



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国安赛蜜市场运行态势及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国安赛蜜市场运行态势及投资前景分析报告》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/247706.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

第一章 安赛蜜概述1

第一节 安赛蜜定义1

第二节 安赛蜜行业发展历程2

第三节 安赛蜜链分析3

一、产业链模型介绍3

二、安赛蜜产业链模型分析8

第二章 中国安赛蜜的生产工艺分析9

第一节 中国安赛蜜生产方法9

第二节 中国不同安赛蜜工业生产方法对比9

第三节 中国安赛蜜生产技术特点12

第四节 中国安赛蜜质量指标13

第三章 中国安赛蜜生产现状分析14

第一节 安赛蜜行业总体规模14

第二节 安赛蜜产能概况14

一、2012-2014年3季度产能分析14

二、2015-2020年产能预测15

第三节 安赛蜜产量概况16

一、2012-2014年3季度产量分析16

二、产能配置与产能利用率调查16

三、2015-2020年产量预测17

第四节 安赛蜜的生命周期分析18

第四章 安赛蜜国内产品价格走势及影响因素分析19

第一节2011-2014国内产品年价格分析19

第二节 国内产品价格影响因素分析20

第三节 2015-2020年国内产品未来价格走势预测21

第五章 2012-2014年3季度中国安赛蜜行业总体发展状况22

第一节 中国安赛蜜行业规模情况分析22

一、行业单位规模情况分析22

二、行业人员规模状况分析23

三、行业资产规模状况分析23

四、行业市场规模状况分析	24
五、行业敏感性分析	24
第二节 中国安赛蜜行业产销情况分析	25
一、行业生产情况分析	25
二、行业销售情况分析	25
第三节 中国安赛蜜行业财务能力分析	26
一、行业盈利能力分析与预测	26
二、行业偿债能力分析	26
三、行业营运能力分析	26
四、行业发展能力分析	26
第六章 2014年中国安赛蜜行业发展概况	27
第一节 2014年中国安赛蜜行业发展态势分析	27
第二节 2014年中国安赛蜜行业发展特点分析	28
第三节 2014年中国安赛蜜行业市场供需分析	29
第七章 安赛蜜行业市场竞争策略分析	30
第一节 行业竞争结构分析	30
一、现有企业间竞争	30
二、潜在进入者分析	30
三、替代品威胁分析	30
四、供应商议价能力	31
五、客户议价能力	31
第二节 安赛蜜市场竞争策略分析	32
一、安赛蜜市场增长潜力分析	32
二、安赛蜜产品竞争策略分析	32
三、典型企业产品竞争策略分析	34
第三节 安赛蜜企业竞争策略分析	37
一、2015-2020年我国安赛蜜市场竞争趋势	37
二、2015-2020年安赛蜜行业竞争策略分析	37
第八章 安赛蜜行业投资与发展前景分析	41
第一节 2014年安赛蜜行业投资情况分析	41
一、2014年总体投资结构	41
二、2014年投资规模情况	41

三、2014年投资增速情况	42
四、2014年分地区投资分析	42
第二节 安赛蜜行业投资机会分析	43
一、安赛蜜投资项目分析	43
二、可以投资的安赛蜜模式	43
三、2014年安赛蜜投资机会	44
四、2014年安赛蜜投资新方向	45
第三节 安赛蜜行业发展前景分析	46
第九章 2015-2020年中国安赛蜜行业发展前景预测分析	47
第一节 2015-2020年中国安赛蜜行业发展预测分析	47
一、未来安赛蜜发展分析	47
二、未来安赛蜜行业技术开发方向	48
三、总体行业"十二五"整体规划及预测	48
第二节 2015-2020年中国安赛蜜行业市场前景分析	49
一、产品差异化是企业发展的方向	49
二、渠道重心下沉	50
第十章 安赛蜜上游原材料供应状况分析	51
第一节 主要原材料	51
第二节 主要原材料2006—2014年价格及供应情况	51
第三节 2015-2020年主要原材料未来价格及供应情况预测	52
第十一章 安赛蜜用户度分析	53
第一节 安赛蜜用户认知程度	53
第二节 安赛蜜用户关注因素	54
一、功能	54
二、质量	54
三、价格	55
四、外观	55
五、服务	56
第十二章 2015-2020年安赛蜜行业发展趋势及投资风险分析	57
第一节 当前安赛蜜存在的问题	57
第二节 安赛蜜未来发展预测分析	58
一、中国安赛蜜发展方向分析	58

