

内容目录

第一章 前言	3
第二章 2023-2028 年代糖市场前景及趋势预测	3
第一节 代糖：兼顾消费者甜味和健康性追求的大蓝海	3
一、摄糖量提升 VS 用糖过量对健康的负面影响	3
(1) 不可或缺的糖以及日益提升的摄糖量	3
(2) 过量摄入糖分会对身体健康带来负面影响	4
二、政策控糖效果有限，代糖需求应运而生	4
(1) 糖税等政策干预下，糖尿病患者数量仍然增加	4
(2) 带有甜味的代糖成为更好的解决方案	5
三、代糖分为人工代糖和天然代糖，下游也会混配使用	5
四、渗透率持续提升，代糖市场或将加速扩容	5
第二节 人工代糖：成本把控是关键	6
一、人工代糖由来已久，市场空间仍在增长	6
二、三氯蔗糖：产业链一体化的企业有优势，金禾实业是全球龙头	6
(1) 三氯蔗糖：原材料成本影响较大	6
(2) 三氯蔗糖竞争格局：金禾实业是全球龙头	8
三、阿斯巴甜：原材料成本对总成本的影响显著	8
四、安赛蜜：原材料成本敏感，金禾实业和醋化股份有扩产计划	8
第三节 目前两种主要的天然代糖：阿洛酮糖和赤藓糖醇	9
一、天然代糖的渗透率在逐年提升	9
二、赤藓糖醇：受益于无糖饮品市场扩大，行业产能也在高速增长	10
三、阿洛酮糖：潜在空间广阔，需找到合适的酶工程菌株	10
(1) 阿洛酮糖已在多国获批，也有望在国内落地	10
(2) 阿洛酮糖的制备：工程菌株表达体系的构建尤为关键	11
(3) 阿洛酮糖的分离和纯化：主要包括模拟移动床和生物转化两种方式	12
(4) 百龙创园是阿洛酮糖制备的龙头企业	12
第四节 重点企业分析	12
一、金禾实业	12
二、百龙创园	14
三、保龄宝	15
四、三元生物	18
五、华康股份	19
六、中粮科技	20
第三章 代糖企业品牌营销概述	21
第一节 品牌	22
第二节 品牌特性	22
第三节 品牌功能	23
第四节 品牌的价值	23
第五节 打造品牌的四大策略	24
第六节 管理品牌的五个步骤	25

第七节 品牌营销需注意 3 个方面	25
第四章 代糖企业品牌营销策略建议	26
第一节 品牌营销的策略和方法	26
一、网络营销	26
二、广告营销	27
三、品牌营销的策略步骤	27
第二节 打造独特的品牌	31
一、塑造品牌	31
二、独特的营销模式	32
三、服务、产品、创新	32
第三节 企业品牌营销方法	32
一、附加值营销：塑造额外吸引点	32
二、名称创意营销：产品总有不寻常的路	32
三、逆向思维营销：产品具有话题性	33
四、传播营销：打造餐饮网络传播爆点	33
第四节 提炼品牌核心价值	33
一、感知价值	34
二、符合认知	35
三、前因后果	36
四、一看就懂	36
五、有效信息	37
六、善用数字	38
七、朗朗上口	38
八、难以验证	39
第五章 代糖企业《品牌营销策略》制定手册	40
第一节 动员与组织	40
一、动员	40
二、组织	41
第二节 学习与研究	41
一、学习方案	42
二、研究方案	42
第三节 制定前准备	43
一、制定原则	43
二、注意事项	44
三、有效战略的关键点	45
第四节 战略组成与制定流程	47
一、战略结构组成	47
二、战略制定流程	48
第五节 具体方案制定	49
一、具体方案制定	49
二、配套方案制定	51
第六章 代糖企业《品牌营销策略》实施手册	52
第一节 培训与实施准备	52
第二节 试运行与正式实施	52

一、试运行与正式实施	52
二、实施方案	53
第三节 构建执行与推进体系	54
第四节 增强实施保障能力	55
第五节 动态管理与完善	55
第六节 战略评估、考核与审计	56
第七章 总结：商业自是有胜算	56

第一章 前言

近年来，原料、人工、能源等生产要素价格不断上涨，导致企业产品在市场上的销售价格一直很低，给更多企业特别是中小型企业带来了无尽的烦恼甚至是致命的打击。

而品牌则已成为企业最有潜力的资产，品牌扩张成为企业发展、品牌壮大的有效途径。

那么，如何打造独特的品牌？

怎么制定品牌营销方法？

怎么提炼品牌核心价值？

.....

