

2021年中国食品添加剂行业分析报告- 产业供需现状与发展动向预测

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《2021年中国食品添加剂行业分析报告-产业供需现状与发展动向预测》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/canyin/553428553428.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

食品添加剂是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。食品添加剂产业链中，上游为食品添加剂原料，主要分为绿色天然成分及精细化工类原料；中游为各类食品添加剂，主要包括着色剂、护色剂、乳化剂、酶制剂、增味剂等；下游为应用，主要用于制作各类食品，如饮品、乳制品、调味品等。

食品添加剂产业链资料来源：观研天下整理

一、上游分析

1.甘蔗

甘蔗是温带和热带农作物，是制造蔗糖的原料，且可提炼乙醇作为能源替代品。全世界有一百多个国家出产甘蔗，最大的甘蔗生产国是巴西、印度和中国。根据数据显示，我国甘蔗产量由2016年10321.5万吨增至2020年10812.1万吨，年均复合增长率为1.17%；预计2021年我国甘蔗产量可达11108.4万吨。

2016-2021年我国甘蔗产量、增速及预测数据来源：观研天下整理

2.维生素C

维生素C具有强的还原性，可以用作食品中常用的抗氧化剂及功能性食品中作营养强化剂。根据数据显示，2019年我国维生素C产量达19.7万吨，2020年我国维生素C产量达19.9万吨，同比增长1.02%；预计2021年我国维生素C产量可达20.6万吨。

2016-2021年我国维生素C产量、增速及预测数据来源：观研天下整理

3.醋酸

醋酸也叫乙酸、冰醋酸，广泛存在于自然界，它是一种有机化合物，是烃的重要含氧衍生物，是典型的有机酸。根据数据显示，2020年我国醋酸产量达773.4万吨，较2019年同比增长3.97%；据推测，2021年我国醋酸产量可达813.9万吨。

2016-2021年我国醋酸产量、增速及预测数据来源：观研天下整理

4.纯碱

纯碱可用于食品工业，作中和剂、膨松剂，如制造氨基酸、酱油和面制食品如馒头、面包等；还可配成碱水加入面食中，增加弹性和延展性。根据数据显示，2020年我国纯碱产量达2812.4万吨，2021年1-4月我国纯碱产量达997.6万吨，较上年同期同比增长5.3%。

2016-2021年1-4月我国纯碱产量及增速数据来源：观研天下整理

二、中游分析

1.产量

近几年，由于国家对食品添加剂的管理力度加强，我国食品添加剂产量有所下降。根据数据显示，2019年我国食品添加剂产量达838万吨，2020年我国食品添加剂产量达974万吨，同比增长16.23%；预计2021年我国食品添加剂产量可达1080万吨。

2016-2021年我国食品添加剂产量、增速及预测数据来源：观研天下整理

2.甜味剂

甜味剂是指能赋予软饮料甜味的食品添加剂，目的是增加甜味感，常用的人工合成的甜味剂有糖精钠、甜蜜素等。根据数据显示，2020年我国甜味剂产量达23.1万吨，较2019年同比增长10.53%；据推测，2021年我国甜味剂产量可达25.3万吨。

2016-2021年我国甜味剂产量、增速及预测 数据来源：观研天下整理

3.防腐剂

食品防腐剂是为了食品防腐和食品加工储运的需要，而加入食品中的化学合成物质或天然物质，是食品安全生产中的一个重要环节。我国《食品添加剂使用卫生标准》明确规定了苯甲酸、苯甲酸钠、山梨酸（钾）、丙酸等29种允许限量使用的防腐剂。目前常用的食品防腐剂主要有山梨酸及其盐类、脱氢乙酸及其钠盐、苯甲酸及其钠盐、对羟基苯甲酸脂类、丙酸及其盐类等五类。

