

2021年中国高倍甜味剂市场分析报告- 行业竞争现状与前景评估预测

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年中国高倍甜味剂市场分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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/huaxuechangpin/555296555296.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

一、高倍甜味剂定义

高倍甜味剂作为一种保留甜味却不产生热量的食品添加剂，可以分为天然和人工合成两种，天然甜味剂包括甜菊糖等，人工合成甜味剂包括甜蜜素、阿斯巴甜、安赛蜜、三氯蔗糖等。甜味剂按甜度分类类别

甜度分类

主要分类

主要产品

高倍甜味剂

天然高倍甜味剂

甜菊糖苷、罗汉果甜苷、甘草甜素、新橙皮苷等

化学合成高倍甜味剂

糖精钠、安赛蜜、甜蜜素、阿斯巴甜、三氯蔗糖、纽甜等

低倍甜味剂

糖类低倍甜味剂

果糖、葡萄糖浆、高果糖浆、低聚异麦芽糖、低聚果糖、低聚木糖等

糖醇低倍甜味剂

山梨糖醇、赤藓糖醇、木糖醇、麦芽糖醇、甘露糖醇、乳糖醇等资料来源：观研天下整理

二、高倍甜味剂需求分析

1、高倍甜味剂全球各地域需求

根据观研报告网发布的《2021年中国高倍甜味剂市场分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》显示。在全球高倍甜味剂各地域消费方面，北美地区是主要消费地区，占比达34%，占比第二和第三的是亚太地区和欧洲地区，分别为23%和21%。

2020年全球高倍甜味剂消费分布

资料来源：观研天下数据中心整理处理

2009年以来，我国高倍甜味剂消费量稳步提高，到2019年消费量达到57401吨，预计2021年高倍甜味剂消费量将超过62000吨，年均增长率达到4%，市场潜力较大。

2、高倍甜味剂下游行业需求

由于高倍甜味剂几乎无热量、甜度高的特性，在食品加工领域得到了越来越广泛的应用。但近年来在饮料行业用高倍甜味剂取代蔗糖作为甜味剂的无糖消费新趋势，使得饮料行业成为高倍甜味剂需求增长最快的下游行业。

观研报告网发布的资料显示。2014年，我国无糖茶市场份额仅有10亿，2019年已增至42.3亿元，茶饮料市场占比5.21%。年复合增长率高达32.6%，远高于茶饮料总体增速。20

20年疫情影响下仍增长至48.5亿元，年均复合增长率29.68%。

从2011年到2017年，无糖、低糖饮料在欧洲和英国的市场份额逐年上涨，无糖碳酸饮料在欧盟的市场份额由21%小幅上升到24%，在英国市场份额由44%上升到53%，表现出良好的发展势头。截止至2019年，美国饮料的市场份额中，常规碳酸饮料占比74%，无糖碳酸饮料占比26%，无糖比例不断提高。

全球大型饮料企业纷纷选择用高倍甜味剂代替蔗糖推出无糖饮料，促使高倍甜味剂领域不断发展，市场空间不断增大。

3、高倍甜味剂品种选择需求

口味和配方技术是影响下游消费者和厂商选择甜味剂的重要因素。根据调查数据显示，在影响消费者选择甜味剂的因素中，排在前三位的是口味、健康、成本，而下游厂商在选择高倍甜味剂供应商时，首先考虑的是配方技术，其次分别是感官功能、成分创新、研究能力、复配能力。

不同高倍甜味剂特性对比

产品

名称

甜度

热量

甜价比

(甜度/元)

风味特征

产品特性

建议日摄入量(g)

甜菊糖

200

0.91

高浓度有苦涩味，需复配使用

无显著副作用但安全性尚未普遍承认

4

糖精

500

12.5

浓重苦味和金属味，需复配使用

过量服用会中毒，三级致癌物

2.5

甜蜜素

50

3.33

明显苦涩味，需复配使用

过量食入危害肝脏及神经系统，西方多国禁用，我国仍合法使用

7

阿斯巴甜

200

2.5

甜味纯正，近似蔗糖

稳定性差，存在安全隐患美国FDA拒绝苯丙酮尿症患者食用,90多个国家批准使用

40

安赛蜜

200

3.33

高浓度明显后苦味，需复配使用

公认性价比高、使用安全的甜味剂，全球100多个国家批准使用

15

三氯蔗糖

650

3.25

甜味纯正接近蔗糖

安全性好，稳定性与溶解性较高，对苦味、涩味有遮盖效果

15

纽甜

6000

20

甜味纯正，高浓度下后甜长

热稳定性差，过高甜度导致调配技术要求高

15资料来源：观研天下整理

因健康安全隐患及风味口感等因素，人工高倍甜味剂糖精和阿斯巴甜正在逐步被安赛蜜、三氯蔗糖所替代。2019年，全球人工甜味剂市场中三氯蔗糖、阿斯巴甜及安赛蜜分别占比24%、24%及12%，三氯蔗糖后来居上，以微弱的优势位列第一，阿巴斯甜市场份额逐年递减。