下面，我们先从代糖行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这将为您的经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

第二章 2023-2028 年代糖市场前景及趋势预测

第一节 代糖：兼顾消费者甜味和健康性追求的大蓝海

一、摄糖量提升 VS 用糖过量对健康的负面影响

(1) 不可或缺的糖以及日益提升的摄糖量

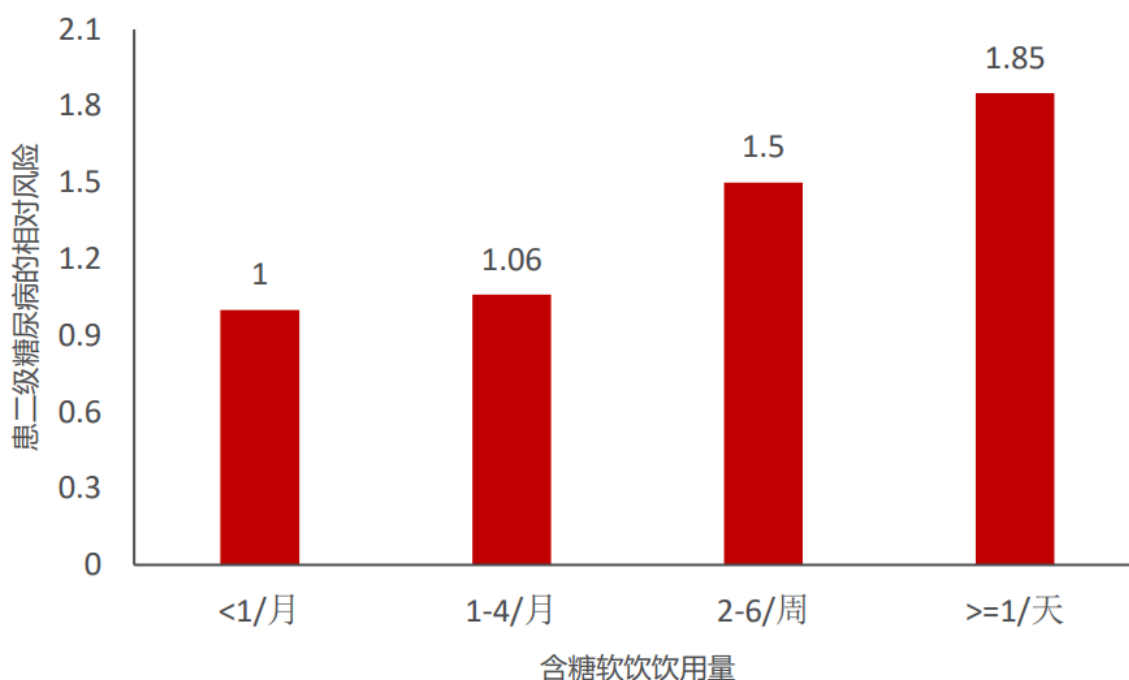
人类对于糖类的感知是生物进化的自然选择，甜味传达了高能量信息，糖分又通过产生多巴胺使人体处于亢奋的状态，血糖升高也让人产生满足感、愉悦感，所以糖类已经是人类日常生活

中不可或缺的一个部分。全球范围内糖分摄入量显著提升，并且升高趋势仍在保持。按照经合组织和粮农组织的统计与估测，2018 年全球糖份摄入量达到 1.72 亿吨，相比于 2008 年的 1.48 亿吨增长了 17%，并且这一增长趋势仍将保持，预计到 2028 年，全球糖分摄入量将超过 2.0 亿吨。

