

2021年中国乳酸行业分析报告- 行业现状调查与盈利前景预测

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《2021年中国乳酸行业分析报告-行业现状调查与盈利前景预测》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/xincailliao/548333548333.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

乳酸又称2-羟基丙酸，是自然界中最为广泛存在的羟基酸，于1780年被瑞典科学家Scheele首次发现。乳酸是自然界最小的手性分子，以两种立体异构体的形式存在于自然界中，即左旋型L-乳酸和右旋型D-乳酸，L-乳酸和D-乳酸等比例混合即为消旋的DL-型乳酸。

纯品乳酸为无色液体，工业品为无色到浅黄色液体。无气味，具有吸湿性。相对密度1.2060（25/4）。L-乳酸和D-乳酸熔点均为53，DL-型乳酸熔点为16.8；沸点为122（2kPa）。乳酸能与水、乙醇、甘油混溶，水溶液呈酸性，酸度系数=3.85。乳酸具有一般有机酸的性质，其盐类可溶于水。乳酸能与多数醇生成酯，也可以与有机酸、酸酐、酰氯等反应生成酯。在催化剂的作用下，乳酸加热时可发生缩聚反应生成丙交酯或线型聚酯。

作为一种历史悠久且重要的有机酸，乳酸及其盐类等衍生物目前已广泛应用于食品、医药、饲料、化工等传统应用领域；而乳酸通过缩聚反应生成的聚乳酸作为近些年出现的一种环保绿色的新型生物基可降解材料，在纺织、塑料、包装、农用地膜、现代医药、3D打印等新兴应用领域具有广阔的应用前景。乳酸及聚乳酸的主要应用领域如下图所示：

乳酸应用格局 资料来源：观研天下整理

20世纪80年代，我国约有50多家小型乳酸厂，数年来，随着市场竞争逐渐淘汰至10家左右，年产能合计约20万吨。

目前，全球乳酸生产企业主要集中在美国、中国、泰国、西欧、中南美及日本等，近70%的厂商采用微生物发酵法进行生产。科碧恩-普拉克公司在美国、泰国、西欧等都建有乳酸生产工厂，其生产的乳酸约占全球50%-60%的市场份额，中国生产的乳酸约占30%的市场份额，其余地区的制造商市场份额约占10%。

2020年全球乳酸生产分布 数据来源：观研天下整理

目前乳酸的下游应用中，用于食品饮料领域的乳酸在2020年占整体市场的45.30%，其次为应用于聚乳酸市场占比约为38.60%。预计至2027年，随着聚乳酸市场需求快速增长，聚乳酸将超过食品和饮料行业成为乳酸的第一大应用领域。

2020年乳酸应用格局 数据来源：观研天下整理

金丹科技作为目前国内乳酸及其衍生产品生产的龙头企业，其中L-乳酸年产能10.5万吨，乳酸盐年产能2.3万吨。山东百盛生物科技有限公司于2014年在兖州市投资建设年产3万吨乳酸、0.4万吨乳酸钙、0.3万吨乳酸钠及0.3万吨乳酸乙酯项目，目前已形成年产4万吨乳

酸及其盐和酯的生产能力。日本武藏野与江西省科学院合资，于2001年在南昌建立了5000吨L-乳酸厂，以甲酯法生产乳酸，2007年新增D-乳酸生产线；2009年日本武藏野全面接收该厂并更名为武藏野化学（中国）有限公司，后在2014年迁至江西宜春新建L-及D-乳酸生产线，共1.5万吨产能。江苏森达生物工程有限公司沿用原华德公司技术，于2007年在盐城建了约1万吨的新厂，生产外消旋DL-乳酸及乳酸钙。