我国三氯蔗糖/安赛蜜产量2014-2019年5年CAGR分别为18.9%/9.8%，三氯蔗糖已成为人工高倍甜味剂中产值最高的品类，未来市占率有望进一步提高。而2018年美国零售额排

名前三的高倍甜味剂分别为：甜菊糖、阿巴斯甜和三氯蔗糖。

预计未来在下游厂商对甜味剂的需求结构中，风味更好、产品更加健康和稳定的甜菊苷、三氯蔗糖和安赛蜜选择占比将上升，替代其他糖精、阿巴斯甜甜味剂，逐渐成为高倍甜味剂中的主流选择。

三、国外高倍甜味剂品牌分析

美国高倍甜味剂市场的主要品牌有善品糖（Splenda）、Sweet'NLow、怡口（Equal）、Truvia、SteviaInTheRaw和Nutrasweet等。2019年这些品牌的消费人数占比分别为31%、15%、14%、11%、12%和5%，近年来市场份额之和超过均85%。

欧洲市场上，英国消费人数最多的高倍甜味剂品牌为Canderel、Sweetex、Hermeseta s和Splenda，占总市场的60%以上；法国的高倍甜味剂市场则由Canderel和PureVia主导，两品牌在2018年的消费人数占比超过70%。2018年，Canderel在英国和法国的市场份额分别为23.0%和50.8%。2020年国外大型代糖制造公司情况

品牌

所属公司

主要产品

主要甜味剂原料

善品糖（Splenda）

HeartlandFoodproducts

原味甜味剂，甜叶菊甜味剂，咖啡奶精，液体甜味剂，甜茶，糖尿病护理奶昔

三氯蔗糖为主，也使用甜叶菊、安赛蜜

Sweet'NLow

坎伯兰包装公司

零卡路里甜味剂，液体甜味剂，咖啡奶精

糖精

怡口（Equal）

Merisant公司

袋装甜味剂，FLAVORS，PLUS，SPOONFUL，糖片，SUGARLY，咖啡奶精

阿斯巴甜为主，也使用安赛蜜、三氯蔗糖和赤藓糖醇

Truvia

可口可乐公司，嘉吉公司

袋装甜味剂，Spoonable，无卡路里袋，SweetComplete，糖果甜味剂，黑糖混合，无卡路里有机液

甜菊叶，赤藓糖醇

SteviaInTheRaw

坎伯兰包装公司

袋装甜菊糖，面包用甜菊糖，甜菊糖片，有机甜菊糖

甜菊叶

Canderel

Merisant公司

Original、Sugarly和Sweetely的颗粒、糖片，Zero液体糖，甜菊糖

阿斯巴甜为主，也使用安赛蜜、甜叶菊

Hermesetas

Hermes甜味剂公司

迷你糖，颗粒糖，液体糖

糖精，甜蜜素，三氯蔗糖

PureVia

百事可乐公司，Merisant公司

甜菊糖颗粒，甜菊糖液

甜叶菊资料来源：观研天下整理（xix）

观研报告网发布的《2021年中国高倍甜味剂市场分析报告-行业竞争现状与前景评估预测》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年中国高倍甜味剂行业发展概述

第一节 高倍甜味剂行业发展情况概述

- 一、高倍甜味剂行业相关定义
 - 二、高倍甜味剂行业基本情况介绍
 - 三、高倍甜味剂行业发展特点分析
 - 四、高倍甜味剂行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
 - 五、高倍甜味剂行业需求主体分析
- 第二节 中国高倍甜味剂行业上下游产业链分析
- 一、产业链模型原理介绍
 - 二、高倍甜味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、中国高倍甜味剂行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国高倍甜味剂行业生命周期分析
- 一、高倍甜味剂行业生命周期理论概述
 - 二、高倍甜味剂行业所属的生命周期分析
- 第四节 高倍甜味剂行业经济指标分析
- 一、高倍甜味剂行业的赢利性分析
 - 二、高倍甜味剂行业的经济周期分析
 - 三、高倍甜味剂行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国高倍甜味剂行业进入壁垒分析
- 一、高倍甜味剂行业资金壁垒分析
 - 二、高倍甜味剂行业技术壁垒分析
 - 三、高倍甜味剂行业人才壁垒分析
 - 四、高倍甜味剂行业品牌壁垒分析
 - 五、高倍甜味剂行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球高倍甜味剂行业市场发展现状分析

第一节 全球高倍甜味剂行业发展历程回顾

第二节 全球高倍甜味剂行业市场区域分布情况

第三节 亚洲高倍甜味剂行业地区市场分析

- 一、亚洲高倍甜味剂行业市场现状分析
- 二、亚洲高倍甜味剂行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲高倍甜味剂行业市场前景分析

