



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国黄原胶行业市场 前景分析及深度研究咨询报告

一、调研说明

《2010-2015年中国黄原胶行业市场前景分析及深度研究咨询报告》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/163324.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

→内容简介

黄原胶，它是以碳水化合物为主要原料，用野油菜黄单胞杆菌，经微生物有氧发酵制取的胞外多糖，其水溶液具有独特的流变特性——“剪切稀化”，剪切速率增加，溶液的表观粘度明显下降；剪切速率减小，表观粘度恢复原状，是一种典型的假塑性流体。1961年美国Kelco公司首先采用野油菜黄单胞杆菌NRRLB-1459开始黄原胶的半工业化生产。其产品主要用于油田的钻井泥浆配制及采油工艺过程。1963年正式工业化生产。1969年食品与药物管理局（FDA）批准黄原胶作为食品添加剂，其后欧洲各国相继批准黄原胶在食品工业中的应用。1975年黄原胶载入美国药典，并公布了质量标准。1983年联合国世界卫生组织（WHO）和粮农组织（FAO）也批准黄原胶作为食品工业稳定剂、乳化剂、增稠剂。我国黄原胶研究起步于20世纪70年代末，1988年8月卫生部批准了食品级黄原胶的卫生标准，并被列入食品添加剂名单。目前，国内大约有45%的黄原胶用于食品加工，40%用于石油工业，15%用于农药、饲料、日化、环保等行业。我国黄原胶50%以上用于出口，国际市场非常广阔，国内市场潜力很大。

黄原胶是人类研究最深、商业化应用程度最高的微生物胞外多糖。由于其独特的剪切稀释性质，良好的增稠性，理想的乳化稳定性，对酸、碱、热、反复冻融的高度稳定性以及对人体的完全无毒害等许多优良的特性，而在食品、石油、医药、日用化工等十几个领域有着极其广泛的应用。超乎寻常的稳定性极大地扩展了黄原胶的应用范围，但同时也引起了一些应用问题。我国黄原胶研究起步晚，但发展迅速。我国黄原胶行业在高速发展同时也受到自身条件的制约。我国黄原胶企业技术不过关，资金缺乏，生产人员素质低，直接影响着我国黄原胶的产品质量与色泽；食品级黄原胶的成本较高，降低成本的关键因素是降低发酵过程中的染菌率，降低电能的消耗，降低乙醇的损失，食品级黄原胶的成本直接影响着食品生产企业的使用；而工业级黄原胶的产品附加值较低，与其它化学助剂相比，价格又偏高，造成我国工业级产品较少企业生产，限制了其在非食品工业的发展。这些因素，阻碍了我国黄原胶行业的发展。

本调查报告由艾凯数据研究中心撰写发布，依据市场调查资料、行业统计数据、国内外企业访谈结果、科研院所技术进展、业内专业期刊杂志、艾凯数据研究中心产业数据库等多方面情报数据撰写而成。通过本报告您可以清晰把握产业全景式发展脉络，从宏观国际经济环境、中观产业环境到微观企业内部环境三个层面对其内在传导机制做出科学判断。作为从事中国黄原胶行业人士的参考资料，深信本调查报告能在您制订经营战略时发挥一臂之力。以下为《2010-2015年中国黄原胶行业市场前景分析及深度研究咨询报告》行业研究报告的内容简介：

