

2018年中国乳酸行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

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年中国乳酸行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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/329475329475.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、行业市场化程度及竞争格局

目前，在全球乳酸及聚乳酸市场上，产能超过 10 万吨的企业共有三家：分别为荷兰科碧恩-普拉克（Corbion-Purac）公司、美国 NatureWorks 公司及金丹科技。其中，科碧恩-普拉克为全球最大的乳酸及其衍生物、丙交酯供应商，在荷兰、西班牙、巴西、美国、泰国都有生产工厂，现具有年产 20 万吨乳酸及其衍生物、丙交酯的生产能力，约占全球总产能的 26%。科碧恩-普拉克在荷兰和西班牙的工厂目前主要生产高端产品如医药级的 L-乳酸衍生物和 D-乳酸等。另外，科碧恩-普拉克还通过生产聚乳酸的原料丙交酯参与到聚乳酸的产业链中。

美国嘉吉公司下属的 NatureWorks 为全球最大的聚乳酸生产企业，目前拥有每年 18 万吨的 L-乳酸生产能力，约占全球乳酸总产能的约 24%，但 NatureWorks 自产的乳酸并不对外销售，而是专门供应 NatureWorks 的 15 万吨聚乳酸工厂。NatureWorks 供应了目前全球市场上大多数的聚乳酸树脂原料，是全球唯一产能达到 15 万吨级的聚乳酸生产商，远远超过其他聚乳酸生产商的生产规模。

图表：全球主要乳酸及聚乳酸生产企业产能情况（单位：万吨）

荷兰科碧恩-普拉克公司目前仍是全球最大的乳酸及其衍生物、丙交酯的生产企业，其乳酸及其衍生物、丙交酯的年生产能力为 20 万吨。美国 NatureWorks 公司具有每年 18 万吨的乳酸生产能力，全部用于生产聚乳酸产品。

我国的乳酸及其衍生品行业经过 30 多年的发展，优胜劣汰后行业集中度较高，金丹科技、中粮生化格拉特、百盛科技分别具有 11.3 万吨、4 万吨和 4 万吨的乳酸及其衍生物的生产规模，占据了我国乳酸行业的大部分生产能力及市场份额。聚乳酸的生产在我国目前仍属起步阶段，已建并投产的生产线不多，且多数规模较小，通常为几十吨或几百吨。其中，聚乳酸生产规模较大的企业为浙江海正生物材料股份有限公司，目前拥有每年 5,000 吨的产能，未来计划扩至 1 万吨。2015 年 9 月，江苏允友成生物环保材料有限公司年产 5 万吨聚乳酸生产线投产，为目前国内最大的聚乳酸生产线。国内其他企业，如上海同杰良生物材料有限公司、深圳光华伟业股份有限公司、武汉华丽生物材料有限公司等也陆续投资建设了规模不等的聚乳酸生产线。

总体来说，目前我国市场乳酸、乳酸盐及乳酸酯的市场份额主要为国内企业所占据，但丙交酯、聚乳酸产品的市场份额仍为 NatureWorks、科碧恩-普拉克等外资企业所占据，国内企业目前受制于技术水平、产品质量、生产规模等方面的原因，市场份额仍较小，企业实力与 NatureWorks 相比仍有较大差距。

此外，近年来随着聚乳酸的应用前景日益被市场所看好，带动乳酸行业需求看涨，新进入者或新建产能越来越多，如山东百盛生物科技有限公司、盐城海嘉诺生物工程有限公司、山东富欣生物科技股份有限公司等纷纷投资扩产，使得目前国内乳酸行业竞争有加剧态势