第四节 北美高倍甜味剂行业地区市场分析

- 一、北美高倍甜味剂行业市场现状分析
- 二、北美高倍甜味剂行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美高倍甜味剂行业市场前景分析

第五节 欧洲高倍甜味剂行业地区市场分析

- 一、欧洲高倍甜味剂行业市场现状分析
- 二、欧洲高倍甜味剂行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲高倍甜味剂行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界高倍甜味剂行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球高倍甜味剂行业市场规模预测

第三章 中国高倍甜味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 中国高倍甜味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 中国高倍甜味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 中国高倍甜味剂行业运行情况

第一节 中国高倍甜味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 中国高倍甜味剂行业市场规模分析

第三节 中国高倍甜味剂行业供应情况分析

第四节 中国高倍甜味剂行业需求情况分析

第五节 我国高倍甜味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 中国高倍甜味剂行业供需平衡分析

第七节 中国高倍甜味剂行业发展趋势分析

第五章 中国高倍甜味剂所属行业运行数据监测

第一节 中国高倍甜味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 中国高倍甜味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 中国高倍甜味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年中国高倍甜味剂市场格局分析

第一节 中国高倍甜味剂行业竞争现状分析

- 一、中国高倍甜味剂行业竞争情况分析
- 二、中国高倍甜味剂行业主要品牌分析
- 第二节 中国高倍甜味剂行业集中度分析
 - 一、中国高倍甜味剂行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国高倍甜味剂行业市场集中度分析
- 第三节 中国高倍甜味剂行业存在的问题
- 第四节 中国高倍甜味剂行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国高倍甜味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年中国高倍甜味剂行业需求特点与动态分析

- 第一节 中国高倍甜味剂行业消费市场动态情况
- 第二节 中国高倍甜味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 高倍甜味剂行业成本结构分析
- 第四节 高倍甜味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 中国高倍甜味剂行业价格现状分析
- 第六节 中国高倍甜味剂行业平均价格走势预测
 - 一、中国高倍甜味剂行业价格影响因素
 - 二、中国高倍甜味剂行业平均价格走势预测
 - 三、中国高倍甜味剂行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国高倍甜味剂行业区域市场现状分析

- 第一节 中国高倍甜味剂行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区高倍甜味剂市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区高倍甜味剂市场规模分析
- 四、华东地区高倍甜味剂市场规模预测

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、华中地区高倍甜味剂市场规模分析
- 四、华中地区高倍甜味剂市场规模预测

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、华南地区高倍甜味剂市场规模分析
- 四、华南地区高倍甜味剂市场规模预测

第九章 2017-2021年中国高倍甜味剂行业竞争情况

第一节 中国高倍甜味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 中国高倍甜味剂行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国高倍甜味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 高倍甜味剂行业企业分析（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年中国高倍甜味剂行业发展前景分析与预测

第一节 中国高倍甜味剂行业未来发展前景分析

一、高倍甜味剂行业国内投资环境分析

二、中国高倍甜味剂行业市场机会分析

三、中国高倍甜味剂行业投资增速预测

第二节 中国高倍甜味剂行业未来发展趋势预测

第三节 中国高倍甜味剂行业市场发展预测

- 一、中国高倍甜味剂行业市场规模预测
- 二、中国高倍甜味剂行业市场规模增速预测
- 三、中国高倍甜味剂行业产值规模预测
- 四、中国高倍甜味剂行业产值增速预测
- 五、中国高倍甜味剂行业供需情况预测

第四节 中国高倍甜味剂行业盈利走势预测

- 一、中国高倍甜味剂行业毛利润同比增速预测
- 二、中国高倍甜味剂行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国高倍甜味剂行业投资风险与营销分析

第一节 高倍甜味剂行业投资风险分析

- 一、高倍甜味剂行业政策风险分析
- 二、高倍甜味剂行业技术风险分析
- 三、高倍甜味剂行业竞争风险分析
- 四、高倍甜味剂行业其他风险分析

第二节 高倍甜味剂行业应对策略

- 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年中国高倍甜味剂行业发展战略及规划建议

第一节 中国高倍甜味剂行业品牌战略分析

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

第二节 中国高倍甜味剂行业市场的关键客户战略实施

- 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 中国高倍甜味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年中国高倍甜味剂行业发展策略及投资建议

第一节 中国高倍甜味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 中国高倍甜味剂行业营销渠道策略

- 一、高倍甜味剂行业渠道选择策略
- 二、高倍甜味剂行业营销策略

第三节 中国高倍甜味剂行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国高倍甜味剂行业重点投资区域分析
- 二、中国高倍甜味剂行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huaxuechangpin/555296555296.html>