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展概况

第一章 黄原胶概述 1

第一节 黄原胶定义 1

一、黄原胶定义 1

二、黄原胶研究历史 1

第二节 黄原胶性质 3

一、黄原胶的特性 3

二、黄原胶分子结构 5

三、黄原胶的理化性质 6

第三节 黄原胶用途 7

一、黄原胶用途 7

二、增稠剂特点 8

三、黄原胶应用添加量 9

第二章 黄原胶生产技术现状及未来发展趋势 11

第一节 黄原胶主要生产方法 11

一、黄原胶生产 11

二、黄原胶提取 15

三、工业级黄原胶的生产 15

四、食品级黄原胶的生产 16

第二节 黄原胶生产技术现状 16

一、生产原料应用技术 16

二、黄原胶提纯技术 18

三、黄原胶生产过程 22

第三节 质量指标情况 25

一、黄原胶国家标准 25

二、黄原胶世界标准 26

第四节 最新技术进展及趋势研究 27

一、黄原胶最新技术 27

二、基因工程技术 32

第三章 我国黄原胶生产现状分析 35

第一节 黄原胶行业总体规模 35

一、黄原胶国内外发展现状 35

二、国外生产状况 35

三、国内生产状况 36

第二节 黄原胶产能概况 37

一、黄原胶生产工业发展 37

二、2006-2009年产能分析 38

三、2010-2015年产能预测 38

第三节 黄原胶产量概况 38

一、全球黄原胶生产量历史比较 38

二、国内黄原胶生产发展 38

三、2010-2013年产量预测 39

第四节 黄原胶产业的生命周期分析 39

一、黄原胶的发展轨迹 39

二、黄原胶发展阶段 39

第二部分 行业市场发展状况

第四章 我国黄原胶市场供需分析 41

第一节 黄原胶市场供给分析 41

一、黄原胶历史供给总量指标综述 41

二、影响黄原胶供给的主要因素 41

三、2006-2009年供给量分析 41

四、黄原胶供给总量预测 41

第二节 黄原胶需求量分析 42

一、我国黄原胶总体需求状况分析 42

二、我国黄原胶消费者购买行为的主要影响因素 42

三、当前中国黄原胶需求存在的主要问题 43

第三节 黄原胶需求特点分析 44

第四节 黄原胶消费量与实际需求量关系分析 44

第五节 2010-2015年黄原胶需求量预测 44

第五章 我国黄原胶产品价格分析 45

第一节 中国黄原胶历年价格回顾 45

第二节 中国黄原胶当前市场价格 46

一、产品当前价格分析 46

二、产品未来价格预测 46

第三节 我国黄原胶价格影响因素分析 46

一、全球金融危机影响 46

二、人民币汇率变化影响 49

三、国家政策对价格影响 59

四、生产成本的影响 60

五、我国黄原胶的发展制约的因素 65

第六章 我国黄原胶进出口分析 67

第一节 黄原胶近年进出口概况 67

第二节 分国别进出口概况 67

第三节 我国黄原胶行业历史进出口总量变化 67

第四节 我国黄原胶行业历史进出口结构变化 69

一、黄原胶行业进口来源情况分析 69

二、黄原胶行业出口去向分析 69

第五节 我国黄原胶行业进出口态势展望 69

一、我国黄原胶进出口的主要影响因素分析 69

二、我国黄原胶行业进口态势展望 70

三、我国黄原胶行业出口态势展望 70

第七章 黄原胶产品市场渠道分析 71

第一节 渠道对黄原胶产品行业的重要性 71

第二节 黄原胶国内营销模式分析 73

第三节 销售渠道形式分析 75

第四节 黄原胶重点销售区域分析 80

- 第五节 黄原胶国内分销商形态分析 80
- 第六节 对竞争对手渠道策略的研究 81
- 第七节 黄原胶行业营销渠道优劣比较分析 82
- 第八节 黄原胶行业国际化营销模式分析 85

第三部分 行业应用及上下游行业分析

第八章 黄原胶主要应用领域 93

第一节 国内主要应用领域 93

第一节 石油开采行业 93

- 一、采油技术分析 93
 - 二、微生物采油技术 94
 - 三、黄原胶在石油开采中应用 100
 - 四、采油使用黄原胶必要性 101
 - 五、黄原胶使用产生问题分析 102
- ##### 第二节 食品加工行业 103
- 一、黄原胶在食品加工中的应用 103
 - 二、黄原胶在食品中的增效作用 106
 - 三、黄原胶的免疫学性能 108
 - 四、在食品制造中的主要微生物及其应用 108
 - 五、食品添加剂市场发展 120
 - 六、我国食品胶生产应用的重要方向 122