我国食品防腐剂类别及应用范围

类别

主要应用范围

山梨酸及其盐类

广泛应用于食品、饮料、饲料、化妆品、烟草行业的防腐剂和保险剂

脱氢乙酸及其钠盐

广泛用于肉类、鱼类、蔬菜、水果、饮料类、糕点类等的防腐保鲜。

苯甲酸及其钠盐

各国如日本已相继停用苯甲酸钠，但在国内，因其价格低廉，仍广泛使用于汽水、果汁类、酱类、罐头和酒类的防腐。

对羟基苯甲酸脂类

主要用于经表面处理的鲜水果、果酱(罐头除外)、焙烤食品馅料、果蔬汁、碳酸饮料等。

丙酸及其盐类

主要用于豆类制品、面包、糕点、生湿面制品等。资料来源：观研天下整理

4.香精香料

香料是一种能够依靠嗅觉或味觉感受到香味的有机化合物，也称香原料，主要用于调配成香精用于加香产品，或直接作为食品添加剂使用。根据数据显示，2019年我国香精香料产量达1850吨，2020年我国香精香料产量达1940吨，同比增长4.86%；预计2021年我国香精香料产量可达2027吨。

2016-2021年我国香精香料产量、增速及预测数据来源：观研天下整理

5.企业优势分析

现阶段，我国食品添加剂行业产业链中游优秀企业主要包括安徽金禾实业股份有限公司、丹尼斯克(中国)有限公司、山东阜丰发酵有限公司、晨光生物科技集团股份有限公司、保龄宝生物股份有限公司等。

我国食品添加剂行业产业链中游代表企业优势分析

企业名称

优势分析

安徽金禾实业股份有限公司

企业规模优势：公司按照发展循环经济政策要求，坚持强化管理和加快发展不动摇，坚持以市场为导向，以项目为支撑，不断调整和优化生产结构，积极开发市场前景看好的高附加值的精细化工产品，形成了具有自身特色、化工产业较为密集、具有较强市场竞争力的产业集群，企业实力不断壮大。年销售收入达15个亿规模。公司被省政府列为重点培育的100户“专、精、特、新”企业之一，并通过了“ISO9001”质量管理体系、“ISO14001”环境管理体系和“HACCP”食品安全管理体系认证，拥有产品进出口自主经营权。

丹尼斯克(中国)有限公司

技术优势：公司主要生产乳化剂、稳定剂、复配型食品添加剂，供给冰淇淋、面包、糖果、乳制品、面条、馒头等传统食品与现代食品工业。公司引进世界一流的设备和先进技术，招聘高素质员工，并用计算机控制生产工艺，产品质量与国外产品相同。公司还同时建成了技术创新体系——应用技术中心，下设冰淇淋、焙烤、植物蛋白实验室。正在建设生物技术、香精香料饮料实验室，为开发应用产品与技术创新不断努力。

企业规模优势：丹尼斯克（中国）有限公司成立于1995年12月22日，丹麦外商独资企业，是世界上最大的食品添加剂公司——丹麦斯克科特公司的子公司，也是目前亚洲最大、技术最先进的食品添加剂生产、销售、科研，开发一体化公司。公司投资总额2570万美元，注册资本1100万美元。

山东阜丰发酵有限公司

产品生产质量优势：阜丰下辖四个一体化工厂和一个国家级的研发中心，分别位于山东省、陕西省和内蒙古自治区，拥有员工6000多人。公司先后通过ISO9001：2000质量管理体系，ISO14001：1996环境管理体系认证,美国Kosher, Halal 和OHSAS18001(职业健康安全管理体系)认证。

企业规模优势：山东阜丰发酵有限公司是一家以生产各种生物发酵产品为主的集团化公司，拥有60多年经验。在过去的几十年里，公司一直致力于谷氨酸、黄原胶(XCPolymer)、味精、复混肥等一些发酵产品的研发、生产和销售。借助于特殊经验，技术，原材料和能力资源的优势，公司已成为中国最大的谷氨酸发酵基地。

晨光生物科技集团股份有限公司

人才技术优势：“人与企业共发展”是晨光集团的核心文化理念，以博士生、研究生为核心、大学生为骨干、庞大专业人才为主体的开拓型、创新型优秀人才队伍，再加上先进的设备工艺和科学高效的技术创新体系，使晨光集团的技术和产品稳居国际前沿。晨光集团是国家高新技术企业、农业产业化国家重点龙头企业；拥有二十多项国家专利技术；建有业内首家省级天然色素工程技术研究中心；拥有自主知识产权的“辣椒红色素、辣椒素规模化生产工艺