。

二、进入本行业的主要壁垒

1、技术壁垒

首先，乳酸的工业化生产通常采用微生物发酵技术，其中菌株筛选及培育、发酵工艺控制与优化、乳酸分离与提纯及后续衍生产品的开发等，都需要掌握核心技术；而以乳酸为原料生产和开发聚乳酸则需要掌握乳酸聚合催化技术、聚乳酸应用开发技术等。其次，为降低生产成本，保持产品持续竞争力，需要不断提高乳酸及衍生产品生产的技术水平，持续推动核心工艺环节技术进步，通过技术改造升级提高生产效率。后，乳酸及衍生产品的整个生产过程中，对员工的技术熟练程度也有较高的要求，企业需要培养并保持一个相对稳定、技术合格、操作熟练的生产线员工队伍，方能保证整个生产过程的顺利进行。上述乳酸、聚乳酸领域相关技术的掌握、持续的技术进步及经验丰富的员工队伍建设等，都需要长期的投入和积累，因此行业面临较高的技术壁垒。

2、资金壁垒

乳酸及聚乳酸行业属于资金密集型的制造业，规模经济性强，只有取得生产的规模经济才能有效降低生产成本。因此，前期需要投入大量资金以购置土地，构建厂房，购买各种生产设备、实验装置、检测仪器等。同时，在生产经营过程中又需要垫付较多的营运资金，以保证玉米等原材料采购及正常生产经营活动的开展。因此，较大的资金投入对潜在投资者形成了较高的资金壁垒。

3、原材料壁垒

玉米目前仍是发酵法生产乳酸的主要原材料，生产环节主要以玉米淀粉作为生物发酵过程中的碳源，因此生产过程中玉米用量较大。受运输成本的影响，必须在玉米主产区建厂，但如果企业玉米采购量小则难以获得稳定的供应，这就在一定程度上限制了新企业的进入。发行人厂区座落在我国玉米主产区内，多年来与当地玉米生产者形成了稳定的供货关系，具有不可复制的原材料区位优势，从而对非玉米主产区的潜在进入者形成一定的原材料壁垒。

。

4、质量认证壁垒

乳酸及衍生品广泛运用于食品行业，出于食品安全考虑，行业监管部门及自律组织对原材料准入制定了较为严格的质量认证标准，只有产品质量认证达标且取得相应证书后，才被许可对外销售。因此，新进入者短期内面临门槛较高的质量认证壁垒。

5、客户依赖度壁垒

乳酸类产品销售成功的关键除了基本的产品质量保证外，下游用户对供应商的规模、信誉、供货及时性、售后服务与技术支持等都有较高要求，并具有一定程度的依赖性。乳酸及其衍生品的生产属生物技术产业，行业特性使得客户对产品的质量及稳定性要求颇高，从初期试用到长期大批量稳定供货需要很长的周期，行业内客户与供应商的关系相对较为固定，从而增加了新竞争者加入市场的难度。

6、品牌壁垒

随着人们食品安全意识的不断增强，食品及添加剂生产企业品牌竞争不断加剧。产品要获得下游用户及消费者的认同，企业必须提高品牌知名度和美誉度，而打造品牌不但需要消耗大量的人力、物力及财力，所需时间也较长。已经经营多年的知名产品、商标具备这种品牌优势，而新进入企业将会面临这方面的障碍。

观研天下发布的《2018年中国乳酸行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》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。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、乳酸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年中国乳酸行业发展概述

第一节 乳酸行业发展情况概述

- 一、乳酸行业相关定义
- 二、乳酸行业基本情况介绍
- 三、乳酸行业发展特点分析

第二节 中国乳酸行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、乳酸行业产业链条分析
- 三、中国乳酸行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国乳酸行业生命周期分析

一、乳酸行业生命周期理论概述

二、乳酸行业所属的生命周期分析

第四节 乳酸行业经济指标分析

一、乳酸行业的赢利性分析

二、乳酸行业的经济周期分析

三、乳酸行业附加值的提升空间分析

第五节 国内乳酸行业进入壁垒分析

一、乳酸行业资金壁垒分析

二、乳酸行业技术壁垒分析

三、乳酸行业人才壁垒分析

四、乳酸行业品牌壁垒分析

五、乳酸行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球乳酸行业市场发展现状分析

第一节 全球乳酸行业发展历程回顾

第二节 全球乳酸行业市场区域分布情况

第三节 亚洲乳酸行业地区市场分析

一、亚洲乳酸行业市场现状分析

二、亚洲乳酸行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲乳酸行业市场前景分析

第四节 北美乳酸行业地区市场分析

一、北美乳酸行业市场现状分析

二、北美乳酸行业市场规模与市场需求分析

三、北美乳酸行业市场前景分析

第五节 欧盟乳酸行业地区市场分析

一、欧盟乳酸行业市场现状分析

二、欧盟乳酸行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟乳酸行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界乳酸行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球乳酸行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国乳酸产业发展环境分析

