

2015-2020年中国食品添加剂市场分析预测及战略 咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国食品添加剂市场分析预测及战略咨询报告》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/162226.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

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、食品添加剂定义及分类
- 二、食品添加剂的作用分析
- 三、使用食品添加剂的必要性
- 四、食品添加剂的安全用量

第二节 食品添加剂应用分析

- 一、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 保健食品添加剂阐述

第四节 绿色食品添加剂阐述

第二章 2013-2014年全球食品添加剂行业发展概况

第一节 2013-2014年世界食品添加剂产业综述

- 一、全球食品添加剂市场形势
- 二、各类食品添加剂市场份额
- 三、世界食品添加剂技术热点
- 四、国外食品添加剂管理概况

第二节 2013-2014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、俄罗斯
- 四、欧盟

第三节 2015-2020年世界食品添加剂行业发展趋势分析

第三章 2013-2014年中国食品添加剂行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 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

第二节 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安全法》

二、《食品添加剂新品种管理办法》

三、《食品营养强化剂使用标准》解读

四、《2013年食品安全重点工作安排》

第三节 中国食品添加剂行业技术环境分析

一、食品工业高新技术发展分析

二、中国首个智能多功能酶研制成功

三、葡萄酒中添加剂的使用分析

四、绿色食品中食品添加剂的应用技术

第四节 中国食品添加剂行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、文化环境分析

三、含添加剂食品众多

四、人们对添加剂认识存在误区

五、中国城镇化进程加快

第四章 2013-2014年中国食品加工行业整体运行状况透析

第一节 2013-2014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、食品工业经济运行情况

四、食品工业产品产量情况

五、我国食品安全形势整体稳中向好

六、农产品加工技术创新体系建设分析

第二节 2013-2014年中国食品安全问题探讨

一、监管权力分配欠合理

二、分段监管弊端较多

三、监管主体权责不对等

四、监管部门被动监管

第三节 2013-2014年中国食品行业发展思路

一、食品工业持续健康发展建议

二、现代食品加工工业体系的构建

三、我国防止食品安全事件的措施

第五章 2013-2014年中国食品添加剂产业运行态势分析

第一节 2013-2014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、国内食用香精香料项目启动

三、食品相关标准清理将基本完成

四、食品添加剂用量中国比国外低

第二节 2013-2014年中国食品添加剂市场分析

一、中国食品添加剂行业发展概况

二、中国食品添加剂市场规模分析

三、中国食品添加剂行业发展特点

四、中国食品添加剂行业技术现状

五、中国食品添加剂用户需求分析

六、食品添加剂用户信息获取渠道及采购周期

第六章 2013-2014年中国食品添加剂行业经济运行分析

第一节 中国食品添加剂行业发展分析

一、中国食品添加剂行业发展概述

二、中国食品添加剂行业发展概述

三、中国食品添加剂行业发展概述

第二节 2013-2014年食品添加剂行业经济运行状况

一、食品添加剂行业企业数量分析

二、食品添加剂行业资产规模分析

三、食品添加剂行业产值规模分析

四、食品添加剂行业销售收入分析

五、食品添加剂行业利润总额分析

第四节 2013-2014年食品添加剂行业运营效益分析

一、食品添加剂行业盈利能力分析

二、食品添加剂行业的毛利率分析

三、食品添加剂行业运营能力分析

四、食品添加剂行业偿债能力分析

五、食品添加剂行业成长能力分析

第五节 2013-2014年食品添加剂行业成本费用分析

一、食品添加剂行业销售成本分析

二、食品添加剂行业销售费用分析

三、食品添加剂行业管理费用分析

四、食品添加剂行业财务费用分析

第七章 2013-2014年中国食品添加剂行业细分主要产品分析

第一节 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、食用香精香料市场格局分析

四、食用咸味香精香料行业现状

五、中国香精香料技术分析

1、香精香料生产技术趋势

2、调味料香精的技术进展

3、真菌生产天然食用香精香料技术

六、香精香料市场发展问题及策略

七、香精香料市场机遇和空间巨大

第二节 食用色素

一、天然食用色素原料资源及其特性

二、天然食用色素市场发展现状分析

三、食用着色剂在饮料生产中的应用

四、中国食用合成色素市场发展阻碍

五、食用合成色素发展关键因素分析

六、未来食用色素发展前景及趋势

第三节 防腐剂

一、主要防腐剂类型介绍

二、防腐剂的作用机理

三、食品防腐剂发展现状

四、食品防腐剂的正确认识

五、复合防腐剂产品的优势

六、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、酸度剂基本介绍

二、酸度调节剂性能及其应用

三、中国柠檬酸市场发展分析

四、中国苹果酸应用现状分析

第五节 营养强化剂

一、营养强化剂概述

二、中国营养强化剂业现状

三、食品营养强化剂行业面临的问题

四、中国维生素产业发展动向分析

五、氨基酸在食品营养中地位及作用

六、中国氨基酸工业发展现状分析

第八章 2013-2014年中国其他食品添加剂运行态势

