

2011-2015年中国食品添加剂市场监测与前景预测 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2011-2015年中国食品添加剂市场监测与前景预测研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/101410.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

食品添加剂是指用于改善食品品质、延长食品保存期、便于食品加工和增加食品营养成分的一类化学合成或天然物质。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化学物质或者天然物质。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。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国食品添加剂市场监测与前景预测研究报告》共十二章。首先介绍了食品添加剂相关概述、中国食品添加剂行业市场运行环境等，接着分析了中国食品添加剂产业运行的现状，然后介绍了中国食品添加剂行业竞争格局。随后，报告对中国食品添加剂行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国食品添加剂行业发展前景与投资预测。您若想对食品添加剂产业有个系统的了解或者想投资食品添加剂行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 食品添加剂相关概述

第一节 食品添加剂基础概述

- 一、食品添加剂的作用
- 二、使用食品添加剂的必要性
- 三、食品添加剂的安全用量

第二节 食品添加剂应用分析

- 一、食品添加剂使用中存在的问题
- 二、选用添加剂应注意事项

第三节 绿色食品添加剂阐述

第二章 2011年世界食品添加剂行业发展概况分析

第一节 2011年世界食品加工业运行总况

- 一、全球有机食品消费集中在发达
- 二、世界食品消费注重健康和方便
- 三、全球营养保健食品市场快速增长
- 四、世界各国掀起功能食品革命
- 五、世界食品价格上涨带来的影响
- 六、国家多项因素推动世界食品价格大幅上涨

第二节 2011年世界食品添加剂产业综述

- 一、世界各国研制成功的新型“食品添加剂”
- 二、世界食品添加剂市场现状
- 三、食品添加剂世界贸易状况
- 四、世界食品添加剂技术动态
- 五、世界主要国家食品添加剂法律管理现状
- 第三节 2011年世界主要国家地区食品添加剂运行分析
 - 一、美国
 - 二、日本
 - 三、欧盟
- 第四节 2011-2015年世界食品添加剂呈现三大趋势分析
- 第三章 2011年中国食品添加剂行业市场运行环境分析
 - 第一节 2010年中国宏观经济环境分析
 - 一、GDP历史变动轨迹分析
 - 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
 - 三、2011年中国宏观经济发展预测分析
 - 第二节 2011年中国食品添加剂行业政策环境分析
 - 一、《中华人民共和国食品卫生法》
 - 二、《食品添加剂卫生管理办法》
 - 三、《食品营养强化剂卫生管理办法》
 - 第三节 2011年中国食品添加剂行业技术环境分析
 - 一、中国首个智能多功能酶研制成功
 - 二、葡萄酒中添加剂的使用技巧
 - 三、绿色食品中食品添加剂的应用技术
 - 第四节 2011年中国食品添加剂行业社会环境分析
- 第四章 2011年中国食品加工行业整体运行状况分析
 - 第一节 2011年中国食品加工行业综述
 - 一、国内食品工业发展特点分析
 - 二、中国食品产业发展面临新形势
 - 三、我国食品工业形成完整产业链
 - 四、我国食品工业区域结构得到改善
 - 第二节 2011年中国食品行业深度剖析
 - 一、2011年国内食品行业重大事件点评
 - 二、我国食品工业产销持续增长
 - 三、近三年中国食品工业经济指标分析
 - 第三节 2011年中国食品安全问题探讨