(2) 过量摄入糖分会对身体健康带来负面影响

世卫组织建议把游离糖的日摄入量控制在 50 克以下，这是因为过量摄入糖分会对健康造成负面影响。举例而言，过量的葡萄糖会转化为脂质分子进而使人过度肥胖；多余的葡萄糖分子也会和附近的氨基酸结合生成糖基化终产物，细胞关闭胰岛素受体进而诱发二型糖尿病。根据 NHS 的研究，每日摄入含糖软饮大于等于一杯的实验者罹患二型糖尿病的几率是每月摄入小于一杯含糖软饮实验者的 1.85 倍。除此之外，过量用糖还会提升心脏病、痛风等多种疾病的患病风险。

图2：过量摄入糖类显著提升二型糖尿病患病风险



二、政策控糖效果有限，代糖需求应运而生

(1) 糖税等政策干预下，糖尿病患者数量仍然增加

基于过量摄入糖分的健康风险，多国政府也在进行政策干预，以期引导民众健康饮食，包括禁止高糖饮料打广告、将高糖饮料打上不健康标签等。目前比较主流通用的方法是征收“糖税”，部分国家针对消费和进口环节征收糖税，如墨西哥；部分国家针对生产和进口征收糖税，如挪

威、法国、芬兰；还有部分国家对生产、消费以及进口环节均征收糖税，如匈牙利、丹麦。

但是根据国际糖尿病协会公布的数据，糖税的推行并没有彻底遏制本国糖尿病患者数量的增长，比如法国的糖尿病患者数量还是从 2011 年的 324 万增长到了 2021 年的接近 400 万人，尽管法国已于 2011 年施行糖税法。其他国家也有类似情况，政策控糖显然效果有限。

（2）带有甜味的代糖成为更好的解决方案

一方面人类对于甜味的追求难以被遏制，另一方面是摄糖过多难以避免的健康危机，代糖就成为这种困境下更好的解决方案。代糖又被称为甜味剂，顾名思义是代替糖的存在，其化学性质稳定并且大部分不参与基体代谢，或者是目前未发现其代谢会产生大量明显的有害物质，在提供甜味的同时一定程度上保障人体身体健康。

三、代糖分为人工代糖和天然代糖，下游也会混配使用

按照制取方式，代糖可以分成人工代糖还有天然代糖。相比于天然糖，代糖的甜度可能各有不同，但是其热量以及 GI 值（升糖指数）具有明显优势。

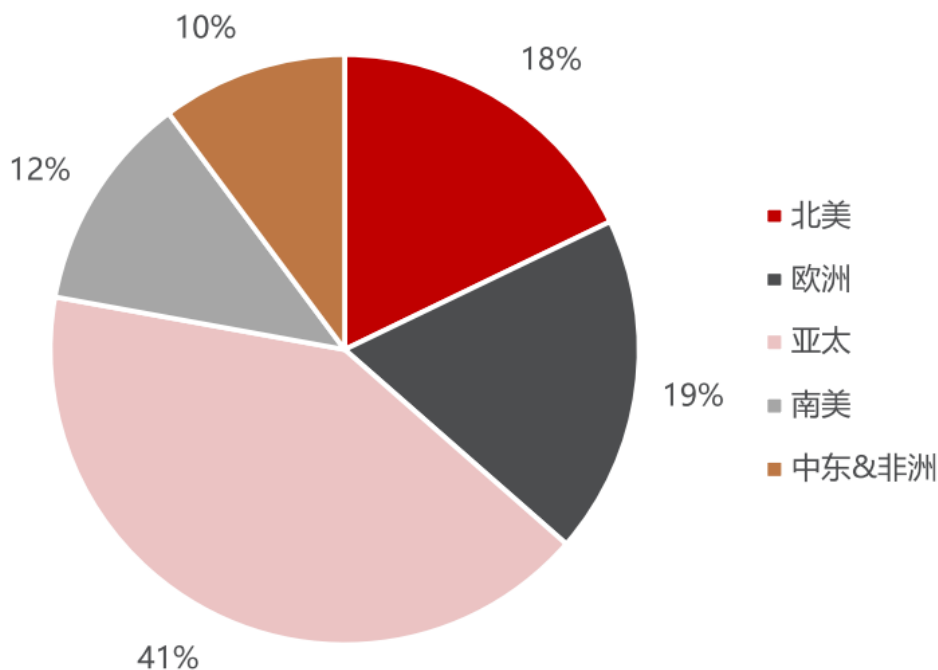
无糖饮料是甜味剂主要的战场，下游应用占比超过半数；其次是桌面甜味剂，即以片状、液体或粉末形式存在的甜味剂，由消费者自行添加进咖啡或烹饪的食品中。其他应用领域还包括奶酪、酸奶等消费场景。