第一节 甜味剂

- 一、中国甜味剂市场状况
- 二、复合甜味剂发展情况分析
- 三、高倍甜味剂市场发展现状
- 四、甜味剂总体产能规模统计
- 五、高甜度甜味剂的应用及优势
- 六、赤藓糖醇受食品添加剂行业关注

第二节 酵母

- 一、中国酵母产量规模增长分析
- 二、中国活性干酵母行业总述
- 三、鲜酵母成烘焙行业中受欢迎度高
- 四、酵母精在火腿产品中的应用
- 五、国内活性干酵母业发展策略

第三节 乳化剂

- 一、中国食品乳化剂供需平衡分析
- 二、功能性食品乳化剂的种类分析
- 三、中国食品乳化剂行业概述
- 四、冰淇淋用食品乳化剂的简述
- 五、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、增稠剂在食品制作的用途
- 三、食用明胶简介及应用分析
- 四、食用明胶市场需求分析
- 五、琼脂简介及在食品的应用
- 六、果胶在食品行业中的应用

第九章 2013-2014年中国食品添加剂行业竞争格局分析

第一节 2013-2014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、食品添加剂行业竞争特点
- 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 2013-2014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 2015-2020年中国食品添加剂行业竞争态势

第十章 2013-2014年中国食品添加剂行业内优势企业发展分析

第一节 安琪酵母股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第二节 安徽金禾实业股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第三节 保龄宝生物股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第四节 量子高科（中国）生物股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第五节 潜江永安药业股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第六节 浙江新和成股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第七节 星湖生物科技股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第八节 晨光生物科技集团股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第九节 莱茵生物科技股份有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第十节 帝斯曼维生素（上海）有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十一节 菱花集团有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十二节 美晨集团股份有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十三节 山东滨州安琪酵母（滨州）有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十四节 山东金顺达集团有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第节 希杰（聊城）生物科技有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十六节 郑州鸿晟工贸有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十七节 淄博中轩生化有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十一章 2015-2020年中国食品添加剂行业发展前景预测

第一节 2015-2020年中国食品行业趋势前景分析

- 一、食品行业投资利好环境分析
- 二、中国食品行业发展趋势分析
- 三、中国食品消费市场趋势分析
- 四、我国农产品加工业前景乐观

第二节 2015-2020年中国食品添加剂行业发展趋势

- 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
- 三、我国食品添加剂发展方向

第三节 2015-2020年中国食品添加剂行业市场预测分析

- 一、食品添加剂市场规模增长预测
- 二、食品添加剂市场产品产量预测

第四节 2015-2020年中国食品添加剂行业发展策略分析

- 一、设立协调食品添加剂管理机构
- 二、加快推进食品添加剂生产准入制度
- 三、尽快提高执法监管人员的素质和水平

四、增加投入并加大食品添加剂科普宣传力度

五、加大对食品添加剂基础技术研发扶持力度

六、加大对食品添加剂标准制订的投入

七、建立食品安全风险快速评估机制

第十二章 2015-2020年中国食品添加剂行业投资战略研究

第一节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020年中国食品添加剂行业投资风险预警

一、产业政策风险

二、市场竞争风险

三、技术水平风险

四、产品质量风险

第四节 2015-2020年中国食品添加剂行业投资策略及建议

第十三章 食品添加剂企业投融资战略规划分析

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 食品添加剂企业发展战略规划的制定原则

一、科学性

二、实践性

三、前瞻性

四、创新性

五、全面性

六、动态性

第三节 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

第四节 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

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/162226.html>