技术”2009年获河北省科技进步一等奖；2010年，“晨光”商标被认定为中国驰名商标、公司技术中心被认定为国家企业技术中心。

产品质量优势：公司先后通过了国家实验室认可、ISO9001认证、HACCP认证、HALAL认证、FAMI-QS认证、KOSHER认证、美国FDA产品注册。公司产品符合联合国粮农组织、世界卫生组织及国家标准要求，80%以上出口，主要销往欧洲、美洲、澳洲及俄、日、韩、东南亚部分国家和地区，出口创汇连年居全国植物提取物行业第一名。

企业规模优势：晨光生物科技集团股份有限公司，主要研制和生产天然色素、天然香辛料提取物和精油、天然营养及药用提取物、蛋白油脂等，其中天然色素产销量居全国之首，辣椒红色素产销量世界第一，辣椒精占国内产量的85%以上，叶黄素、甜菜红等品种均在国际上占有重要地位。

保龄宝生物股份有限公司

企业规模优势：保龄宝生物股份有限公司是以生物工程为主导的国家级高新技术企业，国家生物产业基地核心企业。先后承担国家“九五”、“十五”、“十一五”攻关课题，低聚糖、高果糖、糖醇、膳食纤维等多糖类产品广泛应用于食品工业、人类健康、环境生态、动物营养等领域，以健康方案专家定位自我，成功塑造了“全球化功能配料专家”的市场形象。资料来源：

观研天下整理

三、下游分析

1. 饮料

饮料是供人或者牲畜饮用的液体，它是经过定量包装的，供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的。根据数据显示，2020年我国饮料产量达16347.3万吨，较2019年同比下降7.97%；2021年1-4月我国饮料产量达5767.3万吨，较上年同期同比增长26.3%。

2016-2021年1-4月我国饮料产量及增速数据来源：观研天下整理

2. 乳制品

乳制品是指使用牛乳或羊乳及其加工制品为主要原料，加入或不加入适量的维生素、矿物质和其他辅料，经加工制成的各种食品。根据数据显示，2019年我国乳制品产量达2719.4万吨，2020年我国乳制品产量达2780.4万吨，同比增长2.84%。

2016-2020年我国乳制品产量及增速

数据来源：观研天下整理

3. 调味品

调味品是指能增加菜肴的色、香、味，促进食欲，有益于人体健康的辅助食品。它的主要功能是增进菜品质量，满足消费者的感官需要，从而刺激食欲，增进人体健康。根据数据显示，2020年我国调味品产量达1627.1万吨，较2019年同比增长13.87%；预计2021年我国调味品产量可达1785.4万吨。（TJL）

2016-2021年我国调味品产量、增速及预测数据来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国食品添加剂行业分析报告-产业供需现状与发展动向预

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。

行业报告是业内企业、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家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、PEST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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国食品添加剂行业发展概述

第一节 食品添加剂行业发展情况概述

一、食品添加剂行业相关定义

二、食品添加剂行业基本情况介绍

三、食品添加剂行业发展特点分析

四、食品添加剂行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、食品添加剂行业需求主体分析

第二节 中国食品添加剂行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、食品添加剂行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国食品添加剂行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国食品添加剂行业生命周期分析

一、食品添加剂行业生命周期理论概述

二、食品添加剂行业所属的生命周期分析

第四节 食品添加剂行业经济指标分析

一、食品添加剂行业的赢利性分析

二、食品添加剂行业的经济周期分析

三、食品添加剂行业附加值的提升空间分析

第五节 中国食品添加剂行业进入壁垒分析

一、食品添加剂行业资金壁垒分析

二、食品添加剂行业技术壁垒分析

三、食品添加剂行业人才壁垒分析

四、食品添加剂行业品牌壁垒分析

五、食品添加剂行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球食品添加剂行业市场发展现状分析

第一节 全球食品添加剂行业发展历程回顾

第二节 全球食品添加剂行业市场区域分布情况

第三节 亚洲食品添加剂行业地区市场分析

一、亚洲食品添加剂行业市场现状分析

二、亚洲食品添加剂行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲食品添加剂行业市场前景分析

第四节 北美食品添加剂行业地区市场分析

一、北美食品添加剂行业市场现状分析

二、北美食品添加剂行业市场规模与市场需求分析

三、北美食品添加剂行业市场前景分析

第五节 欧洲食品添加剂行业地区市场分析

一、欧洲食品添加剂行业市场现状分析

二、欧洲食品添加剂行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲食品添加剂行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界食品添加剂行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球食品添加剂行业市场规模预测