在这些下游应用中，代糖有的时候以混配的形式出现，一方面因为某些高倍甜味剂存在后味影响口感，另一方面混配也能一定程度上减少代糖的总使用量，进而降低成本，而且通过代糖之间的混配比调节，产品的风味也能得到改善。

四、渗透率持续提升，代糖市场或将加速扩容

基于 EMIS 的数据，我们测算出 2021 年全球代糖的渗透率在 7% 上下，代糖的全球市场规模已经达到 60 亿美元的量级，其中亚太地区占比超过 40%，其次是北美和欧洲，大概各占 20%。考虑到消费者健康意识的觉醒以及越来越多无糖产品的问世，我们预计代糖的渗透率提升是一个加速的趋势，则甜味剂市场扩容也将提速，增速或将达到两位数，预计到了 2025 年，甜味剂的渗透率将达到 9.5%，全球的代糖市场规模也将来到 90 亿美元的量级。

图5：2021 年亚太地区是甜味剂最主要的消费市场



第二节 人工代糖：成本把控是关键

一、人工代糖由来已久，市场空间仍在增长

人工代糖的问世最早可以追溯到 1879 年糖精的出现，经过一个多世纪的发展，人工代糖大致衍化出了六代产品。早期的代糖还存在健康方面的隐患，比如第一代的糖精因为安全性已经遭到许多国家的禁用，第二代的甜蜜素有致癌风险，第三代的阿斯巴甜会让部分苯丙酮尿症患者无法代谢苯丙氨酸。

基于安全性、实用性等考虑，三氯蔗糖的应用范围在拓宽，市场空间也在稳固扩大。根据 EMIS 的数据，按照市场空间划分，目前六代人工代糖中，三氯蔗糖是最主要的品种，其次是阿斯巴甜，而受益于代糖的渗透率提升，六代人工代糖的市场空间近些年均实现了正增长。