- 一、加强中国食品安全的重要性
- 二、食品安全管理升级
- 三、食品安全法的出台对食品消费市场的影响
- 四、政府管制食品质量安全的缺陷
- 五、中国食品安全体系的构建
- 第四节 金融危机对食品行业的影响及应对措施
 - 一、国际经济急转直下影响中国食品市场
 - 二、信任危机加剧金融危机对食品行业的冲击
 - 三、金融危机对食品加工企业的影响及发展建议
 - 四、金融危机下食品行业需要解决的主要问题
 - 五、食品行业必须立足食品安全同时创新营销手段
- 第五节 2011年中国食品行业发展思路
 - 一、食品工业发展的建议
 - 二、食品行业发展的政策措施
 - 三、食品工业发展基本思路与方向
 - 四、中国食品工业的发展战略分析
 - 五、中小食品企业经营创新思路
- 第五章 2011年中国食品添加剂产业运行态势分析
 - 第一节 2011年中国食品添加剂行业动态分析
 - 一、食品添加剂监管有空白
 - 二、济宁耐特推出速冻领域香精新品
 - 三、新型发酵风味剂悄然流行
 - 四、食品添加剂用量中国比国外低
 - 第二节 2011年中国食品添加剂市场分析
 - 一、中国食品添加剂市场规模分析
 - 二、中国食品添加剂行业发展特点
 - 三、中国食品添加剂行业技术进步迅速
 - 四、中国食品添加剂用户需求分析
 - 五、食品添加剂用户信息获取渠道及采购周期
 - 第三节 2011年中国主要地区食品添加剂发展
 - 一、浙江食品添加剂行业发展特点分析
 - 二、上海食品添加剂产业概述
 - 三、江西食品添加剂行业发展迅速
 - 四、烟台食品添加剂行业违规现象严重
 - 第四节 2011年中国食品添加剂行业存在的问题

- 一、产品品种少、数量少，
- 二、资金不足、技术落后
- 三、缺少创新、仿制为主
- 四、标准缺陷形成监管漏洞和误区、
- 五、添加剂安全问题严重

第六章 2008-2010年中国食品及饲料添加剂制造行业数据监测分析

第一节 2008-2010年中国食品及饲料添加剂制造行业总体数据分析

- 一、2008年中国食品及饲料添加剂制造行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国食品及饲料添加剂制造行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国食品及饲料添加剂制造行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国食品及饲料添加剂制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2008年中国食品及饲料添加剂制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2009年中国食品及饲料添加剂制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2010年中国食品及饲料添加剂制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国食品及饲料添加剂制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2008年中国食品及饲料添加剂制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2009年中国食品及饲料添加剂制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2010年中国食品及饲料添加剂制造行业不同所有制企业数据分析

第七章 2011年中国食品添加剂行业细分主要产品分析

第一节 食用色素

- 一、天然食用色素植物资源及特性介绍
- 二、中国食用色素行业发展进入关键期
- 三、食用着色剂在饮料生产中的应用
- 四、阻碍中国食用合成色素发展的三大难题
- 五、品牌和品质是食用合成色素发展的关键
- 六、未来食用色素发展前景及趋势

第二节 香精香料

- 一、食用高冲击性香料阐述
- 二、食用香料香精产业概况
- 三、食用香精香料市场竞争格局分析
- 四、食用咸味香精香料行业经营状况
- 五、中国香精香料行业地区现状分析
 - 1、浙江食用香精香料行业业绩良好
 - 2、江苏食用香精香料监管上的难题
 - 3、海南香精香料行业发展现状

