



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国食品乳化剂市场 调查及未来前景预测研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国食品乳化剂市场调查及未来前景预测研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/192916.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

到目前为止，我国已经批准使用的食品乳化剂有司盘（SPAN）、吐温（TWEEN）类、硬脂酰乳酸钠-钙、硬脂酰乳酸钠、三聚甘油酯、丙二醇脂肪酸酯、蔗糖酯、大豆磷脂、月桂酸单甘油酯等三十多个产品，我国乳化剂产品超过了3万吨，世界食品乳化剂消费量已经超过了40万吨。我国食品乳化剂产品的品种和用量还远远少于国外。开发多种功能的乳化剂新品种，丰富我国食品乳化剂的内在功能应该成为业界开发新产品的理念。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国食品乳化剂市场调查及未来前景预测研究报告》共十四章。首先介绍了中国食品乳化剂行业的概念，接着分析了中国食品乳化剂行业发展环境，然后对中国食品乳化剂行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国食品乳化剂行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国食品乳化剂行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 食品乳化剂产品概述

第一节 食品乳化剂基础阐述

一、食品乳化剂特性

二、乳化剂类型

三、常用食品乳化剂

四、食用乳化剂其他功能

第二节 中国食品乳化剂行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 2011年世界食品乳化剂行业整体运营状况分析

第一节 2011年世界食品乳化剂产业运行环境浅析

- 一、世界经济景气度分析
- 二、世界食品制造业运行现状及影响
- 三、世界食品添加剂运营动态

第二节 2011年世界食品乳化剂行业市场发展格局

- 一、世界食品乳化剂市场特点
- 二、功能性乳化剂在国外应用现状与发展
- 三、国际市场食品乳化剂生产和使用简况

第三节 世界上消费量最大的食品乳化剂市场份额及占比

- 一、脂肪酸甘油酯类（单/双甘酯）
- 二、卵磷脂及其衍生物
- 三、蔗糖脂肪酸酯和脂肪酸山梨糖醇

第四节 2011年世界食品乳化剂主要国家市场分析

- 一、美国食品乳化剂市场分析
- 二、日本食品乳化剂市场分析
- 三、俄罗斯食品乳化剂市场分析
- 四、欧洲食品乳化剂市场分析

第五节 2012-2016年世界食品乳化剂行业发展趋势分析

第三章 2011年中国食品乳化剂产业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 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、2012年中国宏观经济发展预测分析
- 四、中国食品工业在国民经济中的地位分析

第二节 2011年中国食品乳化剂行业政策环境分析

- 一、我国严厉打击食品企业滥用添加剂行为
- 二、我国首部专门规范食品添加剂生产的规定
- 三、食品添加剂使用卫生标准分析
- 四、食品添加剂的使用与安全监管的发展
- 五、食品添加剂生产监督管理规定

六、食品添加剂新品种管理办法

七、食品添加剂推召回制度

第三节 2011年中国食品乳化剂行业技术环境分析

一、功能性食品添加剂的研究现状

二、食品添加剂检验技术

三、乳制品添加剂应用技术现状

四、食品乳化剂的介晶理论及实际应用

第四章 2011年中国食品乳化剂产业运行新形势透析

第一节 2011年中国食品乳化剂动态分析

一、第十五届中国国际食品添加剂和配料展览会分析

二、食品乳化剂新产品聚焦

第二节 2011年中国食品乳化剂产业分析

一、中国食品乳化剂所处发展阶段

二、我国食品乳化剂标准现状

三、中国食品乳化剂企业生存现状

四、国内外典型食品乳化剂企业的知识产权状况分析

第三节 2011年中国食品乳化剂产业发展面临的壁垒

第五章 2007-2011年中国食品乳化剂制造行业数据监测分析

第一节 2007-2011年中国食品乳化剂制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2011年三季度中国食品乳化剂制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2007-2011年中国食品乳化剂制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2007-2011年中国食品乳化剂制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2007-2011年中国食品乳化剂制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2011年中国食品乳化剂市场运营态势分析