二、三氯蔗糖：产业链一体化的企业有优势，金禾实业是全球龙头

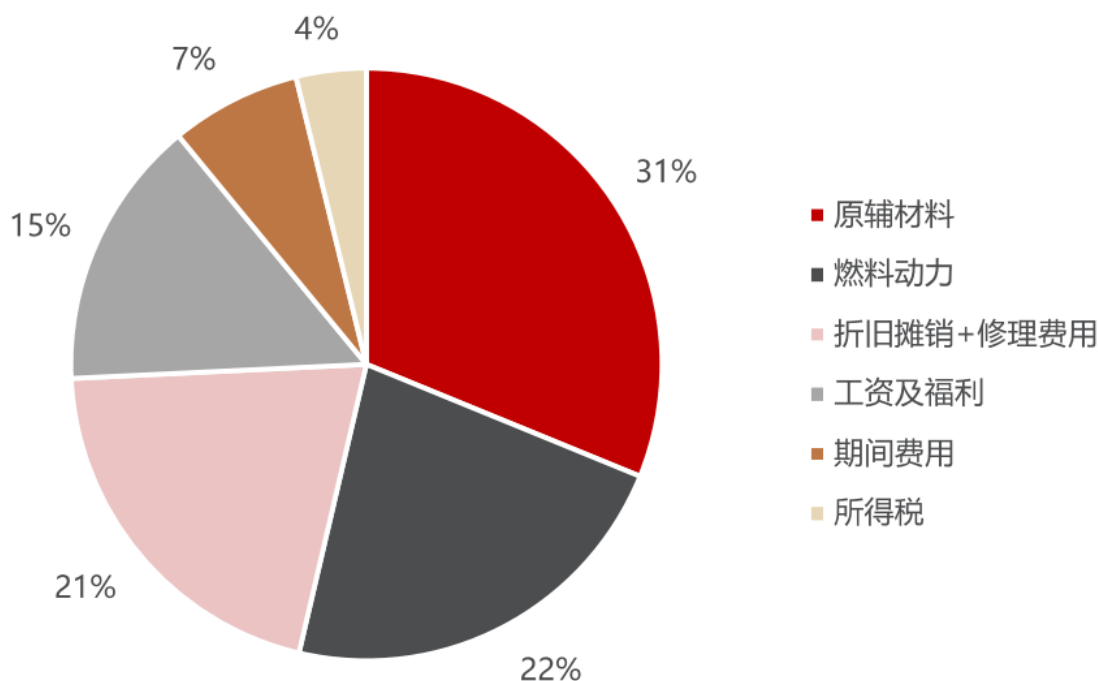
(1) 三氯蔗糖：原材料成本影响较大

蔗糖分子中共有 8 个羟基，三氯蔗糖的制备需要定向用氯原子取代蔗糖分子中 4,1'和 6'位的羟基。目前三氯蔗糖的生产工艺大致可以分成基团保护法、单脂法、衍生氯化、酶催化等，而

因为单脂法生产成本相对低并且流程相对简单，工业化生产三氯蔗糖多采用单脂法，其中又包含直接酯化、原乙酸三甲酯化、二丁基氧化锡法等，实际中多见二丁基氧化锡法，因为有机锡化物的选择性能提升产物收率。采用二丁基氧化锡的直接酯化法中，蔗糖经由 DMF 溶解，在二丁基氧化锡的催化下，和酸酐酯化生成蔗糖-6-乙酸酯；经过环己烷萃取后，第二步是蔗糖-6-乙 酸酯的氯化，常见的氯代剂有氯化氧磷，五氯化磷，三氯化磷，乙二酰氯，光气，氯化亚砷，生产中多用氯化亚砷，因为副产品是氯化氢还有二氧化硫，产物容易分离纯化；第三步是在脱保护釜中经由甲醇或甲醇钠醇解，最后经过提纯得到三氯蔗糖产品。

原材料成本是三氯蔗糖主要的成本项。在横向对比了几家三氯蔗糖生产企业的环评以后，因为部分企业的效益分析与实际情况偏离较多，此处采用较符合实际的金禾实业的环评以及公告进行成本测算。三氯蔗糖的完全成本里，原材料成本占比最高，超过三成，其次是燃料动力以及固定资产相关的折旧以及日常修理，比例各接近 1/5。所以企业的产线管控能力尤为重要，比如尽可能缩短产线流程，避免原料以及产品的物理损耗，提高产品收率，继而进一步降低产品单位成本。

图10：金禾实业三氯蔗糖完全成本拆分



既然原材料成本是三氯蔗糖主要的成本项，那产业链一体化的企业可以具备明显的成本优势。三氯蔗糖生产中涉及的原材料众多，其中蔗糖、DMF、氯化亚砷等原材料占比相对较高，自备 DMF 还有氯化亚砷产能的企业能够降低总生产成本，并且一定程度上平抑了原材料波动带来的影响。

（2）三氯蔗糖竞争格局：金禾实业是全球龙头

我国是三氯蔗糖的主要生产国家，按照各个公司的官网以及环评报告披露的数据，目前全球三氯蔗糖的名义产能已经超过三万吨，其中接近 90%的产能来自国内。而金禾实业的三氯蔗糖产能已经达到 1.2 万吨，产能规模位列全球第一，名义产能占全球总产能比例接近 40%。考虑到环保、工艺等因素，现实中部分企业的名义产能无法开满，金禾实业三氯蔗糖的实际产能占比或将更高，龙头地位稳固。