第三章 中国食品添加剂产业发展环境分析

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 中国食品添加剂行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国食品添加剂产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国食品添加剂行业运行情况

第一节 中国食品添加剂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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国食品添加剂行业市场规模分析

第三节 中国食品添加剂行业供应情况分析

第四节 中国食品添加剂行业需求情况分析

第五节 我国食品添加剂行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第六节 中国食品添加剂行业供需平衡分析

第七节 中国食品添加剂行业发展趋势分析

第五章 中国食品添加剂所属行业运行数据监测

第一节 中国食品添加剂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 中国食品添加剂所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国食品添加剂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 2017-2021年中国食品添加剂市场格局分析

第一节 中国食品添加剂行业竞争现状分析

- 一、中国食品添加剂行业竞争情况分析
- 二、中国食品添加剂行业主要品牌分析

第二节 中国食品添加剂行业集中度分析

- 一、中国食品添加剂行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国食品添加剂行业市场集中度分析

第三节 中国食品添加剂行业存在的问题

第四节 中国食品添加剂行业解决问题的策略分析

第五节 中国食品添加剂行业钻石模型分析

- 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 2017-2021年中国食品添加剂行业需求特点与动态分析

第一节 中国食品添加剂行业消费市场动态情况

第二节 中国食品添加剂行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 食品添加剂行业成本结构分析

第四节 食品添加剂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

第五节 中国食品添加剂行业价格现状分析

第六节 中国食品添加剂行业平均价格走势预测

一、中国食品添加剂行业价格影响因素

二、中国食品添加剂行业平均价格走势预测

三、中国食品添加剂行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国食品添加剂行业区域市场现状分析

第一节 中国食品添加剂行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区食品添加剂市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区食品添加剂市场规模分析

四、华东地区食品添加剂市场规模预测

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、华中地区食品添加剂市场规模分析

四、华中地区食品添加剂市场规模预测

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、华南地区食品添加剂市场规模分析
- 四、华南地区食品添加剂市场规模预测

第九章 2017-2021年中国食品添加剂行业竞争情况

第一节 中国食品添加剂行业竞争结构分析（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 中国食品添加剂行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国食品添加剂行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 食品添加剂行业企业分析（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
- 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
- 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
- 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
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国食品添加剂行业发展前景分析与预测

第一节 中国食品添加剂行业未来发展前景分析

- 一、食品添加剂行业国内投资环境分析
- 二、中国食品添加剂行业市场机会分析
- 三、中国食品添加剂行业投资增速预测

第二节 中国食品添加剂行业未来发展趋势预测

第三节 中国食品添加剂行业市场发展预测

- 一、中国食品添加剂行业市场规模预测
- 二、中国食品添加剂行业市场规模增速预测
- 三、中国食品添加剂行业产值规模预测
- 四、中国食品添加剂行业产值增速预测
- 五、中国食品添加剂行业供需情况预测

第四节 中国食品添加剂行业盈利走势预测

- 一、中国食品添加剂行业毛利润同比增速预测
- 二、中国食品添加剂行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国食品添加剂行业投资风险与营销分析

第一节 食品添加剂行业投资风险分析

- 一、食品添加剂行业政策风险分析
- 二、食品添加剂行业技术风险分析
- 三、食品添加剂行业竞争风险分析
- 四、食品添加剂行业其他风险分析

第二节 食品添加剂行业应对策略

- 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 2021-2026年中国食品添加剂行业发展战略及规划建议

第一节 中国食品添加剂行业品牌战略分析

- 一、食品添加剂企业品牌的重要性
- 二、食品添加剂企业实施品牌战略的意义
- 三、食品添加剂企业品牌的现状分析
- 四、食品添加剂企业的品牌战略
- 五、食品添加剂品牌战略管理的策略

第二节 中国食品添加剂行业市场重点客户战略实施

- 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 中国食品添加剂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 2021-2026年中国食品添加剂行业发展策略及投资建议

第一节 中国食品添加剂行业产品策略分析

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 中国食品添加剂行业营销渠道策略

一、食品添加剂行业渠道选择策略

二、食品添加剂行业营销策略

第三节 中国食品添加剂行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国食品添加剂行业重点投资区域分析

二、中国食品添加剂行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/553428553428.html>