第一节 2011年中国食品乳化剂供应情况

一、中国食品乳化剂品种增长情况

二、中国食品乳化剂产量及增长情况分析

二、中国食品乳化剂生产技术与装备对产能的影响

第二节 2011年中国食品乳化剂市场需求消费分析

一、中国食品乳化剂市场规模分析

二、中国食品乳化剂需求消费结构

三、中国食品乳化剂销售情况分析

第三节 2011年中国食品乳化剂细分市场分析

一、食品乳化剂在冰淇淋中的应用

二、食品乳化剂在肉制品中的应用

三、食品乳化剂在面包生产中的应用

四、食品乳化剂在饮料中的应用

五、食品乳化剂在粉末油脂中的应用

第四节 2011年中国食品乳化剂价格走势分析

一、中国食品乳化剂价格波动情况

二、中国食品乳化剂价格影响因素

第七章 2011年中国食品乳化剂产品深度剖析

第一节 传统产品

一、单甘酯单甘酯

二、大豆磷脂(卵磷脂) 卵磷脂

三、蔗糖脂肪酸酯

四、醇单硬脂酸酯

五、硬脂酰乳酸钠(SSL)和硬脂酰乳酸钙

第二节 新型食品乳化剂——乙氧基化甘油单癸酸酯

第八章 2011年中国食品乳化剂市场竞争新格局分析

第一节 2011年中国食品乳化剂竞争总况

一、食品乳化剂竞争环境

二、食品乳化剂竞争程度

三、食品乳化剂市场竞争力分析

第二节 2011年中国食品乳化剂行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业集中度分析

第三节 2012-2016年中国食品乳化剂竞争趋势分析

第九章 2011年中国食品乳化剂主要生产厂商运营财务状况分析（企业可自选）

第一节 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

第二节 广州品秀精细化工有限公司

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

第三节 东莞新宝精化有限公司

- 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
- 第四节 河南正通化工有限公司

- 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 略……

第十章 2011年中国食品工业运行态势及影响分析

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
- 四、中国食品工业部分产品产量分析

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

第十一章 2011年中国食品添加剂产业运行透析

第一节 2011年中国食品添加剂产业概况

- 一、中国食品添加剂进入高速发展阶段，
- 二、中国食品添加剂产业标准化、产业化进程
- 三、中国食品添加剂生产状况简析
- 四、中国食品添加剂行业发展变化分析
- 五、中国食品添加剂产业快速发展的原因
- 六、食品添加剂生产主要依靠发酵工程技术
- 七、中国复合食品添加剂发展分析

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、产品创新
- 二、资金、技术问题
- 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

第十二章 2012-2016年中国食品乳化剂产业前景展望与趋势预测

第一节 2012-2016年中国食品添加剂产业前景预测

- 一、世界食品添加剂市场发展方向
- 二、我国食品添加剂开发国际市场的前景分析
- 三、食品添加剂行业未来前景看好
- 四、我国食品添加剂未来发展重点

第二节 2012-2016年中国食品乳化剂新趋势探析

- 一、食品乳化剂新产品的开发趋势
- 二、食品乳化剂应用趋势

第三节 2012-2016年中国食品乳化剂市场前景预测

- 一、食品乳化剂市场规模预测
- 二、食品乳化剂市场供需预测分析
- 三、食品乳化剂市场盈利预测分析

第十三章 2012-2016年中国食品乳化剂投资商机与风险预警

第一节 2011年中国食品乳化剂投资概况

- 一、食品乳化剂投资环境
- 二、乳化剂应用技术的进步推动食品产业的发展
- 三、食品添加剂应用技术的进步推动了食品添加剂行业的发展

第二节 2012-2016年中国食品乳化剂投资热点研究

- 一、功能性乳化剂
- 二、天然的食品乳化剂
- 三、新型食品乳化剂

第三节 2012-2016年中国食品乳化剂投资可行性分析

- 一、食品乳化剂对食品安全的影响
- 二、食品乳化剂行业抗风险能力分析

第十四章 2012-2016年中国食品乳化剂行业投资战略研究

第一节 食品乳化剂行业发展战略研究

- 一、技术开发战略

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

六、企业信息化战略规划

第二节 对我国食品乳化剂品牌的战略思考

一、品牌的基本含义

二、品牌战略在企业发展中的重要性

三、食品乳化剂品牌的特性和作用

四、食品乳化剂品牌的价值战略

五、我国食品乳化剂品牌竞争趋势

六、食品乳化剂企业品牌发展战略

七、食品乳化剂行业品牌竞争策略

第三节 食品乳化剂行业投资战略研究

一、提高中国食品乳化剂企业核心竞争力的对策

二、影响中国食品乳化剂企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高中国食品乳化剂企业竞争力的策略

图表目录：（部分）

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年年末国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2007-2011年我国食品乳化剂制造行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2011年我国食品乳化剂制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2011年我国食品乳化剂制造行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2011年我国食品乳化剂制造行业资产规模增长趋势图

图表：2011年三季度我国食品乳化剂制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2011年三季度我国食品乳化剂制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2011年三季度我国食品乳化剂制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2011年三季度我国食品乳化剂制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2011年我国食品乳化剂制造行业产成品增长趋势图

图表：2007-2011年我国食品乳化剂制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2011年我国食品乳化剂制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2011年我国食品乳化剂制造行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2011年我国食品乳化剂制造行业费用使用统计图

图表：2007-2011年我国食品乳化剂制造行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2011年我国食品乳化剂制造行业主要盈利指标增长趋势图

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：广州品秀精细化工有限公司主要经济指标走势图

图表：广州品秀精细化工有限公司经营收入走势图

图表：广州品秀精细化工有限公司盈利指标走势图

图表：广州品秀精细化工有限公司负债情况图

图表：广州品秀精细化工有限公司负债指标走势图

图表：广州品秀精细化工有限公司运营能力指标走势图

图表：广州品秀精细化工有限公司成长能力指标走势图

图表：东莞新宝精化有限公司主要经济指标走势图

图表：东莞新宝精化有限公司经营收入走势图

图表：东莞新宝精化有限公司盈利指标走势图

图表：东莞新宝精化有限公司负债情况图

图表：东莞新宝精化有限公司负债指标走势图

图表：东莞新宝精化有限公司运营能力指标走势图

图表：东莞新宝精化有限公司成长能力指标走势图

图表：河南正通化工有限公司主要经济指标走势图

图表：河南正通化工有限公司经营收入走势图

图表：河南正通化工有限公司盈利指标走势图

图表：河南正通化工有限公司负债情况图

图表：河南正通化工有限公司负债指标走势图

图表：河南正通化工有限公司运营能力指标走势图

图表：河南正通化工有限公司成长能力指标走势图

图表：略……

更多图表见报告正文

通过《2012-2016年中国食品乳化剂市场调查及未来前景预测研究报告》，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.icandata.com/view/192916.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。