宜宾五粮液集团精细化工有限公司、湖南省安化乳酸厂、孝感凯风生物工程有限责任公司等乳酸厂规模约为5000吨。2017年，河南永乐生物工程有限公司在濮阳投资建设年产3万吨L-乳酸项目。行业内近些年陆续出现新进入者，主要原因是看好乳酸及其衍生品丙交酯、聚乳酸在可降解生物新材料领域的广阔市场前景。聚乳酸系乳酸单体经脱水缩聚所形成的高分子聚合物，是一种典型的合成类可完全生物降解材料，由于其具有可靠的生物安全性、生物可降解性、环境友好性、良好的力学性能及易于加工成形等优点，在生物医用高分子、纺织行业、农用地膜和包装等行业具有广阔的应用前景。

聚乳酸绿色循环过程 资料来源：观研天下整理

聚乳酸的自降解以水解为主要形式，通常不需要特殊水解酶，降解产物可参加体内循环，最终以二氧化碳和水的形式排出体外，对环境不产生污染。聚乳酸属脂肪族热塑性高分子材料，其力学性能主要受其结晶度的影响，和聚对苯二甲酸乙二醇酯（PET）、聚苯乙烯（PS）等性能相当，可有效替代石油基高分子材料。聚乳酸具有良好的加工性能，可采用注塑、热塑、挤出成型、吹膜成型、发泡成型等方式加工。

我国政府在2007年12月发布了《关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》，规定自2008年6月1日起在全国范围内禁止生产、销售、使用厚度小于0.025毫米的塑料购物袋，且实行塑料购物袋有偿使用制度。2015年4月修订的《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》规定：国家鼓励科研、生产单位研究、生产易回收利用、易处置或者在环境中可降解的薄膜覆盖物和商品包装物；使用农用薄膜的单位和个人，应当采取回收利用等措施，防止或者减少农用薄膜对环境的污染。2018年4月，党中央、国务院出台《关于支持海南全面深化改革开放的指导意见》，全面禁止在海南生产、销售和使用一次性不可降解塑料袋、塑料餐具，加快推进快递业绿色包装应用。2020年1月，国家发布了《关于进一步加强塑料污染治理的意见》，对于餐饮打包外卖服务、商超、药店等领域塑料制品禁限提出了要求，各省也陆续出台实施方案。

2021年1月1日将是全国塑料污染治理首个重要阶段性节点，超过50个城市的外卖、商超等领域将禁用塑料袋，全国禁用塑料吸管。通过环保立法来限制或禁止一次性塑料制品的使用已成为越来越多的国家或地方政府的共识，也将有利于推动乳酸及聚乳酸行业的

持续、稳定、健康发展。（lyz）

观研报告网发布的《2021年中国乳酸行业分析报告-行业现状调查与盈利前景预测》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。

行业报告是业内企业、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家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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国乳酸行业发展概述

第一节 乳酸行业发展情况概述

- 一、乳酸行业相关定义
- 二、乳酸行业基本情况介绍
- 三、乳酸行业发展特点分析
- 四、乳酸行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式

3、销售模式

五、乳酸行业需求主体分析

第二节 中国乳酸行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、乳酸行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国乳酸行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国乳酸行业生命周期分析

一、乳酸行业生命周期理论概述

二、乳酸行业所属的生命周期分析

第四节 乳酸行业经济指标分析

一、乳酸行业的赢利性分析

二、乳酸行业的经济周期分析

三、乳酸行业附加值的提升空间分析

第五节 中国乳酸行业进入壁垒分析

一、乳酸行业资金壁垒分析

二、乳酸行业技术壁垒分析

三、乳酸行业人才壁垒分析

四、乳酸行业品牌壁垒分析

五、乳酸行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球乳酸行业市场发展现状分析

第一节 全球乳酸行业发展历程回顾

第二节 全球乳酸行业市场区域分布情况

第三节 亚洲乳酸行业地区市场分析

一、亚洲乳酸行业市场现状分析

二、亚洲乳酸行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲乳酸行业市场前景分析

第四节 北美乳酸行业地区市场分析

一、北美乳酸行业市场现状分析

二、北美乳酸行业市场规模与市场需求分析

三、北美乳酸行业市场前景分析

第五节 欧洲乳酸行业地区市场分析

一、欧洲乳酸行业市场现状分析

二、欧洲乳酸行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲乳酸行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界乳酸行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球乳酸行业市场规模预测

