

2021-2027年中国糖精市场 研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2021-2027年中国糖精市场研究与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0703/202104/17-400192.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

世界范围内高强度甜味剂的消费主要依赖于低热量的低卡软饮料和低热量食品的生产。饮料是高倍甜味剂最大和最主要的用途，其次是食品、桌面甜味剂、个人护理产品（如牙膏）和药品。

百事可乐：至 2025 年，至少三分之二的全球饮料产品中，每 12 盎司（约 330 毫升）中所含热量为 100 卡路里（约 0.4184 千焦）或者更少，而目前普通百事可乐为 330 毫升，每 100 毫升所含热量大约为 186-190 千焦。

可口可乐：在其业务所及的 200 多个国家和地区推广四项商业行动，共建健康美好的生活，该承诺包括以下四项内容：（1）在每个市场均提供低热量或零热量的饮料选择；（2）明确标注营养成分信息，在除水和先调产品外的所有包装的醒目位置标注能量标识；（3）在业务所及的每一个国家积极推广体育锻炼，鼓励人们多运动；（4）贯彻负责任营销，在全球范围内不对 12 岁及以下儿童进行广告宣传。

高倍甜味剂甜价比具有优势，新代甜味剂逐渐成熟。自 1879 年糖精问世以来，目前共有六代高倍甜味剂产品。以蔗糖的甜度为一，不同甜味剂甜度各异，甜价对比蔗糖具有优势。以安赛蜜、三氯蔗糖为代表的第四、五代新型甜味剂具有无热量、甜度高、用量少等特点，并且目前安全性更高，未来发展前景更好。中国是全球最低端甜味剂糖精、甜蜜素和阿斯巴甜的主要生产国，其中 50-70% 的产品用于出口。测算，如果对安赛蜜对糖精、甜蜜素和阿斯巴甜进行替代，那么安赛蜜的市场需求将增加 7.95 万吨，按照单价 6 万元/吨计算，市场潜在增长空间近 50 亿元。测算，如果用三氯蔗糖对糖精、甜蜜素和阿斯巴甜进行替代，那么三氯蔗糖的市场需求将增加 2.65 万吨，按照单价 22 万元/吨计算，市场潜在增长空间近 60 亿元。甜味剂市场需求量 中国产业研究报告网发布的《2021-2027 年中国糖精市场研究与发展趋势研究报告》共十三章。首先介绍了中国糖精行业市场发展环境、糖精整体运行态势等，接着分析了中国糖精行业市场运行的现状，然后介绍了糖精市场竞争格局。随后，报告对糖精做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国糖精行业发展趋势与投资预测。您若想对糖精产业有个系统的了解或者想投资中国糖精行业，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。报告目录：第一章 糖精行业界定第一节 糖精行业定义第二节 糖精行业特点分析第三节 糖精行业发展历程第四节 糖精产业链分析 第二章 国际糖精市场发展现状分析第一节 国际糖精行业总体状况分析

糖精及甜蜜素未来发展空间逐渐被挤压。我国目前仍大量使用糖精、甜蜜素等传统甜味剂，而西方很多国家已经禁止使用。我国现已加大力度实行糖精的限产限销，严禁新建和改扩建糖精项目。因此未来糖精的市场受政策和替代，生产空间是逐渐被挤压的。而甜蜜素在日本、加拿大、美国等国家被禁止使用，我国仅允许按规定使用，甜蜜素使用的空间范围受到限制。