第三节 其他行业中的应用 125

- 一、黄原胶在药用辅料的开发应用 125
- 二、多糖涂膜保鲜果蔬中的应用 126
- 三、纺织品的印染方面应用 135
- 四、陶瓷和搪瓷方面应用 135
- 五、清洁剂中应用 135
- 六、浆状炸药中应用 136

第四节 黄原胶消费比例 136

- 一、各行业黄原胶消费比例 136
- 二、国外黄原胶的研制及应用 136

第九章 黄原胶产品用户分析 145

第一节 用户认知程度 145

第二节 用户关注的因素 145

- 一、用户对黄原胶产品不同功能各有需求 145
- 二、用户普遍关注黄原胶产品质量 145
- 三、价格与用户心理预期已比较接近 146
- 四、产品设计与用户使用习惯 146

第十章 黄原胶行业产品上下游分析 147

第一节 上游行业市场运行情况回顾 147

- 一、煤炭市场分析 147
- 二、白糖市场分析 148
- 三、淀粉市场分析 156

第二节 上游行业市场运行情况展望 157

- 一、煤炭行业发展趋势 157
- 二、淀粉市场发展趋势 158
- 三、白糖市场发展趋势 161

第三节 消费市场（下游市场分析） 165

- 一、消费市场现状分析 165
- 二、国内外产品应用最新研究成果概述 186
- 三、2010-2015年国内外产品消费情况预测 188

第四部分 行业竞争分析

第十一章 黄原胶行业市场竞争策略分析 191

第一节 行业竞争结构分析 191

- 一、现有企业间竞争 191
- 二、潜在进入者分析 191
- 三、替代品威胁分析 191
- 四、同类产品比较分析 199
- 五、国内外黄原胶品质差距 200

第二节 黄原胶市场竞争策略分析 201

- 一、黄原胶市场增长潜力分析 201

二、黄原胶产品竞争策略分析	201
第三节 黄原胶企业竞争策略分析	205
一、2010-2015年我国黄原胶市场竞争趋势	205
二、2010-2015年黄原胶行业竞争格局展望	205
三、2010-2015年黄原胶行业竞争策略分析	205
第十二章 黄原胶国内重点生产厂家分析	210
第一节 阜丰集团	210
一、公司简介	210
二、阜丰集团欲洗牌黄原胶市场	212
三、2009年企业经营分析	214
四、2010年企业生产分析	215
五、阜丰集团的竞争策略	215
第二节 淄博中轩生化有限公司	217
一、公司简介	217
二、企业发展分析	217
三、淄博中轩黄原胶介绍	218
第三节 罗纳-普朗克公司	219
一、公司简介	219
二、公司经营状况	220
三、公司经营战略	222
四、公司科研情况	223
第四节 斯比凯克公司	224
一、公司简介	224
二、公司产品	225
第五节 山东金顺达集团公司	225
一、公司简介	225
二、经营业务	226
三、公司竞争力	226
第六节 河北新河生物化工有限公司	226
第七节 山东金色阳光生物工程有限公司	227
第八节 淄博嘉吉黄河龙生物工程有限公司	227