第三章 中国乳酸产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品销售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国乳酸行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国乳酸产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、乳酸环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国乳酸行业运行情况

第一节 中国乳酸行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国乳酸行业市场规模分析

第三节 中国乳酸行业供应情况分析

第四节 中国乳酸行业需求情况分析

第五节 我国乳酸行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国乳酸行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国乳酸行业供需平衡分析

第八节 中国乳酸行业发展趋势分析

第五章 中国乳酸所属行业运行数据监测

第一节 中国乳酸所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国乳酸所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国乳酸所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国乳酸市场格局分析

第一节 中国乳酸行业竞争现状分析

一、中国乳酸行业竞争情况分析

二、中国乳酸行业主要品牌分析

第二节 中国乳酸行业集中度分析

一、中国乳酸行业市场集中度影响因素分析

二、中国乳酸行业市场集中度分析

第三节 中国乳酸行业存在的问题

第四节 中国乳酸行业解决问题的策略分析

第五节 中国乳酸行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国乳酸行业需求特点与动态分析

第一节 中国乳酸行业消费市场动态情况

第二节 中国乳酸行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 乳酸行业成本结构分析

第四节 乳酸行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国乳酸行业价格现状分析

第六节 中国乳酸行业平均价格走势预测

一、中国乳酸行业价格影响因素

二、中国乳酸行业平均价格走势预测

三、中国乳酸行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国乳酸行业区域市场现状分析

第一节 中国乳酸行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区乳酸市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区乳酸市场规模分析

四、华东地区乳酸市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区乳酸市场规模分析

四、华中地区乳酸市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区乳酸市场规模分析

四、华南地区乳酸市场规模预测

第九章 2017-2021年中国乳酸行业竞争情况

第一节 中国乳酸行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国乳酸行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国乳酸行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 乳酸行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国乳酸行业发展前景分析与预测

第一节 中国乳酸行业未来发展前景分析

- 一、乳酸行业国内投资环境分析
- 二、中国乳酸行业市场机会分析
- 三、中国乳酸行业投资增速预测

第二节 中国乳酸行业未来发展趋势预测

第三节 中国乳酸行业市场发展预测

- 一、中国乳酸行业市场规模预测
- 二、中国乳酸行业市场规模增速预测
- 三、中国乳酸行业产值规模预测
- 四、中国乳酸行业产值增速预测
- 五、中国乳酸行业供需情况预测
- 第四节 中国乳酸行业盈利走势预测
- 一、中国乳酸行业毛利润同比增速预测
- 二、中国乳酸行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国乳酸行业投资风险与营销分析

第一节 乳酸行业投资风险分析

- 一、乳酸行业政策风险分析
- 二、乳酸行业技术风险分析
- 三、乳酸行业竞争风险
- 四、乳酸行业其他风险分析

第二节 乳酸行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国乳酸行业发展战略及规划建议

第一节 中国乳酸行业品牌战略分析

- 一、乳酸企业品牌的重要性
- 二、乳酸企业实施品牌战略的意义
- 三、乳酸企业品牌的现状分析
- 四、乳酸企业的品牌战略
- 五、乳酸品牌战略管理的策略

第二节 中国乳酸行业市场重点客户战略实施

- 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

第三节 中国乳酸行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划

- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国乳酸行业发展策略及投资建议

第一节 中国乳酸行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国乳酸行业营销渠道策略

- 一、乳酸行业渠道选择策略
- 二、乳酸行业营销策略

第三节 中国乳酸行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国乳酸行业重点投资区域分析
- 二、中国乳酸行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xincailiao/548333548333.html>