4、江苏省昆山香精香料行业的变革

六、2011年中国香精香料技术分析

1、生产香精香料的技术综述

2、调味料香精的技术进展

3、利用真菌生产天然食用香精香料的技术

七、2011年中国香精香料市场的问题及策略

八、香精香料市场的机遇和空间巨大

第三节 防腐剂

一、主要防腐剂类型介绍

二、酚类防腐剂

三、防腐剂的作用机理

四、对食品防腐剂的客观认识和评价

五、复合防腐剂产品的优势

六、食品企业用防腐剂误导消费者

七、食品防腐剂发展方向分析

第四节 酸度调节剂

一、酸度调节剂分类

二、中国柠檬酸市场发展回顾

三、2011年中国苹果酸的应用现状分析

四、2011年中国酸度剂生产技术进展

第五节 营养强化剂

一、营养强化剂概述

二、2011年中国营养强化剂产业的特点

三、食品营养强化剂行业面临的问题

四、中国维生素主要产品发展动向

五、氨基酸在食品营养中的地位和作用

六、中国氨基酸行业面临整合

第八章 2011年中国其他食品添加剂运行态势分析

第一节 甜味剂

一、2011年中国甜味剂市场状况

二、高甜度甜味剂的应用及优势分析

三、木糖成甜味剂行业新宠

四、赤藓糖醇受食品添加剂行业关注

第二节 酵母

一、2011年中国活性干酵母行业总述

二、鲜酵母成烘焙行业中受欢迎度高的原料

三、酵母精在火腿产品中的应用工艺分析

四、国内活性干酵母企业发展策略探析

第三节 乳化剂

一、功能性食品乳化剂的种类分析

二、2011年中国食品乳化剂行业概述

三、冰淇淋用食品乳化剂的简述

四、中国未来食品乳化剂的发展趋势

第四节 增稠剂

一、食品增稠剂基本特性介绍

二、增稠剂在主要食品制作中的用途

三、食用明胶简介及应用分析

四、琼脂简介及在食品中的应用

五、果胶在食品行业中的应用

第九章 2011年中国食品添加剂行业竞争格局分析

第一节 2011年中国食品添加剂行业竞争现状

一、食品添加剂竞争程度

二、食品行业竞争特点

三、影响行业竞争的关键因素

四、国产食品添加剂出口竞争力增强

第二节 2011年中国食品添加剂行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2011年食品添加剂行业竞争力分析

一、食品添加剂竞争现状及特点

二、影响食品添加剂行业竞争因素

第四节 2011-2015年中国食品添加剂行业竞争态势

第十章 2011年中国食品添加剂行业内优势企业竞争力分析

第一节 安琪酵母股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 菱花集团公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 淄博金顺达企业集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 帝斯曼维生素(上海)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 安徽金禾实业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 希杰(聊城)生物科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第七节 山东滨州安琪酵母（滨州）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八节 郑州鸿晟工贸有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第九节 美晨集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十节 淄博中轩生化有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十一章 2011-2015年中国食品添加剂行业发展前景预测分析

第一节 2011-2015年理想的食品防腐剂的特点

- 一、应用广谱性，抑菌，最好有杀灭作用
- 二、对人体安全
- 三、使用量尽量到最少且低浓度下可以抑菌
- 四、对食品不会造成异味的产生和颜色的变化
- 五、来源丰富且价格低廉