第九节 斯比凯可(山东)生物制品有限公司 227

一、公司简介 227

二、经营产品 228

第十节 山东阜丰发酵有限公司 228

第五部分 行业发展趋势及投资形势分析

第十三章 2010-2015年黄原胶行业发展前景预测 231

第一节 当前黄原胶存在的问题 231

一、黄原胶产业化过程中问题分析 231

二、黄原胶产业主要问题分析 236

第二节 黄原胶未来发展预测分析 238

一、黄原胶发展前景分析 238

二、2010-2015年中国黄原胶行业发展规模 239

三、2010-2015年中国黄原胶行业发展趋势预测 239

第十四章 黄原胶行业投资风险分析及建议 240

第一节 黄原胶投资环境分析 240

一、2009-2010年我国经济形势分析 240

二、社会发展环境分析 258

三、行业发展环境分析 281

四、行业产业政策分析 284

五、黄原胶在食品中残留量标准 286

六、行业新标准分析 286

第二节 中国黄原胶行业投资风险分析 291

一、市场竞争风险 291

二、技术风险分析 291

三、政策和体制风险 292

四、原材料供应风险 292

五、2010-2015年投资趋势及其影响预测 292

六、外资进入现状及对未来市场的威胁 292

第三节 黄原胶行业企业经营发展分析及建议 296

一、行业企业发展现状及存在问题 296

二、行业企业应对策略 297

图表目录

- 图表：黄原胶应用添加量 9
- 图表：钙盐沉淀法生产流程 15
- 图表：不同预处理方法对黄原胶的质量的影响 19
- 图表：不同预处理方法对黄原胶的收效的影响 19
- 图表：黄原胶发酵液稀释倍数对黄原胶收率的影响 19
- 图表：硅藻土用量对黄原胶收率的影响 20
- 图表：黄原胶完全沉淀所需不同醇类用量 21
- 图表：不同pH对黄原胶醇析的影响 21
- 图表：95%工业乙醇用量对黄原胶醇析的影响 21
- 图表：不同初始氮源浓度下的细胞生长及黄原胶合成曲线 23
- 图表：不同氮源浓度下的氧消耗速率(OuR)与黄原胶合成速率(R)曲线 24
- 图表：黄原胶理化指标 26
- 图表：世界粮农组织与世界卫生组织黄原胶质量指标 26
- 图表：黄原胶成品指标 26
- 图表：2005年黄原胶市场平均价格 45
- 图表：2006年黄原胶市场平均价格 45
- 图表：2007年黄原胶市场平均价格 45
- 图表：2008年黄原胶市场平均价格 45
- 图表：2009年黄原胶市场平均价格 45
- 图表：2009年人民币汇率变化情况 49
- 图表：2010年上半年人民币兑美元汇率走势 52
- 图表：2010年上半年人民币兑欧元汇率走势 53
- 图表：2010年上半年人民币兑日元汇率走势 53
- 图表：2010年上半年人民币兑英镑汇率走势 54
- 图表：2005-2010年人民币汇率中间价（对美元） 54
- 图表：2005-2010年人民币汇率中间价（对欧元） 55
- 图表：2005-2010年人民币汇率中间价（对日元） 55
- 图表：2005-2010年人民币汇率中间价（对英镑） 56
- 图表：2009年1月煤炭出厂价格指数 61

