

2020-2026年中国食品添加剂产业发展现状与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国食品添加剂产业发展现状与前景趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202005/161525.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

根据我国食品卫生法(1995年)的规定，食品添加剂是为改善食品色、香、味等品质，以及为防腐和加工工艺的需要而加入食品中的人工合成或者天然物质。目前我国食品添加剂有23个类别，2000多个品种，包括酸度调节剂、抗结剂、消泡剂、抗氧化剂、漂白剂、膨松剂、着色剂、护色剂、酶制剂、增味剂、营养强化剂、防腐剂、甜味剂、增稠剂、香料等。

随着全球工业食品总量的快速增加和化学合成技术的进步，全球食品添加剂品种不断增加，产量持续上升。目前，全世界应用的食物添加剂品种已多达25000余种（其中80%为香料），直接使用的有3000-4000种，其中常用的有600-1000种。由于各国对食品安全控制的要求和技术上存在着一定的差异，所以允许使用的食物添加剂品种和范围也有所不同。如美国FDA公布使用的食物添加剂有2922种，其中受管理的1755种。日本使用的食物添加剂约有1100种；欧盟允许使用的有1000-1500种。我国食物添加剂实际允许使用的品种有1524种。

我国把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，包括营养强化剂定义为食物添加剂。目前我国食物添加剂总产值已约占国际贸易额的10%，其中柠檬酸、苯甲酸钠、山梨酸钾、糖精、木糖醇、维生素C和维生素E、乙基麦芽酚等品种在国际贸易中已起到举足轻重的作用，处于领先地位。我国食用着色剂在品种、数量上均有较大增长，已成为世界食用着色剂品种最多的生产和消费大国，在国际贸易中占了一定的份额，出口的品种主要有红曲红、高粱红、栀子黄、姜黄等，年贸易额约为3000多万美元。

我国食用着色剂在品种、数量上均有较大增长，已成为世界食用着色剂品种最多的生产和消费大国，在国际贸易中占了一定的份额，出口的品种主要有红曲红、高粱红、栀子黄、姜黄等，年贸易额约为3000多万美元。可以预计随着食物添加剂安全水平的提高，新型安全食物添加剂将成为行业新的经济增长点。实现品种繁多，质量优越，价格低廉的出口战略一直是我国食物添加剂扩大国际贸易的方向。近年来，我国十分注重国际食物添加剂流行品种的研发，随着生产技术和成本的突破，我国食物添加剂新品种的国际贸易量必将得到增长，从而进一步带动了我国食物添加剂的发展。

报告目录

第一章 食物添加剂产业概述及研究机构

1.1 食物添加剂定义及产品技术参数

1.2 食物添加剂分类

1.2.1 产品类型

- 1.2.2 原材料类型
- 1.2.3 应用
- 1.3 食品添加剂应用领域
 - 1.3.1 甜点
 - 1.3.2 饮品
 - 1.3.3 方便食品
 - 1.3.4 调味品
 - 1.3.5 乳制品
 - 1.3.6 其他
- 1.4 食品添加剂产业链结构
 - 1.4.1 食品添加剂产业概述
 - 1.4.2 食品添加剂产业政策
 - 1.4.3 食品添加剂产业动态
- 1.5 食品添加剂行业研究机构
 - 1.5.1 食品添加剂行业介绍
 - 1.5.2 食品添加剂行业研究优势
 - 1.5.3 食品添加剂行业研究范围

第二章 2016-2019年中国食品添加剂行业市场发展环境分析

2.1 中国食品添加剂行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

- 1、国民经济运行情况GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、恩格尔系数
- 5、工业发展形势
- 6、固定资产投资情况
- 7、食品工业发展现状

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国食品添加剂行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

- 1、行业主管部门

2、行业监管体制

2.2.2 行业政策分析

1、《食品安全法》

2、《食品安全法实施条例》

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国食品添加剂行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、生态环境分析

5、中国城镇化率

6、居民的各种消费观念和习惯

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国食品添加剂行业技术环境分析

2.4.1 食品添加剂技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、中国食品添加剂行业新技术研究

2.4.2 食品添加剂技术发展水平

1、中国食品添加剂行业技术水平所处阶段

2、与国外食品添加剂行业的技术差距

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 食品添加剂生产成本分析

3.1 食品添加剂物料清单（BOM）

3.2 食品添加剂物料清单价格分析

3.3 食品添加剂生产劳动力成本分析

3.4 食品添加剂设备折旧成本分析

3.5 食品添加剂生产成本结构分析

3.6 食品添加剂制造工艺分析

3.7 中国2016-2019年食品添加剂价格、成本及毛利

第四章 国际食品添加剂行业市场发展分析

4.1 2016-2019年国际食品添加剂行业发展现状

4.1.1 国际食品添加剂行业发展现状

4.1.2 国际食品添加剂行业发展规模

4.1.3 国际食品添加剂主要技术水平

4.2 2016-2019年国际食品添加剂市场需求研究

4.2.1 国际食品添加剂市场需求特点

4.2.2 国际食品添加剂市场需求结构

4.2.3 国际食品添加剂市场需求规模

4.3 2016-2019年国际区域食品添加剂行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 国际知名食品添加剂企业分析

