

# 2018年中国食品添加剂市场分析报告- 行业深度分析与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国食品添加剂市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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/huaxuechangpin/348499348499.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

行业整体实力和水平均有所提升。但要看到，高品质、高附加值，才是行业的未来方向，技术创新是核心。没有坚实的基础研究，就不可能有长远的应用研究。企业在技术提升时，可与高校等科研院所合作，找准对接点。没有3—5年的技术研究，就不可能有高附加值的产品。

2017年，咸味香精调味料行业在艰难中稳步发展。据中国食品科学技术学会食品添加剂分会对全国规模以上的20家主要咸味香精调味料企业统计，2017年，20家企业总产量达16.59万吨(占食品添加剂和配料行业总产量的1.47%)，同比减少2.41%；总销售额为56.02亿元(占食品添加剂和配料行业总销售额的5.1%)，同比增长3.99%；平均价格3.38万元/吨，同比增长6.96%；出口销售额9.41亿元，产量2.15万吨。其中，出口销售额占总量的16.79%；出口销量占总量的12.95%。出口销售额和销量与去年同期相比均有所增长。

消费升级在行业发展中开始逐步体现——注重附加值。分析2010—2017年咸味香精调味料行业在方便面、肉类、鸡精及其他领域产品应用的销售占比可以发现，产品应用范畴，稳中有变——细分专业、凸显特色。通过2007—2017年10年间产品销量及销售额走势分析可以看出，咸味香精调味料企业在传统行业方便面行业中的销量下降，但销售额呈现增长。“三品”战略实践中颇有成效：增品种455种，提品质89种，创品牌8个，咸味香精调味料在传统食品，如肉制品、方便米面、调理食品、复合调味料、休闲食品及快餐团餐等领域应用广泛。

2013-2017年我国食品添加剂主要品种总产量 数据来源：观研天下数据中心整理

随着消费的升级，这些传统食品也在发生着相应的变化——休闲食品主食化、甜味食品咸味化。同时，日益增加的特殊病人、高龄老人群体，对方便化、烹调化的特需食品需求加大。

当前的消费人群对食品提出了越来越多的要求，主要包括菜肴风味食品、餐饮工业化产品；逼真、稳定的色香味；实现低盐、少油的健康需求；可包装、可储存、可运输。风味化、延长货架期、易于烹调加工，将成为咸味香精未来发展趋势。

环保、标准、创新成行业发展直面的三大痛点

咸味香精调味料行业发展中面临的主要问题——环保、标准、创新。孟素荷对行业发展中的主要问题作了分析。一是企业面临的环保压力明显而突出。2017年，一些特殊区域

更是采取了停产或限产措施，对行业造成一定影响。产能过剩，同质化产品低价竞争现象依然存在，如辣椒红色素、甜菊糖苷、三氯蔗糖、万寿菊浸膏、阿斯巴甜等产能过剩的状况没有得到改变。二是法规和标准在实施方面存在问题。焦糖色素等食品添加剂每批产品的各项指标都必须检测，费用和频率给生产企业造成一定负担，《食品用香料通则》的要求与其他产品的质量规格标准存在差距，具有一定的潜在安全风险。三是满足食品工业整体需求的创新乏力。

传统食品工业化、外卖、私人定制等趋势，为食品添加剂行业的未来发展带来机遇——跨界、融合。

经历30多年的发展，咸味香精行业迎来了一个全新的发展阶段。以前的经验，以往的做法，绝大部分已过‘保质期’，咸味香精行业同样存在着大需求和不平衡、不充分的发展之间的矛盾，环保、品质、食品安全这些都是老问题，但问题的维度、标准及内涵都发生了巨大的变化。环保问题是行业首先亟需破解的难题。环保问题面临着是改造与否，升级与否的问题，改造和升级都将稀释企业的利润空间。

一是推行清洁生产，减少能源消耗;二是升级治理设备，降低污染物排放量(可根据治理效果降低税额);三是主动增加第三方检测;四是产能向税额较低区域转移。除了环保这一痛点，邢福深还提到了品质。品质革命对于全行业而言，是更加急迫且需要我们塌下心来实实在在要做的事情，没有任何捷径而言。行业目前面临以下痛点：一是原材料无法保障，特别是合成香料;二是原料价格涨幅惊人;三是加工工艺、大多是保持传统的工艺，整体突破不大;四是内资企业和外资企业的品质仍有明显差距;五是低层次的无序竞争仍然存在;六是行业内的融合沟通不足。