三、阿斯巴甜：原材料成本对总成本的影响显著

我国是阿斯巴甜主要的生产国与出口国，还有大量的规划产能。按照公开资料统计汇总，我国阿斯巴甜的年总产能已经达到了 4.4 万吨的规模，另有 2.9 万吨 /年的规划产能，产家均为非上市公司。近几年我国阿斯巴甜的出口稳定在 1.65 万吨量级以上，海外的产商比如 Nutrasweet、Ajinomoto、Daesang 等由于成本相对较高，近几年实际产量有限，我国实际销量占据全球七成左右。

原材料成本是阿斯巴甜主要的成本项，其中 L-苯丙氨酸和天冬氨酸两种二肽是主要的原材料，也正是因为原料中 L-苯丙氨酸的存在，苯丙酮尿症（PKU）患者不适合使用阿斯巴甜。按照三方可查的最新公开价格测算，L-苯丙氨酸的成本占原料成本的 50.14%，天冬氨酸占 34.85%，所以自备 L-苯丙氨酸和天冬氨酸产能的厂商成本优势更加明显。

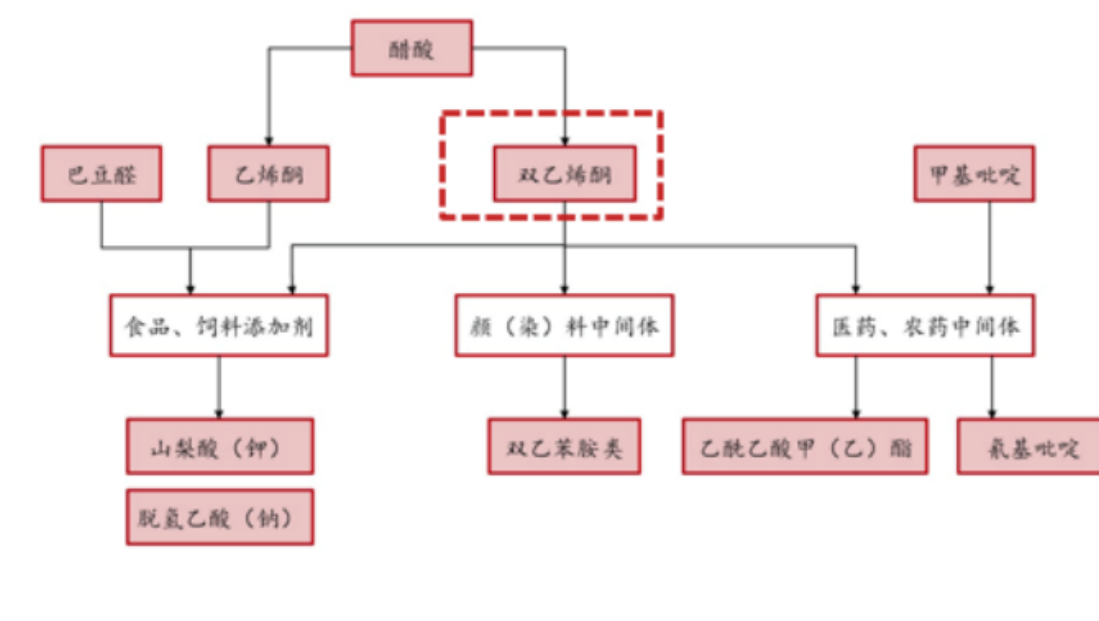
四、安赛蜜：原材料成本敏感，金禾实业和醋化股份有扩产计划

安赛蜜的制备也是原材料成本敏感型，其主要原材料和其他材料及燃料的成本占比超过六成。进一步拆分安赛蜜的原材料成本，双乙烯酮对安赛蜜的原材料成本影响显著，其在原材料中的比例超过 50%，其次是三氧化硫，占原材料比例接近 20%。