4.4.1 巴斯夫

4.4.2 ADM

4.4.3 杜邦

4.4.4 嘉里集团

4.4.5 赢创

4.5 2020-2026年国际食品添加剂行业发展展望

4.5.1 国际食品添加剂行业发展趋势

4.5.2 国际食品添加剂行业规模预测

4.5.3 国际食品添加剂行业发展机会

第五章 2016-2019年中国食品添加剂行业发展概述

5.1 华东区域产销情况分析

5.1.1 2016-2019年华东区域产量分析

5.1.2 2016-2019年华东区域市场销售规模分析

5.1.3 华东区域重点销售市场分析

5.1.4 华东区域销售发展趋势分析

5.2 华北区域产销情况分析

- 5.2.1 2016-2019年华北区域产量分析
- 5.2.2 2016-2019年华北区域市场销售规模分析
- 5.2.3 华北区域重点销售市场分析
- 5.2.4 华北区域销售发展趋势分析
- 5.3 中南区域产销情况分析
- 5.3.1 2016-2019年中南区域产量分析
- 5.3.2 2016-2019年中南区域市场销售规模分析
- 5.3.3 中南区域重点销售市场分析
- 5.3.4 中南区域销售发展趋势分析
- 5.4 东北区域产销情况分析
- 5.4.1 2016-2019年东北区域产量分析
- 5.4.2 2016-2019年东北区域市场销售规模分析
- 5.4.3 东北区域重点销售市场分析
- 5.4.4 东北区域销售发展趋势分析
- 5.5 西南区域产销情况分析
- 5.5.1 2016-2019年西南区域产量分析
- 5.5.2 2016-2019年西南区域市场销售规模分析
- 5.5.3 西南区域重点销售市场分析
- 5.5.4 西南区域销售发展趋势分析
- 5.6 西北区域产销情况分析
- 5.6.1 2016-2019年西北区域产量分析
- 5.6.2 2016-2019年西北区域市场销售规模分析
- 5.6.3 西北区域重点销售市场分析
- 5.6.4 西北区域销售发展趋势分析

第六章 中国食品添加剂行业运行指标分析及预测

- 6.1 中国食品添加剂行业企业数量分析
- 6.1.1 2016-2019年中国食品添加剂行业企业数量情况
- 6.1.2 2016-2019年中国食品添加剂行业企业竞争结构
- 6.2 2016-2019年中国食品添加剂行业财务指标总体分析
- 6.2.1 行业盈利能力分析
- 6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国食品添加剂行业市场规模分析及预测

6.3.1 2016-2019年中国食品添加剂行业市场规模分析

6.3.2 2020-2026年中国食品添加剂行业市场规模预测

6.4 中国食品添加剂行业市场供需分析及预测

6.4.1 中国食品添加剂行业市场供给分析

1、2016-2019年中国食品添加剂行业供给规模分析

2、2020-2026年中国食品添加剂行业供给规模预测

6.4.2 中国食品添加剂行业市场需求分析

1、2016-2019年中国食品添加剂行业需求规模分析

2、2020-2026年中国食品添加剂行业需求规模预测

第七章 2016-2019年中国食品添加剂行业销售渠道及进出口情况分析

7.1 食品添加剂行业销售渠道现状分析

7.2 中国食品添加剂行业经销商及联系方式

7.3 中国食品添加剂行业出厂价、渠道价及终端价分析

7.4 中国食品添加剂行业进出口及贸易情况分析

7.4.1 食品添加剂进口分析

1、食品添加剂进口规模分析

2、食品添加剂进口金额分析

3、食品添加剂进口价格分析

7.4.2 食品添加剂出口分析

1、食品添加剂出口规模分析

2、食品添加剂出口金额分析

3、食品添加剂出口价格分析

7.4.3 食品添加剂行业进出口结构分析

7.4.4 食品添加剂行业进出口发展趋势分析

第八章 中国食品添加剂行业消费市场调查

8.1 食品添加剂市场消费需求分析

8.1.1 食品添加剂市场的消费需求变化

- 8.1.2 食品添加剂行业的需求情况分析
- 8.1.3 食品添加剂品牌市场消费需求分析
- 8.2 食品添加剂消费市场状况分析
 - 8.2.1 食品添加剂行业消费特点
 - 8.2.2 食品添加剂行业消费结构分析
 - 8.2.3 食品添加剂行业消费的市场变化
 - 8.2.4 食品添加剂市场的消费方向
- 8.3 食品添加剂行业产品的品牌市场调查
 - 8.3.1 下游客户对行业品牌认知度宏观调查
 - 8.3.2 下游客户对行业产品的品牌偏好调查
 - 8.3.3 下游客户对行业品牌的首要认知渠道
 - 8.3.4 食品添加剂行业品牌忠诚度调查
 - 8.3.5 下游客户的消费理念调研