2021年全球糖精销量预测 第二节 糖精行业重点市场调研 第三节 国际糖精行业趋势预测分析 第三章 中国糖精行业发展环境分析 第一节 糖精行业经济环境分析一、经济发展现状分析二、经济发展主要问题三、未来经济政策分析 第二节 糖精行业政策环境分析一、糖精行业相关政策二、糖精行业相关标准 第三节 糖精行业技术环境分析 第四章 糖精行业技术发展现状及趋势预测分析 第一节 当前我国糖精技术发展现状调研 第二节 中外糖精技术差距及产生差距的主要原因剖析 第三节 提高我国糖精技术的对策 第四节 我国糖精研发、设计发展趋势预测分析 第五章 中国糖精所属行业市场供需状况分析 第一节 中国糖精所属行业市场规模状况分析 第二节 中国糖精所属行业盈利情况分析 第三节 中国糖精所属行业市场需求情况分析一、2015-2019年糖精行业市场需求状况分析二、糖精行业市场需求特点分析三、2021-2027年糖精行业现状分析 第四节 中国糖精所属行业市场供给情况分析一、2015-2019年糖精行业市场供给状况分析二、糖精行业市场供给特点分析三、2021-2027年糖精行业市场供给预测分析 第五节 糖精所属行业市场供需平衡情况分析 第六章 中国糖精所属行业进出口情况分析 第一节 糖精所属行业出口状况分析一、2015-2019年糖精行业出口状况分析二、2021-2027年糖精行业出口情况预测分析 所属行业一、2015-2019年糖精行业进口状况分析二、2021-2027年糖精行业进口情况预测分析 第三节 糖精行业进出口面临的挑战及对策 第七章 中国糖精行业重点区域市场调研 第一节 糖精行业区域市场分布状况分析 第二节 东北地区市场调研一、市场规模状况分析二、市场需求分析 第三节 华北地区市场调研一、市场规模状况分析二、市场需求分析 第四节 中南地区市场调研一、市场规模状况分析二、市场需求分析 第五节 华东地区市场调研一、市场规模状况分析二、市场需求分析 第六节 西北地区市场调研一、市场规模状况分析二、市场需求分析 第八章 中国糖精行业产品价格监测一、糖精市场价格特征二、当前糖精市场价格评述三、影响糖精市场价格因素分析四、未来糖精市场价格走势预测分析 第九章 糖精行业上、下游市场调研 第一节 糖精行业上游一、行业发展现状调研二、行业集中度分析三、行业发展趋势预测分析 第二节 糖精行业下游一、关注因素分析二、需求特点分析 第十章 糖精行业重点企业发展调研 第一节 开封市兴化精细化工厂一、企业发展简况分析二、企业竞争优势分析三、企业经营情况分析 第二节 上海福新化工有限公司一、企业发展简况分析二、企业竞争优势分析三、企业经营情况分析 第三节 天津市长城糖精厂一、企业发展简况分析二、企业竞争优势分析三、企业经营情况分析 第四节 天津北方食品有限公司一、企业发展简况分析二、企业竞争优势分析三、企业经营情况分析 第五节 天津长捷化工有限公司一、企业发展简况分析

二、企业竞争优势分析三、企业经营情况分析 第十一章 糖精行业风险及对策第一节
2021-2027年糖精行业发展环境分析第二节 2021-2027年糖精行业投资特性分析一、糖精行业进入壁垒二、糖精行业盈利模式三、糖精行业盈利因素第三节 糖精行业“波特五力模型”分析一、行业内竞争二、潜在进入者威胁三、替代品威胁四、供应商议价能力分析五、买方侃价能力分析第四节 2021-2027年糖精行业风险及对策一、市场风险及对策二、政策风险及对策三、经营风险及对策四、同业竞争风险及对策五、行业其他风险及对策 第十二章 糖精行业发展及竞争策略分析第一节 2021-2027年糖精行业投资前景一、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 2021-2027年糖精企业竞争策略分析一、提高我国糖精企业核心竞争力的对策二、影响糖精企业核心竞争力的因素三、提高糖精企业竞争力的策略第三节 对我国糖精品牌的战略思考一、糖精实施品牌战略的意义二、我国糖精企业的品牌战略三、糖精品牌战略管理的策略 第十三章 糖精行业趋势预测及投资建议第一节 2021-2027年糖精行业市场前景展望（ ）第二节 2021-2027年糖精行业融资环境分析一、企业融资环境概述二、融资渠道分析三、企业融资建议第三节 糖精项目投资建议一、投资环境考察二、投资方向建议三、糖精项目注意事项1、技术应用注意事项2、项目投资注意事项3、生产开发注意事项4、销售注意事项第四节糖精行业重点客户战略实施一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、对重点客户的营销策略四、强化重点客户的管理（ ）五、实施重点客户战略要重点解决的问题 图表目录 图表 2015-2019年中国糖精市场规模及增长状况分析图表 2015-2019年中国糖精行业市场供给及增长趋势预测分析图表 2021-2027年中国糖精行业市场供给预测分析图表 2015-2019年中国糖精行业市场需求及增长状况分析图表 2021-2027年中国糖精行业现状分析图表 2015-2019年中国糖精行业利润及增长状况分析更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0703/202104/17-400192.html>