2018年中国食品发酵市场分析报告-行业深度调研与投资前景预测

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国食品发酵市场分析报告-行业深度调研与投资前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：http://baogao.chinabaogao.com/shipin/330640330640.html

报告价格：电子版: 7200元　纸介版：7200元　电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联 系 人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、行业技术水平及特点

1、行业技术特点和技术水平　　目前国际上乳酸生产方法主要有两种：化学合成法和微生物发酵法。美国斯特林化学公司及日本的武藏野化学公司均采用化学法合成乳酸。化学法可实现乳酸的大规模连续化生产，且合成乳酸也已得到美国食品和药品管理局（FDA）的认可，但其原料主要是石油基化学品，因此受原油供应及价格波动影响较大，且原料具有毒性，不符合目前倡导的绿色化学的要求。化学合成法通常只能合成消旋的DL-乳酸，由于 D-乳酸在人体内的代谢问题，在食品领域受到了限制。综上，化学合成法制备的乳酸市场较小，仅适用于对乳酸化学纯度要求较低的金属电镀、洗涤剂等领域。

发酵法的主要原料一般是玉米、甘蔗、甘薯等淀粉质原料，发酵法的主要途径是糖在乳酸菌作用下，调节 PH 值 5 左右，发酵二到三天得到粗乳酸。一般商业化乳酸浓度约为 80%-88%（含 12%-20%的水），浓缩乳酸达到 92%-93%的浓度即可用于聚合应用。对生产出来的粗乳酸进行提纯并进一步加工，可以形成乳酸盐和乳酸酯等其他产品。发酵法因其工艺相对简单，原料充足，发展较早而成为比较成熟的乳酸生产方法，约占乳酸生产的 70%以上。微生物发酵法生成的乳酸主要为 L-乳酸，其化学性能良好，市场更为宽广。目前，我国及世界上的大部分乳酸制造企业使用发酵法生产乳酸。

目前主流技术：从玉米淀粉和甘蔗蔗糖中提取葡萄糖 正在研发技术： 未来技术：

从秸秆、稻草等富木质 二氧化碳制乳酸技术、纤维素植物中提取糖 甲烷转制乳酸技术

根据 NatureWorks 对发酵底料的前景展望，目前绝大多数乳酸和聚乳酸生产厂商使用玉米或淀粉基为发酵原料，部分企业开始尝试利用地域性原料如糖类作为碳源进行乳酸生产。个别行业领先企业开始着手于木质纤维素发酵底料技术的研发，工作集中于以玉米秸秆、木屑、稻草等为原料进行发酵生产。发酵底料的迭代始终以碳源为中心。

图表：乳酸制造企业目前主流技术

发酵控制是乳酸生产中的难点，国内大部分企业采用人工对 PH 值、温度、搅拌、通气量、接种量、菌龄、二氧化碳等参数进行控制，也有部分企业通过实验模拟根据经验值进行自动化控制。

乳酸提取技术比较复杂，发酵液中残糖、蛋白的分离是其最大的难点，分离不彻底将严重影响产品质量，还会影响后续产品的生产。当前国内 L-乳酸的生产主要的提取方法有离子交换法、酯化法、膜分离法、分子蒸馏法、萃取法等。

2、行业周期性、季节性特点

本行业产品的生产和销售均不存在明显的周期性和季节性特点。

3、行业经营模式特点

乳酸生产从采购玉米、糖类等基础原材料开始，生产企业必须自建制糖、发酵、分离、提纯等完整的生产线，才能生产出满足下游不同行业需求的各级别乳酸产品并对外销售。

而在乳酸衍生产品生产中，乳酸钙、乳酸钠、乳酸酯类产品的生产，一些行业内企业或 终用户采取外购乳酸成品，自建乳酸盐、乳酸酯生产线的方式进行生产，以避免乳酸生产阶段大规模的资本投入。