第九章 中国食品添加剂行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国食品添加剂行业竞争格局分析
 - 9.1.1 食品添加剂行业区域分布格局
 - 9.1.2 食品添加剂行业企业规模格局
 - 9.1.3 食品添加剂行业企业性质格局
- 9.2 中国食品添加剂行业竞争五力分析
 - 9.2.1 食品添加剂行业上游议价能力
 - 9.2.2 食品添加剂行业下游议价能力
 - 9.2.3 食品添加剂行业新进入者威胁
 - 9.2.4 食品添加剂行业替代产品威胁
 - 9.2.5 食品添加剂行业现有企业竞争
- 9.3 中国食品添加剂行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 食品添加剂行业优势分析（S）
 - 9.3.2 食品添加剂行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 食品添加剂行业机会分析（O）
 - 9.3.4 食品添加剂行业威胁分析（T）
- 9.4 中国食品添加剂行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

第十章 中国食品添加剂行业领先企业竞争力分析

10.1 晨光生物科技集团股份有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

10.2 保龄宝生物股份有限公司竞争力分析

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 山东龙力生物科技股份有限公司竞争力分析

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 江门量子高科生化工程有限公司竞争力分析

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 安琪酵母股份有限公司竞争力分析

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 莲花健康产业集团股份有限公司竞争力分析

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

10.7 爱普香料集团股份有限公司竞争力分析

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业发展战略分析

10.8 千禾味业食品股份有限公司竞争力分析

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业发展战略分析

10.9 浙江新和成股份有限公司竞争力分析

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业发展战略分析

10.10 厦门金达威集团股份有限公司竞争力分析

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2020-2026年中国食品添加剂行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2020-2026年中国食品添加剂行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国食品添加剂行业市场空间分析

11.1.2 中国食品添加剂行业竞争格局变化

11.1.3 中国食品添加剂行业互联网+前景

11.2 2020-2026年中国食品添加剂行业发展趋势分析

11.2.1 中国食品添加剂行业品牌格局趋势

11.2.2 中国食品添加剂行业渠道分布趋势

11.2.3 中国食品添加剂行业市场趋势分析

11.3 2020-2026年中国食品添加剂行业投资机会与建议

11.3.1 中国食品添加剂行业投资前景展望

11.3.2 中国食品添加剂行业投资机会分析

11.3.3 中国食品添加剂行业投资建议

第十二章 2020-2026年中国食品添加剂行业投资分析与风险规避

12.1 中国食品添加剂行业关键成功要素分析

12.2 中国食品添加剂行业投资壁垒分析

12.3 中国食品添加剂行业投资风险与规避

12.3.1 宏观经济风险与规避

12.3.2 行业政策风险与规避

12.3.3 上游市场风险与规避

12.3.4 市场竞争风险与规避

12.3.5 技术风险分析与规避

12.3.6 下游需求风险与规避

12.4 中国食品添加剂行业融资渠道与策略

12.4.1 食品添加剂行业融资渠道分析

12.4.2 食品添加剂行业融资策略分析

第十三章 2020-2026年中国食品添加剂行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1 国外食品添加剂行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外食品添加剂行业成长情况调查

13.1.2 经营模式借鉴

13.1.3 国外投资新趋势动向

13.2 中国食品添加剂行业商业模式探讨

13.2.1 行业主要商业模式

13.2.2 行业商业模式创新分析

13.3 中国食品添加剂行业投资发展战略规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：食品添加剂产品图片

图表：食品添加剂行业生命周期

图表：食品添加剂产品技术参数

图表：食品添加剂产品分类

图表：食品添加剂行业产业链分析

图表：2019年中国不同种类食品添加剂销量市场份额

图表：食品添加剂应用领域

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国2019年不同应用食品添加剂销量市场份额

图表：食品添加剂生产物料清单

图表：中国食品添加剂劳动力成本分析

图表：中国食品添加剂物料清单价格分析

图表：中国食品添加剂设备折旧成本分析

图表：中国食品添加剂生产工艺流程图

图表：中国2016-2019年食品添加剂价格（万元/公吨）

图表：中国2016-2019年食品添加剂成本（万元/公吨）

图表：中国2016-2019年食品添加剂毛利分析

图表：中国2019年主要企业食品添加剂产能（公吨）及投产时间

图表：2016-2019年食品添加剂行业市场规模分析

图表：2020-2026年食品添加剂行业市场规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/161525.html>