

2019年中国酵素行业分析报告- 市场竞争格局与未来趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国酵素行业分析报告-市场竞争格局与未来趋势预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/huaxuechangpin/393924393924.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

酶 (enzyme) 是由活细胞产生的、对其底物具有高度特异性和高度催化效能的蛋白质或RNA。酶的催化作用有赖于酶分子的一级结构及空间结构的完整。若酶分子变性或亚基解聚均可导致酶活性丧失。酶属生物大分子，分子质量至少在1万以上，大的可达百万。

酵素是一种由氨基酸组成的具有特殊生物活性的物质，它存在于所有活的动植物体内，是维持机体正常功能及消化食物、修复组织等生命活动的一种必需物质。下面进行酵素行业市场现状分析。

一、酵素市场发展概况

酵素起源于日本，酵素产业在台湾、日本及欧美地区发展成熟，在国内属于“舶来品”。国内消费者最初接触酵素从海外代购开始，目前从国外代购仍是酵素的主要消费模式。国内企业于近几年才开始生产酵素，绝大多数企业的生产技术来源于台湾和日本，行业起步较晚，尚未形成市场规模。

目前，国内尚无针对酵素产品的任何标准，由于没有统一的产品生产标准和质量标准，部分商家在产品中添加其他成分，很多产品无限夸大产品功效误导消费者，产品质量难以保障，市场较混乱。在国内尚属于新兴行业，从事酵素研究的科研人才较少，酵素产品的基础研究薄弱，缺少理论支撑，对产品成分和功效研究相对滞后。

尽管酵素行业在国内处于发展初期，本土深入人心的酵素品牌少。随着消费者对酵素产品的认知加深，行业规范程度的提升，国内酵素生产企业依据本土丰富的果蔬、中草药原料，生产具有民族特色的酵素产品，消费者对自主生产的酵素产品更加认可，自主品牌崛起。

软饮料主要包含植物蛋白饮料、碳酸饮料、茶饮料、果汁饮料、功能饮料、固体饮料和包装水。果汁包括果汁（浆）、浓缩果汁（浆）、果汁饮料、果汁饮料浓浆、复合果蔬汁（浆）、果肉饮料、发酵型果蔬汁饮料、水果饮料及其他果蔬汁饮料等。公司主营产品酵素原液属于果汁中的发酵型果蔬汁饮料。酵素是一种由氨基酸组成的具有特殊生物活性的物质，它存在于所有活的动植物体内，是维持机体正常功能及消化食物、修复组织等生命活动的一种必需物质。酵素可以促进机体排便，有助于建立肠道菌群的平衡，其含有维生素、氨基酸、-胡萝卜素、功能性低聚糖等成分，有助于营养吸收，是健康产业的产物。

酵素在国内尚属于新兴行业，从事酵素研究的科研人才较少，酵素产品的基础研究薄弱，缺少理论支撑，对产品成分和功效研究相对滞后。酵素行业存在较高的技术门槛。国内研发实力强、生产水平高的酵素生产企业少，多数酵素生产企业存在生产技术不规范、规模小的特点，行业整体技术水平参差不齐。

二、酵素行业市场规模

酵素进入我国市场的时间晚，酵素行业目前处于发展初期，市场内企业小而散，未形成市场规模，行业自律组织成立时间较晚，目前行业内缺乏官方统计数据。2014 年全球酵素市场规模已超 50 亿美元，年增长率达 7%以上。目前国内的酵素市场规模尚未有统计数据。

酵素是从植物、水果中通过发酵工艺提取出的一种由氨基酸组成的具有特殊生物活性的物质，是维持机体正常功能以及消化食物、修复组织等生命活动的必要物质，它通过加快人体分解、反应、消化、吸收，刺激人体细胞分子活跃从而加速新陈代谢，并能够把体内葡萄糖转变成肝糖元，储存、供给人体所需能量，以达到改善人体机能的作用，因此酵素具有一定的保健作用。随着人们生活习惯、消费习惯的改变，人们在消费时也已开始考虑健康这一因素，参考市场软饮料消费习惯，消费者购买饮料时，健康成为仅次于口感的考虑因素。