第二节 2011-2015年中国食品添加剂行业发展趋势分析

一、食品添加剂的酶制剂的发展趋势

二、天然防腐剂的发展趋势

第三节 2011-2015年中国食品添加剂行业市场预测分析

第四节 2011-2015年中国食品添加剂行业发展策略点评

一、政府应建立食品添加剂安全标识与追溯制度

二、行业积极进行技术的改革和产品创新

三、企业开发符合市场需求的产品

第十二章 2011-2015年中国食品添加剂行业投资战略研究

第一节 2011年中国食品添加剂投资概况

一、食品添加剂行业投资特性

二、食品添加剂具有良好的投资价值

三、食品添加剂投资环境分析

第二节 2011-2015年中国食品添加剂行业投资机会分析

一、功能性食品添加剂的开发热点

二、天然防腐剂具有广阔的应用前景

三、香精香料市场的机遇和空间巨大

四、营养强化剂市场具有发展潜力

第三节 2011-2015年中国食品添加剂行业投资风险分析

一、市场运营机制风险

二、市场竞争风险

三、进退入风险

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：安琪酵母股份有限公司主要经济指标走势图

图表：安琪酵母股份有限公司经营收入走势图

图表：安琪酵母股份有限公司盈利指标走势图

图表：安琪酵母股份有限公司负债情况图

图表：安琪酵母股份有限公司负债指标走势图

图表：安琪酵母股份有限公司运营能力指标走势图

图表：安琪酵母股份有限公司成长能力指标走势图

图表：菱花集团公司主要经济指标走势图

图表：菱花集团公司经营收入走势图

图表：菱花集团公司盈利指标走势图

图表：菱花集团公司负债情况图

图表：菱花集团公司负债指标走势图

图表：菱花集团公司运营能力指标走势图

图表：菱花集团公司成长能力指标走势图

图表：淄博金顺达企业集团有限公司主要经济指标走势图

图表：淄博金顺达企业集团有限公司经营收入走势图

图表：淄博金顺达企业集团有限公司盈利指标走势图

图表：淄博金顺达企业集团有限公司负债情况图

图表：淄博金顺达企业集团有限公司负债指标走势图

图表：淄博金顺达企业集团有限公司运营能力指标走势图

图表：淄博金顺达企业集团有限公司成长能力指标走势图

图表：帝斯曼维生素(上海)有限公司主要经济指标走势图

图表：帝斯曼维生素(上海)有限公司经营收入走势图

图表：帝斯曼维生素(上海)有限公司盈利指标走势图

图表：帝斯曼维生素(上海)有限公司负债情况图

图表：帝斯曼维生素(上海)有限公司负债指标走势图

图表：帝斯曼维生素(上海)有限公司运营能力指标走势图

图表：帝斯曼维生素(上海)有限公司成长能力指标走势图

图表：安徽金禾实业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：安徽金禾实业股份有限公司经营收入走势图

图表：安徽金禾实业股份有限公司盈利指标走势图

图表：安徽金禾实业股份有限公司负债情况图

图表：安徽金禾实业股份有限公司负债指标走势图

图表：安徽金禾实业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：安徽金禾实业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：希杰（聊城）生物科技有限公司主要经济指标走势图

图表：希杰（聊城）生物科技有限公司经营收入走势图

图表：希杰（聊城）生物科技有限公司盈利指标走势图

图表：希杰（聊城）生物科技有限公司负债情况图

图表：希杰（聊城）生物科技有限公司负债指标走势图

图表：希杰（聊城）生物科技有限公司运营能力指标走势图

图表：希杰（聊城）生物科技有限公司成长能力指标走势图

图表：山东滨州安琪酵母（滨州）有限公司主要经济指标走势图

图表：山东滨州安琪酵母（滨州）有限公司经营收入走势图

图表：山东滨州安琪酵母（滨州）有限公司盈利指标走势图

图表：山东滨州安琪酵母（滨州）有限公司负债情况图

图表：山东滨州安琪酵母（滨州）有限公司负债指标走势图

图表：山东滨州安琪酵母（滨州）有限公司运营能力指标走势图

图表：山东滨州安琪酵母（滨州）有限公司成长能力指标走势图

图表：郑州鸿晟工贸有限公司主要经济指标走势图

图表：郑州鸿晟工贸有限公司经营收入走势图

图表：郑州鸿晟工贸有限公司盈利指标走势图

图表：郑州鸿晟工贸有限公司负债情况图

图表：郑州鸿晟工贸有限公司负债指标走势图

图表：郑州鸿晟工贸有限公司运营能力指标走势图

图表：郑州鸿晟工贸有限公司成长能力指标走势图

图表：美晨集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：美晨集团股份有限公司经营收入走势图

图表：美晨集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：美晨集团股份有限公司负债情况图

图表：美晨集团股份有限公司负债指标走势图

图表：美晨集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：美晨集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：淄博中轩生化有限公司主要经济指标走势图

图表：淄博中轩生化有限公司经营收入走势图

图表：淄博中轩生化有限公司盈利指标走势图

图表：淄博中轩生化有限公司负债情况图

图表：淄博中轩生化有限公司负债指标走势图

图表：淄博中轩生化有限公司运营能力指标走势图

图表：淄博中轩生化有限公司成长能力指标走势图

通过《2011-2015年中国食品添加剂市场监测与前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提

供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/101410.html>