聚乳酸的生产中，美国嘉吉下属的NatureWorks公司采取自建乳酸生产线，自产乳酸全部用来生产聚乳酸成品或其中间体丙交酯，并对外出售的商业模式。全球乳酸生产巨头科碧恩-普拉克公司则利用其乳酸生产聚乳酸中间体丙交酯，再将其出售给下游聚乳酸生产企业参与到聚乳酸产业链中。其他中小规模的聚乳酸生产企业，受制于自身技术水平及资金实力，多数采取外购丙交酯，通过改性缩聚生产符合下游各行业需求的聚乳酸成品。

4、行业区域性特点

由于本行业的主要原材料为玉米等淀粉质农作物，在原材料主产区内设立工厂可以就近取材，节省可观的物流成本，获得不可复制的地域性优势。因此，行业内乳酸生产企业主要集中在河南、山东、安徽、新疆、宁夏及东北三省等农业大省。

二、行业发展趋势　　1、下游需求将保持快速增长

在乳酸的传统应用领域，来自食品和饮料市场的需求将继续推动乳酸消费的增长。在美国，乳酸主要被用作酸味剂，而在即食肉类行业也将继续保持增长。西欧和日本食品饮料行业对乳酸需求的增长将相对温和。中国和其他亚洲国家食品和饮料市场对乳酸需求的增长会更加强劲，乳酸将被持续用于当地食品保鲜剂、食品强化剂和 PH 调节剂等。

药品和个人护理用品已成为乳酸及其盐类和酯类的重要市场。这个市场，美国和西欧将继续稳步增加，而中国则会出现更强的增长，乳酸在该领域的用途主要包括静脉解决方案、洗发水、肥皂、抗衰老的α-羟基护肤霜和润肤品等。

在乳酸的新兴应用领域，来自 IHS Chemical 的数据显示，全球聚乳酸（PLA）市场未来将以超过 10%的年均复合增长率增长，预计到 2020 年，全球聚乳酸需求量将达到 30.07 万吨。可生物降解的聚合物是市场前景广阔的发展领域，聚乳酸在该领域的市场份额在迅速增加，聚乳酸塑料有望成为乳酸 有前途的终端应用领域之一。

2、新产品及技术进步有助于应用领域的开拓

针对乳酸生产企业来讲，在提高产品的纯度和质量的同时，加大对于食品饮料和医药护理等附加值较高行业的应用研究和推广，由单纯的乳酸产品生产商向为客户提供乳酸及应用技术服务的供应商转变是行业内企业未来保持竞争力的途径之一。

聚乳酸作为一种新型可降解的环保型材料，其特点为绿色环保、安全无毒，这种高分子的材料由于其环保的性质，在包装、医药、食品、纤维、3D 打印等行业应用前景广阔。随着近些年乳酸缩聚、催化技术的进步，聚乳酸的生产成本逐渐降低，其在下游各行业的推广应用在时机上已日益成熟，近几年聚乳酸产业的市场和生产规模都有很大增长。我国聚乳酸行业发展在经历前些年的导入期后，目前正进入成长期，未来几年有望迎来快速发展阶段。目前，以玉米淀粉作为糖源通过发酵法生产乳酸仍然是行业内主要的乳酸生产工艺，在乳酸下游新兴应用领域需求快速增长的同时，乳酸上游探索利用秸秆、玉米芯、甘蔗渣等作为

原材料生产乳酸的新技术就变得十分必要和意义重大。该方面的技术进步，一方面有利于解决“与人争粮，与粮争地”的问题；另一方面，则有利于降低乳酸生产成本及解决秸秆焚烧所导致的环境污染问题。

观研天下发布的《2018年中国食品发酵市场分析报告-行业深度调研与投资前景预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、食品发酵T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国食品发酵行业发展概述
第一节 食品发酵行业发展情况概述
一、食品发酵行业相关定义
二、食品发酵行业基本情况介绍
三、食品发酵行业发展特点分析
第二节中国食品发酵行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、食品发酵行业产业链条分析
三、中国食品发酵行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业
第三节 中国食品发酵行业生命周期分析