随着目前生活节奏的加快，大部分人都处于亚健康状态，提高免疫力、健康养生的理念已深入人心，因此酵素的保健功能使其具有广阔的市场空间。

亚健康是指人体处于健康和疾病之间的一种状态，表现为一定时间内的活力降低、功能和适应能力减退的症状。近些年来我国经济的快速发展，居民收入水平和物质生活水平有了显著提升，但同时亚健康人群也在不断上升。我国符合世界卫生组织关于健康定义的人群只占 15%，另外还有 15%的人处于疾病中，剩下的 70%的人群均属于“亚健康人群”。健康是人们的基本需求，2015 年“健康中国”首次写入政府工作报告，体现了人们对健康生活的诉求和政府对于居民健康的大力关注。酵素由于具备一定保健功能，可对人体亚健康状态进行调理，大规模的亚健康人群成为酵素产品的目标消费群体。随着国内消费者对于酵素认识的加深，酵素产品将被越来越多的消费群体接受，有望成为亚健康人群改善健康的重要选择。

三、酵素行业发展趋势

1、行业规范程度提高，行业集中度提升

目前酵素行业企业小而散，行业未建立产品生产标准，市场上产品鱼龙混杂。随着酵素生产日趋规模化、专业化，市场消费升级，传统的、产能低下、创新能力低的小企业将被淘汰，行业规范程度提高，行业集中度提升。

2、自主品牌崛起

尽管酵素行业在国内处于发展初期，本土深入人心的酵素品牌少。随着消费者对酵素产品的认知加深，行业规范程度的提升，国内酵素生产企业依据本土丰富的果蔬、中草药原料，生产具有民族特色的酵素产品，消费者对自主生产的酵素产品更加认可，自主品牌崛起。

3、销售渠道的创新和改变成为增强企业市场竞争力的重要因素

酵素作为消费品，销售力是企业生存的重要因素。目前销售渠道能遍布全国的酵素企业数量较少，大部分品牌仅具有区域优势，同时随着年轻一代成为消费主力，其消费习惯以线上和线下相结合为主，传统的线下推广销售模式较单调，互联网成为展示、引流和销售的重要平台，线下实体店成为网络销售平台的重要体验中心，快速建设营销渠道有利于企业市场份额的提升。（JP YZ）

【报告大纲】

第一章中国酵素行业发展总体概述

1.1酵素行业概述

1.1.1酵素行业定义

（1）酵素定义

（2）酵素所属行业

1.1.2酵素产品种类

1.1.3酵素行业产业链分析

（1）产业链上游市场分析

（2）产业链下游市场分析

1.1.4酵素行业特征分析

1.2酵素行业发展环境分析

1.2.1行业政策环境分析

（1）行业标准与法规

（2）行业发展规划

1.2.2行业经济环境分析

1.2.3行业社会环境分析

1.2.4行业技术环境分析

(1) 行业技术现状分析

(2) 行业最新技术动向

(3) 行业技术发展趋势

1.3酵素行业发展机遇与威胁分析

第二章全球酵素行业发展状况分析

2.1全球酵素行业发展现状分析

2.1.1全球酵素市场规模分析

2.1.2全球酵素市场竞争格局

2.1.3全球酵素区域分布情况

2.1.4全球酵素市场价格走势

2.2主要国家/地区酵素市场分析

2.2.1日本酵素行业发展分析

(1) 日本酵素市场规模分析

(2) 日本酵素市场竞争格局

(3) 日本酵素市场价格走势

(4) 日本酵素销售渠道分析

(5) 日本酵素发展前景预测

2.2.2台湾酵素行业发展分析

(1) 台湾酵素市场规模分析

(2) 台湾酵素市场竞争格局

(3) 台湾酵素市场价格走势

(4) 台湾酵素销售渠道分析

(5) 台湾酵素发展前景预测

2.2.3美国酵素行业发展分析

(1) 美国酵素市场规模分析

(2) 美国酵素市场竞争格局

(3) 美国酵素市场价格走势

(4) 美国酵素销售渠道分析

(5) 美国酵素发展前景预测

2.2.4欧洲酵素行业发展分析

(1) 欧洲酵素市场规模分析

- (2) 欧洲酵素市场竞争格局
- (3) 欧洲酵素市场价格走势
- (4) 欧洲酵素销售渠道分析
- (5) 欧洲酵素发展前景预测

2.3全球酵素领先企业发展分析

2.3.1日本大高酵素株式会社

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业酵素业务分析
- (5) 企业在营情况

2.3.2日本大和酵素株式会社 (Yamatoem)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业酵素业务分析
- (5) 企业在营情况

2.3.3日本万田发酵株式会社 (Mandahakko)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业酵素业务分析
- (5) 企业在营情况