图表：2009年2月煤炭出厂价格指数 62

图表：2009年3月煤炭出厂价格指数 62

图表：2009年4月煤炭出厂价格指数 62

图表：2009年5月煤炭出厂价格指数 62

图表：2009年6月煤炭出厂价格指数 62

图表：2009年7月煤炭出厂价格指数 63

图表：2009年8月煤炭出厂价格指数 63

图表：2009年9月煤炭出厂价格指数 63

图表：2009年10月煤炭出厂价格指数 63

图表：2009年11月煤炭出厂价格指数 63

图表：2009年12月煤炭出厂价格指数 64

图表：2010年1月煤炭出厂价格指数 64

图表：2010年2月煤炭出厂价格指数 64

图表：2010年3月煤炭出厂价格指数 64

图表：2010年4月煤炭出厂价格指数 64

图表：2010年5月煤炭出厂价格指数 65

图表：2010年6月煤炭出厂价格指数 65

图表：2010年7月煤炭出厂价格指数 65

图表：2010年8月煤炭出厂价格指数 65

图表：2002黄原胶进出口总量 67

图表：2003黄原胶进出口总量 67

图表：2004黄原胶进出口总量 68

图表：2005黄原胶进出口总量 68

图表：2006黄原胶进出口总量 68

图表：2007黄原胶进出口总量 68

图表：2008黄原胶进出口总量 68

图表：2009黄原胶进出口总量 68

图表：黄原胶对小白鼠IgM - PFC/脾的影响 108

图表：2009-2010年全国食品加工企业数量 169

图表：2009-2010年北京食品加工企业数量 169

图表：2009-2010年天津食品加工企业数量 169

图表：2009-2010年河北食品加工企业数量 169

图表：2009-2010年山西食品加工企业数量 169
图表：2009-2010年内蒙古食品加工企业数量 169
图表：2009-2010年辽宁食品加工企业数量 170
图表：2009-2010年吉林食品加工企业数量 170
图表：2009-2010年黑龙江食品加工企业数量 170
图表：2009-2010年上海食品加工企业数量 170
图表：2009-2010年江苏食品加工企业数量 170
图表：2009-2010年浙江食品加工企业数量 170
图表：2009-2010年安徽食品加工企业数量 171
图表：2009-2010年福建食品加工企业数量 171
图表：2009-2010年江西食品加工企业数量 171
图表：2009-2010年山东食品加工企业数量 171
图表：2009-2010年河南食品加工企业数量 171
图表：2009-2010年湖北食品加工企业数量 171
图表：2009-2010年湖南食品加工企业数量 172
图表：2009-2010年广东食品加工企业数量 172
图表：2009-2010年广西食品加工企业数量 172
图表：2009-2010年海南食品加工企业数量 172
图表：2009-2010年重庆食品加工企业数量 172
图表：2009-2010年四川食品加工企业数量 172
图表：2009-2010年贵州食品加工企业数量 173
图表：2009-2010年云南食品加工企业数量 173
图表：2009-2010年西藏食品加工企业数量 173
图表：2009-2010年陕西食品加工企业数量 173
图表：2009-2010年甘肃食品加工企业数量 173
图表：2009-2010年青海食品加工企业数量 173
图表：2009-2010年宁夏食品加工企业数量 174
图表：2009-2010年新疆食品加工企业数量 174
图表：2009-2010年全国天然石油产量 179
图表：2009-2010年天津天然石油产量 179
图表：2009-2010年河北天然石油产量 179
图表：2009-2010年辽宁天然石油产量 179

图表：2009-2010年吉林天然石油产量 180

图表：2009-2010年黑龙江天然石油产量 180

图表：2009-2010年上海天然石油产量 180

图表：2009-2010年江苏天然石油产量 180

图表：2009-2010年山东天然石油产量 181

图表：2009-2010年河南天然石油产量 181

图表：2009-2010年湖北天然石油产量 181

图表：2009-2010年广东天然石油产量 181

图表：2009-2010年广西天然石油产量 182

图表：2009-2010年海南天然石油产量 182

图表：2009-2010年四川天然石油产量 182

图表：2009-2010年陕西天然石油产量 182

图表：2009-2010年甘肃天然石油产量 183

图表：2009-2010年青海天然石油产量 183

图表：2009-2010年宁夏天然石油产量 183

图表：2009-2010年新疆天然石油产量 183

图表：2009年1月国民经济指标 241

图表：2009年2月国民经济指标 241

图表：2009年3月国民经济指标 242

图表：2009年4月国民经济指标 242

图表：2009年5月国民经济指标 243

图表：2009年6月国民经济指标 243

图表：2009年7月国民经济指标 243

图表：2009年8月国民经济指标 244

图表：2009年9月国民经济指标 244

艾凯数据研究中心发布的《2010-2015年中国黄原胶行业市场前景分析及深度研究咨询报告》，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、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研究分析。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。

图表：2009年10月国民经济指标 244
图表：2009年11月国民经济指标 245
图表：2009年12月国民经济指标 245
图表：2010年1月国民经济指标 253
图表：2010年2月国民经济指标 253
图表：2010年3月国民经济指标 253
图表：2010年4月国民经济指标 254
图表：2010年5月国民经济指标 254
图表：2010年6月国民经济指标 254
图表：黄原胶最大允许使用量最大允许残留量标准 286

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/163324.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。