一、食品发酵行业生命周期理论概述
二、食品发酵行业所属的生命周期分析
第四节 食品发酵行业经济指标分析
一、 食品发酵行业的赢利性分析
二、 食品发酵行业的经济周期分析
三、食品发酵行业附加值的提升空间分析
第五节 国中食品发酵行业进入壁垒分析
一、食品发酵行业资金壁垒分析
二、食品发酵行业技术壁垒分析
三、食品发酵行业人才壁垒分析
四、食品发酵行业品牌壁垒分析
五、食品发酵行业其他壁垒分析
第二章 2015-2017年全球食品发酵行业市场发展现状分析
第一节 全球食品发酵行业发展历程回顾
第二节全球食品发酵行业市场区域分布情况
第三节 亚洲食品发酵行业地区市场分析
一、亚洲食品发酵行业市场现状分析
二、亚洲食品发酵行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲食品发酵行业市场前景分析
第四节 北美食品发酵行业地区市场分析
一、北美食品发酵行业市场现状分析
二、北美食品发酵行业市场规模与市场需求分析
三、北美食品发酵行业市场前景分析
第五节 欧盟食品发酵行业地区市场分析
一、欧盟食品发酵行业市场现状分析
二、欧盟食品发酵行业市场规模与市场需求分析
三、欧盟食品发酵行业市场前景分析
第六节 2018-2024年世界食品发酵行业分布走势预测
第七节 2018-2024年全球食品发酵行业市场规模预测
第三章 2015-2017年中国食品发酵产业发展环境分析
第一节 我国宏观经济环境分析
一、中国GDP增长情况分析
二、工业经济发展形势分析
三、社会固定资产投资分析
四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析
六、居民消费价格变化分析
七、对外贸易发展形势分析
第二节 中国食品发酵行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
第三节 中国食品发酵产业社会环境发展分析
一、人口环境分析
二、食品发酵环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、消费观念分析
第四章 2015-2017年中国食品发酵行业运行情况
第一节 中国食品发酵行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾
二、行业创新情况分析
三、行业发展特点分析
第二节 中国食品发酵行业市场规模分析
第三节 中国食品发酵行业供应情况分析
第四节 中国食品发酵行业需求情况分析
第五节 中国食品发酵行业供需平衡分析
第六节 中国食品发酵行业发展趋势分析
第五章 中国食品发酵所属行业运行数据监测
第一节 中国食品发酵所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、行业资产规模分析
第二节 中国食品发酵所属行业产销与费用分析
一、产成品分析
二、销售收入分析
三、负债分析
四、利润规模分析
五、产值分析
六、销售成本分析
七、销售费用分析
八、管理费用分析

九、财务费用分析
十、其他运营数据分析
第三节 中国食品发酵所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析
二、行业偿债能力分析
三、行业营运能力分析
四、行业发展能力分析
第六章 2015-2017年中国食品发酵市场格局分析
第一节 中国食品发酵行业竞争现状分析
一、中国食品发酵行业竞争情况分析
二、中国食品发酵行业主要品牌分析
第二节 中国食品发酵行业集中度分析
一、中国食品发酵行业市场集中度分析
二、中国食品发酵行业企业集中度分析
第三节 中国食品发酵行业存在的问题
第四节 中国食品发酵行业解决问题的策略分析
第五节 中国食品发酵行业竞争力分析
一、生产要素
二、需求条件
三、支援与相关产业
四、企业战略、结构与竞争状态
五、政府的作用
第七章 2015-2017年中国食品发酵行业需求特点与价格走势分析
第一节 中国食品发酵行业消费特点
第二节 中国食品发酵行业消费偏好分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好
第二节 食品发酵行业成本分析
第三节 食品发酵行业价格影响因素分析
一、供需因素
二、成本因素
三、渠道因素
四、其他因素