2.3.4台湾万大酵素生物科技股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业酵素业务分析
- (5) 企业在营情况

2.4全球酵素行业发展前景预测

2.4.1全球酵素行业发展趋势

- (1) 市场趋势分析
- (2) 产品趋势分析
- (3) 竞争趋势分析
- (4) 技术趋势分析

2.4.2全球酵素市场前景预测

第三章中国酵素行业发展状况分析

3.1中国酵素行业发展概况分析

3.1.1中国酵素行业发展历程分析

3.1.3中国酵素行业发展特点分析

3.1.4中国酵素行业存在问题分析

3.2中国酵素行业供需形势分析

3.2.1中国酵素行业供给情况分析

(1) 酵素行业产量统计

(2) 酵素行业工业产值分析

3.2.2中国酵素行业市场需求分析

(1) 酵素行业消费量统计

(2) 酵素行业需求规模分析

(3) 酵素行业需求结构分析

3.2.3中国酵素行业价格走势分析

3.2.4中国酵素行业盈利水平分析

3.2.5中国酵素行业成长性分析

3.3中国酵素行业进出口状况分析

3.3.1酵素行业进出口状况综述

3.3.2酵素行业出口市场分析

3.3.3酵素行业进口市场分析

3.3.4酵素行业进出口市场趋势

3.4中国酵素行业竞争格局分析

3.4.1中国酵素行业市场竞争分析

(1) 行业竞争层次分析

(2) 行业竞争格局分析

3.4.2中国酵素行业五力模型分析

(1) 行业现有竞争者分析

(2) 行业潜在进入者威胁

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业供应商议价能力分析

(5) 行业购买者议价能力分析

(6) 行业竞争情况总结

3.5中国酵素行业市场消费调研

3.5.1中国酵素行业市场竞争分析

第四章酵素行业细分产品市场分析

4.1细分产品竞争状况分析

4.1.1酵素行业细分产品竞争分析

4.1.2酵素行业细分产品市场份额

4.2酵素原液市场分析

4.2.1酵素原液市场规模

(1) 酵素原液消费量统计

(2) 酵素原液市场规模分析

4.2.2酵素原液竞争格局

4.2.3酵素原液价格走势

4.2.4酵素原液前景预测

4.3酵素粉剂市场分析

4.3.1酵素粉剂市场规模

(1) 酵素粉剂消费量统计

(2) 酵素粉剂市场规模分析

4.3.2酵素粉剂竞争格局

4.3.3酵素粉剂价格走势

4.3.4酵素粉剂前景预测

4.4酵素片剂市场分析

4.4.1酵素片剂市场规模

(1) 酵素片剂消费量统计

(2) 酵素片剂市场规模分析

4.4.2酵素片剂竞争格局

4.4.3酵素片剂价格走势

4.4.4酵素片剂前景预测

4.5酵素胶囊市场分析

4.5.1酵素胶囊市场规模

(1) 酵素胶囊消费量统计

(2) 酵素胶囊市场规模分析

4.5.2酵素胶囊竞争格局

4.5.3酵素胶囊价格走势

4.5.4酵素胶囊前景预测

第五章酵素行业市场营销策略分析

5.1 酵素行业产品包装策略分析

5.1.1 酵素产品包装形式分析

5.1.2 酵素产品包装材料分析

5.1.3 酵素产品包装趋势分析

5.2 酵素行业销售渠道策略分析

5.2.1 酵素行业销售渠道格局

5.2.2 酵素不同销售渠道分析

(1) 直销渠道

(2) 商超渠道

(3) 电商渠道

(4) 典型企业销售渠道分析

5.2.3 酵素不同零售终端分析

(1) 药妆店

(2) 超市

(3) 健身中心

(4) 美容中心

(5) 其他零售终端分析

5.3 酵素行业产品价格策略分析

5.3.1 酵素行业产品定价模式

5.3.2 酵素行业产品定价因素

5.3.3 酵素行业价格策略总结

5.4 互联网+酵素营销模式分析

5.4.1 互联网+酵素营销现状

5.4.2 互联网+酵素销售规模

5.4.3 互联网+酵素营销渠道

5.4.4 酵素微商营销模式分析

5.4.5 酵素O2O营销模式分析

第六章酵素重点区域市场需求分析

6.1 酵素行业区域发展概况

6.1.1 酵素行业区域发展现状

6.1.2 酵素行业区域发展趋势

6.2 华东地区酵素市场需求分析

6.2.1 华东地区酵素供给情况

- 6.2.2华东地区酵素需求分析
- 6.2.3华东地区酵素前景预测
- 6.3华北地区酵素市场需求分析
 - 6.3.1华北地区酵素供给情况
 - 6.3.2华北地区酵素需求分析
 - 6.3.3华北地区酵素前景预测
- 6.4华南地区酵素市场需求分析
 - 6.4.1华南地区酵素供给情况
 - 6.4.2华南地区酵素需求分析
 - 6.4.3华南地区酵素前景预测
- 6.5华中地区酵素市场需求分析
 - 6.5.1华中地区酵素供给情况
 - 6.5.2华中地区酵素需求分析
 - 6.5.3华中地区酵素前景预测
- 6.6西部地区酵素市场需求分析
 - 6.6.1西部地区酵素供给情况
 - 6.6.2西部地区酵素需求分析
 - 6.6.3西部地区酵素前景预测
- 6.7东北地区酵素市场需求分析
 - 6.7.1东北地区酵素供给情况
