

2018年中国香精市场分析报告- 行业深度分析与发展前景研究

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年中国香精市场分析报告-行业深度分析与发展前景研究》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/canyin/329274329274.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、行业竞争格局 1、国际市场格局

现代香精工业起源于欧洲，二十世纪初随着有机化学在欧洲的兴起和发展，欧洲成为世界香精技术的中心，瑞士生产的食用香精、英国生产的调味香精都享有很高的声誉。目前，欧洲、美国、日本拥有世界上先进的香精工业，从整个国际香精工业发展的过程和实际情况分析有以下特点：

（1）高度垄断

从全球前十大香精香料公司的销售数据来看，1999 年总销售额为 129 亿美元，占全球总销售额的 64.60%；至 2016 年，该比例达到 76.50%。尤其奇华顿公司、芬美意公司、IFF 和德之馨公司四家公司，近年来合计市场份额均保持在 50% 左右。预期未来全球香精市场将继续保持较高的行业集中度。

（2）充分竞争

由于欧洲、北美洲的香精消费市场竞争格局已趋于稳定，国际前十大香精香料公司香精产品的主要竞销地区目前是亚洲、大洋洲和南美洲等第三世界国家和地区。整体来看，全球香精市场属于充分竞争的市场。

（3）高额研发投入

国际知名香精公司在产品研发方面每年都投入巨额资金，一般占总销售额的 5% 至 10%，例如 IFF 每年投入研发的费用接近年销售额的 8%；芬美意公司投入的费用约为销售收入的 10%。

（4）产业逐步转移

目前国际前十大香精香料公司都集中在西欧、美国和日本，由于西方发达国家市场日趋饱和，为进一步拓展市场，世界香精产业正逐步向发展中国家转移。改革开放以后，中国的香精产业蓬勃发展，随着综合国力的发展以及国际影响力的日益提升，中国生产的香精产品已开始进入亚非拉等发展中国家市场。

2、国内市场格局

近年来，由于中国经济的发展和国民生活水平的提高，以及全球香精工业的跨国转移，我国香精的需求和供给出现双向增长，香精行业发展较快、市场规模不断扩大。

（1）行业集中度低，企业规模普遍偏小

目前，我国共有香料香精企业 1,000 余家，大多属于中小型企业。由于香料香精生产、尤其是香精生产在人才、工艺技术、配方及专利等方面的特殊需求，单一香精企业的成长进程缓慢，因此我国香精行业集中度较低、大量中小企业竞争激烈的市场格局短期内难以改变。

（2）跨国公司进入，行业竞争加剧

世界前十大香料香精公司目前均已进入中国市场，我国香精市场已形成“国内市场、国际化竞争”的局面。近年来，国际知名香精企业纷纷在中国加大投资力度，新建研发中心和生产中心。这些在中国投资建设的项目均达到世界级水准，为中国香精行业的发展注入了活力，同时也进一步加剧了国内香精市场的竞争。

（3）技术投入不足

在国内香精企业中，除少数几家在人才、设备、科研上进行了一定规模的投入外，绝大多数生产企业的投入还相当不足，具有先进的检测分析技术、创新能力强的企业则更少。与此同时，跨国香精企业和包括本公司在内的国内领先企业凭借其知名的品牌、雄厚的技术力量、现代化的生产设备、稳定的产品质量和规范的经营理念，在国内中高端香精产品市场中成为主角。

二、进入行业的主要壁垒

1、技术壁垒

随着居民生活水平的不断提高，消费者对于香味的需求日趋多样，对于品质的要求也越来越高。而一款香精产品的推出，要经过香型的确定、配方的设计、小样的试配、专家和客户的评香、市场的认可和推广等诸多环节，需要消耗企业大量资源。在香精行业任何简单的模仿都不可能使企业获得长期发展。为长期保持行业领先地位，各大香精公司都非常注重新技术、新产品的研发，每年均投入大量资金进行新产品、新技术的研发，而一般的中小企业难以承受。

2、人才壁垒

香精属于非标准化产品，香精的调配主要依靠调香师长期的经验积累以及艺术性创造。因此，调香师是香精公司的核心竞争力之一，调香师的水平决定了香精配方的水平。由于调香需要敏锐的感官、良好的记忆力、丰富的创造力和想象力，以及丰富的经验；因此培养一名优秀的调香师非常困难，必须经过长达数年的长期训练，而且淘汰率非常高。目前香精行业的专业技术人才大多为国内外大型香精公司所垄断。

3、品牌壁垒

香精主要用于各类终端产品的加香，下游的食品、烟草、日化等生产企业为满足消费者的各类需求通常与香精企业协作，量身定制适合自身需要的香精配方。一旦消费者认可生产出的终端产品，下游生产企业为保持产品独特的香气以及口感，通常不会轻易更换香精品牌。而且，大型的下游企业对香精供应商有较为严格的认证体系，尤其是烟草行业，卷烟生产企业定期根据各品牌香精的产品质量进行打分评比，没有良好的品牌信誉以及资格认证很难进入这部分市场。