第四节 中国食品发酵行业价格现状分析
第五节 中国食品发酵行业平均价格走势预测
一、中国食品发酵行业价格影响因素
二、中国食品发酵行业平均价格走势预测
三、中国食品发酵行业平均价格增速预测
第八章 2015-2017年中国食品发酵行业区域市场现状分析
第一节 中国食品发酵行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地食品发酵市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区食品发酵市场规模分析
四、华东地区食品发酵市场规模预测
第三节 华中地区市场分析
一、华中地区概述
二、华中地区经济环境分析
三、华中地区食品发酵市场规模分析
四、华中地区食品发酵市场规模预测
第四节 华南地区市场分析
一、华南地区概述
二、华南地区经济环境分析
三、华南地区食品发酵市场规模分析
第九章 2015-2017年中国食品发酵行业竞争情况
第一节 中国食品发酵行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第二节 中国食品发酵行业SWOT分析
一、行业优势分析
二、行业劣势分析
三、行业机会分析
四、行业威胁分析
第三节 中国食品发酵行业竞争环境分析（食品发酵T）
一、政策环境

二、经济环境
三、社会环境
四、技术环境
第十章 食品发酵行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优劣势分析
第二节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优劣势分析
第三节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优劣势分析
第四节 企业

一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优劣势分析
第五节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优劣势分析
第十一章 2018-2024年中国食品发酵行业发展前景分析与预测
第一节中国食品发酵行业未来发展前景分析
一、食品发酵行业国内投资环境分析
二、中国食品发酵行业市场机会分析
三、中国食品发酵行业投资增速预测
第二节中国食品发酵行业未来发展趋势预测
第三节中国食品发酵行业市场发展预测
一、中国食品发酵行业市场规模预测
二、中国食品发酵行业市场规模增速预测
三、中国食品发酵行业产值规模预测
四、中国食品发酵行业产值增速预测
五、中国食品发酵行业供需情况预测
第四节中国食品发酵行业盈利走势预测
一、中国食品发酵行业毛利润同比增速预测
二、中国食品发酵行业利润总额同比增速预测
第十二章 2018-2024年中国食品发酵行业投资风险与营销分析

第一节 食品发酵行业投资风险分析
一、食品发酵行业政策风险分析
二、食品发酵行业技术风险分析
三、食品发酵行业竞争风险分析
四、食品发酵行业其他风险分析
第二节 食品发酵行业企业经营发展分析及建议
一、食品发酵行业经营模式
二、食品发酵行业销售模式
三、食品发酵行业创新方向
第三节 食品发酵行业应对策略
一、把握国家投资的契机
二、竞争性战略联盟的实施
三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国食品发酵行业发展策略及投资建议
第一节 中国食品发酵行业品牌战略分析
一、食品发酵企业品牌的重要性
二、食品发酵企业实施品牌战略的意义
三、食品发酵企业品牌的现状分析
四、食品发酵企业的品牌战略
五、食品发酵品牌战略管理的策略
第二节中国食品发酵行业市场的重点客户战略实施
一、实施重点客户战略的必要性
二、合理确立重点客户
三、对重点客户的营销策略
四、强化重点客户的管理
五、实施重点客户战略要重点解决的问题
第三节 中国食品发酵行业战略综合规划分析
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国食品发酵行业发展策略及投资建议
第一节中国食品发酵行业产品策略分析
一、服务产品开发策略
二、市场细分策略
三、目标市场的选择
第二节 中国食品发酵行业定价策略分析
第二节中国食品发酵行业营销渠道策略
一、食品发酵行业渠道选择策略
二、食品发酵行业营销策略
第三节中国食品发酵行业价格策略
第四节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国食品发酵行业重点投资区域分析
二、中国食品发酵行业重点投资产品分析
图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/shipin/330640330640.html