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 中国乳酸行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国乳酸产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、乳酸环境分析

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年中国乳酸行业运行情况

第一节 中国乳酸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 中国乳酸行业市场规模分析

第三节 中国乳酸行业供应情况分析

第四节 中国乳酸行业需求情况分析

第五节 中国乳酸行业供需平衡分析

第六节 中国乳酸行业发展趋势分析

第五章 中国乳酸所属行业运行数据监测

第一节 中国乳酸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 中国乳酸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 中国乳酸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年中国乳酸市场格局分析

第一节 中国乳酸行业竞争现状分析

一、中国乳酸行业竞争情况分析

二、中国乳酸行业主要品牌分析

第二节 中国乳酸行业集中度分析

一、中国乳酸行业市场集中度分析

二、中国乳酸行业企业集中度分析

第三节 中国乳酸行业存在的问题

第四节 中国乳酸行业解决问题的策略分析

第五节 中国乳酸行业竞争力分析

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年中国乳酸行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国乳酸行业消费特点

第二节 中国乳酸行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 乳酸行业成本分析

第三节 乳酸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 中国乳酸行业价格现状分析

第五节 中国乳酸行业平均价格走势预测

一、中国乳酸行业价格影响因素

二、中国乳酸行业平均价格走势预测

三、中国乳酸行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国乳酸行业区域市场现状分析

第一节 中国乳酸行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地乳酸市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区乳酸市场规模分析

四、华东地区乳酸市场规模预测

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、华中地区乳酸市场规模分析

四、华中地区乳酸市场规模预测

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、华南地区乳酸市场规模分析

第九章 2015-2017年中国乳酸行业竞争情况

第一节 中国乳酸行业竞争结构分析（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 中国乳酸行业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 中国乳酸行业竞争环境分析（乳酸T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 乳酸行业企业分析（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年中国乳酸行业发展前景分析与预测

第一节 中国乳酸行业未来发展前景分析

一、乳酸行业国内投资环境分析

二、中国乳酸行业市场机会分析

三、中国乳酸行业投资增速预测

第二节 中国乳酸行业未来发展趋势预测

第三节 中国乳酸行业市场发展预测

一、中国乳酸行业市场规模预测

二、中国乳酸行业市场规模增速预测

三、中国乳酸行业产值规模预测

四、中国乳酸行业产值增速预测

五、中国乳酸行业供需情况预测

第四节 中国乳酸行业盈利走势预测

一、中国乳酸行业毛利润同比增速预测

二、中国乳酸行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国乳酸行业投资风险与营销分析

第一节 乳酸行业投资风险分析

一、乳酸行业政策风险分析

二、乳酸行业技术风险分析

三、乳酸行业竞争风险分析

四、乳酸行业其他风险分析

第二节 乳酸行业企业经营发展分析及建议

一、乳酸行业经营模式

二、乳酸行业销售模式

三、乳酸行业创新方向

第三节 乳酸行业应对策略

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年中国乳酸行业发展策略及投资建议

第一节 中国乳酸行业品牌战略分析

一、乳酸企业品牌的重要性

二、乳酸企业实施品牌战略的意义

三、乳酸企业品牌的现状分析

四、乳酸企业的品牌战略

五、乳酸品牌战略管理的策略

第二节 中国乳酸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 中国乳酸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年中国乳酸行业发展策略及投资建议

第一节中国乳酸行业产品策略分析

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 中国乳酸行业定价策略分析

第二节中国乳酸行业营销渠道策略

一、乳酸行业渠道选择策略

二、乳酸行业营销策略

第三节中国乳酸行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国乳酸行业重点投资区域分析

二、中国乳酸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/329475329475.html>