二、2015-2020年中国安赛蜜行业发展规模预测58

第三节 2015-2020年中国安赛蜜行业投资风险分析59

一、市场竞争风险59

二、原材料压力风险分析59

三、技术风险分析60

四、政策和体制风险60

五、外资进入现状及对未来市场的威胁61

第十三章 安赛蜜国内重点生产厂家分析62

第一节 北京市领味食品有限责任公司62

一、企业基本概况62

二、2014年企业经营与财务状况分析62

三、2014年企业竞争优势分析63

四、企业未来发展战略与规划63

第二节 江西聪聪乐食品工业有限公司64

一、企业基本概况64

二、2014年企业经营与财务状况分析64

三、2014年企业竞争优势分析65

四、企业未来发展战略与规划65

第三节 山东明辉食品有限公司66

一、企业基本概况66

二、2014年企业经营与财务状况分析66

三、2014年企业竞争优势分析67

四、企业未来发展战略与规划67

第四节 广东更新食品添加剂有限公司68

一、企业基本概况68

二、2014年企业经营与财务状况分析68

三、2014年企业竞争优势分析69

四、企业未来发展战略与规划69

第五节 三河市原野食品化工有限公司70

一、企业基本概况70

二、2014年企业经营与财务状况分析70

三、2014年企业竞争优势分析71

四、企业未来发展战略与规划71

第六节 厦门荣新盛食品有限公司72

一、企业基本情况72

二、2014年企业经营与财务状况分析72

三、2014年企业竞争优势分析73

四、企业未来发展战略与规划73

第十四章 安赛蜜地区销售分析74

第一节 华北74

第二节 东北75

第三节 华东76

第四节 华中77

第五节 华南78

第六节 西部79

第十五章 安赛蜜产品竞争力优势分析80

第一节 整体产品竞争力评价80

第二节 整体产品竞争力评价结果分析81

第三节 竞争优势评价及构建建议82

图表目录：

表1.1 产业链对接机制的主要内容6

表2.1 我国高倍甜味剂的国家和行业标准13

表5.1 2012-2014年3季度中国安赛蜜行业盈利能力主要指标分析及预测26

表5.2 2012-2014年3季度中国安赛蜜行业偿债能力主要指标分析及预测26

表5.3 2012-2014年3季度中国安赛蜜行业营运能力主要指标分析及预测26

表5.4 2012-2014年3季度中国安赛蜜行业发展能力主要指标分析及预测26

表13.1 2012-2014年3季度江西聪聪乐食品工业有限公司总资产周转率(%) 64

表13.2 2012-2014年3季度江西聪聪乐食品工业有限公司主营业务利润率(%) 64

表13.3 2012-2014年3季度江西聪聪乐食品工业有限公司成本费用利润率(%) 64

表13.4 2012-2014年3季度山东明辉食品有限公司总资产周转率(%) 66

表13.5 2012-2014年3季度山东明辉食品有限公司主营业务利润率(%) 66

表13.6 2012-2014年3季度山东明辉食品有限公司成本费用利润率(%) 66

表13.7 2012-2014年3季度厦门荣新盛食品有限公司总资产周转率(%) 72

表13.8 2012-2014年3季度厦门荣新盛食品有限公司主营业务利润率(%) 72

表13.9 2012-2014年3季度厦门荣新盛食品有限公司成本费用利润率(%) 72

附图：

图1.1 产业链概念示意3

图1.2 产业链形成机制4

图1.3 产业链三维双立体对接7

图3.1 2012-2014年3季度我国安赛蜜的产能统计14

图3.2 2015-2020年我国安赛蜜的产能预测15

图3.3 2012-2014年3季度我国安赛蜜的产量统计16

图3.4 2012-2014年3季度我国安赛蜜的产能利用率调查统计16

图3.5 2015-2020年我国安赛蜜的产量预测17

图3.6 安赛蜜行业的生命周期图18

图4.1 2012-2014年3季度我国安赛蜜的整体价格指数走势19

图4.2 2015-2020年我国安赛蜜的整体价格指数走势预测21

图5.1 2012-2014年3季度我国安赛蜜行业的从业人数统计23

图5.2 2012-2014年3季度我国安赛蜜行业的资产规模统计23

图5.3 2012-2014年3季度我国安赛蜜行业的市场规模统计24

图5.4 2012-2014年3季度我国安赛蜜的产量统计25

图5.5 2012-2014年3季度我国安赛蜜的需求规模统计25

图6.1 2012-2014年3季度中国安赛蜜的供需状况29

图7.1 我国安赛蜜企业产品选择策略34

图7.2 我国安赛蜜企业产品选择策略35

图7.3 我国安赛蜜企业销售竞争策略35

图7.4 我国安赛蜜企业竞争策略36

图7.5 我国安赛蜜企业并购重组策略36

图8.1 2012-2014年3季度安赛蜜行业投资增速情况42

图10.1 2012-2014年3季度我国短切玻璃纤维的市场整体供需比变动图51

图10.2 2012-2014年3季度短切玻璃纤维的原材料价格指数统计51

图10.3 2015-2020年安赛蜜的原材料价格指数预测52

图10.4 2015-2020年我国安赛蜜原材料市场的供需比预测52

图11.1 2012-2014年3季度我国安赛蜜功能关注指数54

图11.2 2012-2014年3季度我国安赛蜜质量关注指数54

图11.3 2012-2014年3季度我国安赛蜜价格关注指数55

图11.4 2012-2014年3季度我国安赛蜜外观关注指数55

图11.5 2012-2014年3季度我国安赛蜜服务关注指数56

图14.1 2012-2014年3季度华北地区的安赛蜜需求规模统计74

图14.2 2012-2014年3季度东北地区的安赛蜜需求规模统计75

图14.3 2012-2014年3季度华东地区的安赛蜜需求规模统计76

图14.4 2012-2014年3季度华中地区的安赛蜜需求规模统计77

图14.5 2012-2014年3季度华南地区的安赛蜜需求规模统计78

图14.6 2012-2014年3季度西部地区的安赛蜜需求规模统计79

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/247706.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。