天然色素替代合成色素势在必行。自1856年英国人发明合成色素至今，我们正在失去合成色素：丹麦、挪威则已完全禁止使用合成色素，美国三年内实现替代合成色素，中国逐渐在替代合成色素。原料型产品多，应用型产品少;针对不同行业需求，缺少系统解决方案;现有工艺装备有待升级;提高副产品的综合利用率，增加产品附加值;标准滞后。未来，天然色素的发展将朝向以下几个方面：标签清洁化;产品制剂化、多样化、便捷化;合成色素的替代方案，在糖果、果冻等各个食品领域开始应用;突出天然色素的营养功能;利用愈伤组织及微生物生产天然色素。(ZPPJP)

观研天下发布的《2018年中国食品添加剂市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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、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。

## 【报告大纲】

### 第一章 食品添加剂行业相关概述

#### 第一节 食品添加剂行业相关概述

##### 一、产品概述

##### 二、产品性能

##### 三、产品用途

#### 第二节 食品添加剂行业经营模式分析

##### 一、生产模式

##### 二、采购模式

##### 三、销售模式

### 第二章 2018 年食品添加剂行业发展环境分析

#### 第一节 2018 年中国经济发展环境分析

##### 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

### 第二节 中国食品添加剂行业政策环境分析

#### 一、行业监管管理体制

#### 二、行业相关政策分析

#### 三、上下游产业政策影响

#### 四、进出口政策影响分析

### 第三节 中国食品添加剂行业技术环境分析

#### 一、行业技术发展概况

#### 二、行业技术发展现状

## 第三章 2013-2018 年中国食品添加剂市场供需分析

### 第一节 中国食品添加剂市场供给状况

#### 一、2013-2018 年中国食品添加剂产量分析

#### 二、2018-2024年中国食品添加剂产量预测

### 第二节 中国食品添加剂市场需求状况

#### 一、2013-2018 年中国食品添加剂需求分析

#### 二、2018-2024年中国食品添加剂需求预测

### 第三节 2014 年中国食品添加剂市场价格分析

## 第四章 中国食品添加剂行业产业链分析

### 第一节 食品添加剂行业产业链概述

### 第二节 食品添加剂上游产业发展状况分析

#### 一、上游原料市场发展现状

#### 二、上游原料生产情况分析

#### 三、上游原料价格走势分析

### 第三节 食品添加剂下游应用需求市场分析

#### 一、行业发展现状分析

#### 二、行业生产情况分析

#### 三、行业需求状况分析

#### 四、行业需求前景分析

## 第五章 2013-2018 年食品添加剂进出口数据分析

### 第一节 2013-2018 年食品添加剂进口情况分析

一、进口数量情况分析

二、进口金额变化分析

三、进口来源地区分析

四、进口价格变动分析

第二节 2013-2018 年食品添加剂出口情况分析

一、出口数量情况

二、出口金额变化分析

三、出口国家流向分析

四、出口价格变动分析

第六章 国内食品添加剂生产厂商竞争力分析

第一节 企业一

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第二节 企业二

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第四节 企业四

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

## 第五节 企业五

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络布局
- 五、企业发展战略分析

## 第七章 2018-2024年中国食品添加剂行业发展趋势与前景分析

### 第一节 2018-2024年中国食品添加剂行业投资前景分析

- 一、食品添加剂行业发展前景
- 二、食品添加剂发展趋势分析
- 三、食品添加剂市场前景分析

### 第二节 2018-2024年中国食品添加剂行业投资风险分析

- 一、产业政策分析
- 二、原材料风险分析
- 三、市场竞争风险
- 四、技术风险分析

### 第三节 2018-2024年食品添加剂行业投资策略及建议

## 第八章 食品添加剂企业投资战略与客户策略分析

### 第一节 食品添加剂企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业强做大做的需要
- 三、企业可持续发展需要

### 第二节 食品添加剂企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

### 第三节 食品添加剂企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略



## 六、竞争战略规划

### 第四节食品添加剂企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huaxuechangpin/348499348499.html>