 - 6.7.2东北地区酵素需求分析
 - 6.7.3东北地区酵素前景预测

第七章酵素行业领先企业案例分析

- 7.1酵素行业企业发展总况
- 7.2酵素领先企业案例分析
 - 7.2.1吉林敖东大高酵素有限公司
 - (1)企业发展简况分析
 - (2)企业经营情况分析
 - (3)企业产品结构分析
 - (4)企业酵素业务分析
 - (5)企业市场渠道与网络
 - (6)企业发展优劣势分析
 - (7)企业最新发展动向
 - 7.2.2厦门丝巢食品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业酵素业务分析
- (5) 企业市场渠道与网络
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

7.2.3 全然酵素科技发展（大连）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业酵素业务分析
- (5) 企业市场渠道与网络
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

7.2.4 昆山大汉酵素有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业酵素业务分析
- (5) 企业市场渠道与网络
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

7.2.5 广西康能生物科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业酵素业务分析
- (5) 企业市场渠道与网络
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

7.2.6 商丘市饮之健生物科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析

- (4) 企业酵素业务分析
- (5) 企业市场渠道与网络
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

7.2.7安徽养生天下生物科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业酵素业务分析
- (5) 企业市场渠道与网络
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

7.2.8全美堂生物技术（深圳）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业酵素业务分析
- (5) 企业市场渠道与网络
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

第八章酵素行业前景预测与投资建议

8.1酵素行业发展前景与趋势预测

8.1.1行业发展前景预测

- (1) 酵素总需求预测
- (2) 酵素细分领域需求预测

8.1.2行业发展趋势预测

- (1) 市场趋势分析
- (2) 产品趋势分析
- (3) 竞争趋势分析
- (4) 技术趋势分析

8.2酵素行业投资现状与风险预警

8.2.1行业投资现状分析

8.2.2行业进入壁垒分析

8.2.3行业经营模式分析

- 8.2.4行业投资风险预警
- 8.2.5行业兼并重组分析
- 8.3酵素行业投资机会与建议分析
 - 8.3.1行业投资价值分析
 - 8.3.2行业投资机会分析
 - (1) 产业链投资机会分析
 - (2) 重点区域投资机会分析
 - (3) 细分市场投资机会分析
 - (4) 产业空白点投资机会
 - 8.3.3行业投资策略建议
- 8.4酵素行业发展战略与规划分析
 - 8.4.1酵素行业发展战略研究分析
 - (1) 战略综合规划
 - (2) 技术开发战略
 - (3) 区域战略规划
 - (4) 产业战略规划
 - (5) 营销品牌战略
 - (6) 竞争战略规划
 - 8.4.2对我国酵素企业的战略思考
 - 8.4.3中国酵素行业发展建议分析

图表目录：

图表1：酵素定义

图表2：酵素行业归类

图表3：酵素产品种类

图表4：酵素产业链介绍

图表5：截至2018年酵素行业标准汇总

图表6：截至2018年酵素行业发展规划

图表7：2015-2018年中国GDP增长趋势图（单位：%）

图表8：中国酵素行业发展机遇与威胁分析

图表9：2015-2018年全球酵素市场规模增长情况（单位：亿美元，%）

图表10：2018年全球酵素市场竞争格局（单位：%）

图表11：2018年全球酵素区域分布情况（单位：%）

图表详见报告正文……（GYWZY）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国酵素行业分析报告-市场竞争格局与未来趋势预测》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huaxuechangpin/393924393924.html>