4、资金壁垒

香精所需原料具有种类多、用量少、有低包装需求的特点，且天然原材料供应受产地气候及环境、种植面积等因素影响，因此香精企业需持续投入资金用于原料储备。同时，随着人们越来越重视环境保护和食品安全，需求更加多样化，香精企业需投入大量资金用于研发个性化产品，以及更新生产、安全、环保和分析检测等设施。这些都对香精企业，尤其是

大型香精企业提出了较高的资金要求。

三、行业利润水平及其变动情况

1、香精行业利润水平在不同应用领域之间存在差异

国内香精行业的利润水平，主要与产品用途和开发难度相关，并依据产品批量大小、产品档次等形成差异。不同应用领域的香精，利润水平存在差异。通常，应用于烟草领域的香精，利润水平高于其他应用领域。烟草用香精主要应用于烟叶原料，烟叶原料属于天然农副产品，随每年气候条件及种植情况不同，产品品质存在差异，而不同产地之间的烟叶品质差异更大，因此，即使是同一品牌卷烟生产过程中，在不同时期也需要采用不同的香精配方以形成其稳定和独特的产品风格。由于烟叶品质存在波动，烟用香精需要不断根据烟叶原料变化调整配方，因此，烟草用香精相对其他香精，开发难度更大，需要更多的研发投入和与烟草企业之间的互动，并对其提供贴近式服务，并采用定制化模式开发和生产，盈利水平相对更高。食品用香精主要应用于粮油原料，日化香精主要应用于各类日用化学品，这两类香精应用所指向的原料，包括面粉制品、食用油，日用化学品等，均已在工业化生产中，形成相对统一的标准，品质波动相对较小，因此，香精配方开发难度相对较低，研发投入相对较小，配方相对稳定，盈利水平相对烟草用香精而言处于较低水平。

2、香精行业利润水平将保持稳定

鉴于香精行业下游行业与人们生活密切相关，并随着人们对食品和日化用品等产品品质要求的提高、品味的提升而稳步发展，可以预期，香精行业仍将呈现良性发展的态势，行业利润水平将保持稳定。

四、影响行业发展的有利和不利因素

1、行业发展的有利因素

(1) 国家政策推动行业发展

香精行业是食品、饮料、日化、烟草、饲料等行业的重要原料配套产业，与居民生活水平提高、促进内需和消费密切相关。国家发改委《产业结构调整指导目录（2011年本）（修正）》（2013年2月16日修正，2013年5月1日起实施）将“安全型食品添加剂”列入石油化工有限公司鼓励类目录。国家发改委和工信部《食品工业“十二五”发展规划》（2011年12月31日）鼓励企业通过兼并重组等手段，提高产业集中度，改变食品添加剂和配料行业企业规模小、产业布局分散的局面，加快产业向规模化、集约化、效益化方向发展。

图表：目前与香精许可管理以及使用标准相关的主要法律法规及政策

(2) 国民经济发展带动香精下游产业持续快速增长

随着国民经济的不断发展，我国居民人均收入、社会消费品零售总额等均持续增长，城镇化水平日益提升，为香精下游行业发展提供了良机，而下游行业的快速发展又给中国香精行业带来日益增长的市场空间。

2、行业发展的不利因素

世界香精市场属于垄断竞争市场，中国市场的快速发展吸引世界香精巨头纷纷在中国设立工厂或者建立世界级的研发中心。目前，国际巨头主要占据国内高端产品市场，并逐步

向中端延伸。凭借其长期的技术积累、先进的生产工艺、丰富的市场开拓经验和雄厚的资本力量，国际巨头在中国香精行业的利润占比逐步提升，这给国内企业的生存和发展带来较大压力。

国内企业普遍规模较小，技术相对较低，在中低端市场中激烈竞争，与跨国公司竞争处于劣势，但同时也给行业内技术领先和快速发展的企业带来了整合机遇。在行业快速增长的背景下，充分发挥资本市场功能、通过兼并重组做大做强，将成为国内优质企业快速发展的捷径。

五、行业发展趋势 1、客户要求日益提高

近年来，国民经济的飞速发展及国民生活水平的日益提高，有效带动了国内食品、饮料、烟草等快速消费品市场需求的持续增长，市场消费需求从早期的“温饱型”向追求“新颖时尚”口味的多元化、个性化消费需求迅速转变。在终端市场，消费者更倾向于绿色健康的消费品，对消费品质提出更高的要求，“天然、绿色”的产品将更受欢迎。

2、品牌竞争日趋激烈

随着国内市场开放程度的逐步提高，一些国际知名品牌厂家纷纷进入中国市场，国际著名的香精香料生产企业已基本在中国建厂，如奇华顿公司和芬美意公司均完成了在中国市场的战略布局。国际公司凭借其著名的品牌，雄厚的技术力量，现代化的生产设备，良好的产品质量和规范的经营理念，发展速度十分迅猛，我国香精行业竞争正在加剧。加之近几年劳动力成本增加等因素的影响，香精加工行业生产企业所处的竞争环境更趋激烈，我国香精加工行业生产企业经营环境面临着较大的压力。

