至2021年香精产品区域特征分析

图表79：截至2021年食用香精产品区域特征分析

图表80：我国香精市场的主要销售渠道

图表81：咸味香精分类情况

图表82：咸味香精认识的误区及事实

图表83：咸味香精认识的误区及事实

图表84：肉用香精在肉制品中的作用

图表85：肉制品合成香料调味香精与天然香料调味香精使用趋势图

图表86：2020年国内日化香精主要消费结构（单位：%）

图表87：2016-2020年食品行业企业数量变化情况（单位：家）

图表88：2014-2020年食品行业资产负债规模变化情况（单位：亿元）

图表89：2014-2020年食品行业工业产成品变化情况（单位：亿元，%）

图表90：2014-2020年食品行业销售收入变化情况（单位：亿元，%）

图表91：食品行业利润总额变化情况（单位：亿元，%）

图表92：2014--2020年食品行业对香精香料的需求（按子行业计算）（单位：亿元）

图表93：2014-2020年食品香精香料行业市场规模（单位：亿元）

图表94：食品香精香料行业发展战略

图表95：2015-2020中国化妆品行业市场规模及增长情况（单位：亿元，%）

图表96：2010-2020年中国洗涤用品行业市场规模及增长情况（单位：亿元，%）

图表97：2010-2020年中国口腔用品行业市场规模及增长情况（单位：亿元，%）

图表98：2020年中国日化行业产品结构（单位：亿美元，%）

图表99：2015-2020年日化行业对香精香料的需求（按子行业计算）（单位：亿元）

图表100：2015-2020年日化香精香料行业市场规模（单位：亿元，%）

图表101：2015-2020年中国烟草制品行业工业企业资产总额变化情况（单位：亿元）

图表102：2016-2020年中国烟草制品行业规模以上企业产成品（单位：亿元，%）

图表103：2016-2021年6月中国烟草制品行业工业企业营业收入情况（单位：亿元，%）

图表104：2015-2020年烟草行业对香精香料的需求（单位：亿元，%）

图表105：2015-2020年烟草香精香料行业市场规模（单位：亿元，%）

图表106：烤烟型加香分析

图表107：外香型、雪茄型加香分析

图表108：华宝香精股份有限公司基本情况表

图表109：2016-2021年华宝国际控股有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表110：2016-2021年华宝香精股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表111：2016-2021年华宝香精股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表112：2016-2021年华宝香精股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表113：2016-2021年华宝香精股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表114：华宝香精股份有限公司技术实力分析

图表115：2021年上半年华宝香精股份有限公司产品结构分析（单位：%）

图表116：2020年华宝香精股份有限公司营销结构（单位：%）

图表117：华宝香精股份有限公司优劣势分析

图表118：中国波顿集团有限公司基本信息表

图表119：2016-2021年中国波顿集团有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表120：2016-2021年中国波顿集团有限公司盈利能力分析（单位：%）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0703/202312/25-587733.html>