3、行业集中度将逐渐提升

因地域性消费习惯及消费水平的不同，食品、饮料、烟草、日化等领域的产品非常丰富，从而使得香精及食品配料的种类繁多，行业集中度较低。随着消费者品牌意识的增强，技术的进步、投资增加、行业的兼并收购加剧、行业集中度的提升将成为未来发展趋势。

观研天下发布的《2018年中国香精市场分析报告-行业深度分析与发展前景研究》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香精交易所等，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、香精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年中国香精行业发展概述

第一节 香精行业发展情况概述

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

第二节 中国香精行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、香精行业产业链条分析
- 三、中国香精行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国香精行业生命周期分析

- 一、香精行业生命周期理论概述
- 二、香精行业所属的生命周期分析

第四节 香精行业经济指标分析

- 一、香精行业的赢利性分析
- 二、香精行业的经济周期分析
- 三、香精行业附加值的提升空间分析

第五节 国中香精行业进入壁垒分析

- 一、香精行业资金壁垒分析
- 二、香精行业技术壁垒分析
- 三、香精行业人才壁垒分析
- 四、香精行业品牌壁垒分析
- 五、香精行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球香精行业市场发展现状分析

第一节 全球香精行业发展历程回顾

第二节 全球香精行业市场区域分布情况

第三节 亚洲香精行业地区市场分析

一、亚洲香精行业市场现状分析

二、亚洲香精行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲香精行业市场前景分析

第四节 北美香精行业地区市场分析

一、北美香精行业市场现状分析

二、北美香精行业市场规模与市场需求分析

三、北美香精行业市场前景分析

第五节 欧盟香精行业地区市场分析

一、欧盟香精行业市场现状分析

二、欧盟香精行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟香精行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界香精行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球香精行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国香精产业发展环境分析

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 中国香精行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国香精产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、香精环境分析

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年中国香精行业运行情况

第一节 中国香精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 中国香精行业市场规模分析

第三节 中国香精行业供应情况分析

第四节 中国香精行业需求情况分析

第五节 中国香精行业供需平衡分析

第六节 中国香精行业发展趋势分析

第五章 中国香精所属行业运行数据监测

第一节 中国香精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 中国香精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 中国香精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年中国香精市场格局分析

第一节 中国香精行业竞争现状分析

一、中国香精行业竞争情况分析

二、中国香精行业主要品牌分析

第二节 中国香精行业集中度分析

一、中国香精行业市场集中度分析

二、中国香精行业企业集中度分析

第三节 中国香精行业存在的问题

第四节 中国香精行业解决问题的策略分析

第五节 中国香精行业竞争力分析

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年中国香精行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国香精行业消费特点

第二节 中国香精行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 香精行业成本分析

第四节 香精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 中国香精行业价格现状分析

第六节 中国香精行业平均价格走势预测

一、中国香精行业价格影响因素

二、中国香精行业平均价格走势预测

三、中国香精行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国香精行业区域市场现状分析

第一节 中国香精行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地香精市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区香精市场规模分析
- 四、华东地区香精市场规模预测

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、华中地区香精市场规模分析
- 四、华中地区香精市场规模预测

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、华南地区香精市场规模分析

第九章 2015-2017年中国香精行业竞争情况

第一节 中国香精行业竞争结构分析（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 中国香精行业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 中国香精行业竞争环境分析（香精T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 香精行业企业分析（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年中国香精行业发展前景分析与预测

第一节 中国香精行业未来发展前景分析

一、香精行业国内投资环境分析

二、中国香精行业市场机会分析

三、中国香精行业投资增速预测

第二节 中国香精行业未来发展趋势预测

第三节 中国香精行业市场发展预测

一、中国香精行业市场规模预测

二、中国香精行业市场规模增速预测

三、中国香精行业产值规模预测

四、中国香精行业产值增速预测

五、中国香精行业供需情况预测

第四节 中国香精行业盈利走势预测

一、中国香精行业毛利润同比增速预测

二、中国香精行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国香精行业投资风险与营销分析

第一节 香精行业投资风险分析

一、香精行业政策风险分析

二、香精行业技术风险分析

三、香精行业竞争风险分析

四、香精行业其他风险分析

第二节 香精行业企业经营发展分析及建议

一、香精行业经营模式

二、香精行业销售模式

三、香精行业创新方向

第三节 香精行业应对策略

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年中国香精行业发展策略及投资建议

第一节 中国香精行业品牌战略分析

一、香精企业品牌的重要性

二、香精企业实施品牌战略的意义

三、香精企业品牌的现状分析

四、香精企业的品牌战略

五、香精品牌战略管理的策略

第二节 中国香精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 中国香精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年中国香精行业发展策略及投资建议

第一节中国香精行业产品策略分析

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 中国香精行业定价策略分析

第二节中国香精行业营销渠道策略

一、香精行业渠道选择策略

二、香精行业营销策略

第三节中国香精行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国香精行业重点投资区域分析

二、中国香精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/canyin/329274329274.html>