回顾安赛蜜龙头金禾实业的成长历程，原料自给以及逆市扩张是帮助金禾实业实现后来居上的关键。2006 年安赛蜜的专利到期，国内安赛蜜装置开始投建，金禾实业安赛蜜产业前身金瑞投资 500 吨安赛蜜产能落成。随后的几年时间，行业内产能迅速放大，而金禾实业在放大产能的同时也在生产工艺上做足研究，收率显著提升，并且在 2010 年实现了第二大原材料三氧化硫的自给。随着供给的增加，安赛蜜价格在 2012 年来到底部区间，金禾实业同年完成了安赛蜜产能的放大，并且进一步增强了产业链供应能力实现了关键原材料双乙烯酮的自给。随后行业彼时的龙头苏州浩波因为工艺原因导致双乙烯酮泄露而被迫停产，金禾实业自此确立了全球龙头的地位。此后金禾实业持续技改，在供给侧改革行业趋紧的大趋势下还是顶住压力实现产能的进一步跃升，龙头地位进一步稳固。

金禾实业和醋化股份均规划了安赛蜜的新增产能。醋化股份产业链中同样具备安赛蜜关键原材料双乙烯酮，因此计划新增 15000 吨的安赛蜜产能；而根据滁州市来安县生态环境分局公告的环评，金禾实业有意扩建现有年产能 5000 吨的安赛蜜装置到 15000 吨的规模。

图21：醋化股份的产业链里有安赛蜜原材料双乙烯酮



资料来源：醋化股份招股书，民生证券研究院

第三节 目前两种主要的天然代糖：阿洛酮糖和赤藓糖醇

一、天然代糖的渗透率在逐年提升

大部分天然代糖一般来源于自然界提取或者经过适当修饰，属于植物或者微生物的次生代谢产物，因此安全性更高。并且部分天然代糖还具有保健功能，比如赤藓糖醇可以保护口腔，阿洛酮糖可以降低血糖等。因此天然代糖更符合消费者健康性的追求，在代糖中的比例也呈现逐年上升的趋势。

阿洛酮糖和赤藓糖醇是现阶段国内龙头企业主要布局的天然代糖方向。根据环评书数据，人工代糖龙头金禾实业布局了 1000 吨的阿洛酮糖产能，另外还有酶改制葡萄糖基甜菊糖苷与高端

RD/RM 产品 500 吨；保龄宝、百龙创园、三元生物等国内一线甜味剂企业也在大规模筹建阿洛酮糖还有赤藓糖醇产能。

二、赤藓糖醇：受益于无糖饮品市场扩大，行业产能也在高速增长

赤藓糖醇是一种四碳糖醇，广泛存在于自然界植物和生物体内。上世纪赤藓糖醇作为无糖食品添加剂已经在日本、美国被广大消费者所接受，而我国的进程稍微较晚，2007 年赤藓糖醇被允许添加进口香糖、调味饮料中，2011 年国家发布食品添加剂赤藓糖醇食品安全国家标准，赤藓糖醇才具备了被广泛应用的基础。

2018 年赤藓糖醇产量突飞猛进，产量由 2017 年的 1.9 万吨接近翻倍增长来到 3.5 万吨的量级，这主要得益于零糖饮品市场规模的高速增长，2018 年零糖饮品市场增速超过 60%，是近几年增速最快的一年。因为赤藓糖醇在增加甜味的同时也使得饮品更有润滑和厚重感，改善了饮品风味，所以多数气泡水选择赤藓糖醇最为第一添加代糖。

赤藓糖醇的合成方法主要是生物发酵法，工业上对于赤藓糖醇的生产也相对更成熟，比如采用合适的碳源和氮源进行培养基优化，或者采用分批发酵、补料发酵、两步法发酵、连续发酵等工艺提高效率。在这两年赤藓糖醇的高景气阶段，也有很多企业计划或者实际新建了赤藓糖醇产线，行业产能增长迅猛。

三、阿洛酮糖：潜在空间广阔，需找到合适的酶工程菌株

(1) 阿洛酮糖已在多国获批，也有望在国内落地

阿洛酮糖最早被发现于上个世纪，本世纪初才开始慢慢放量，韩国、日本最先实现阿洛酮糖的工业化生产。随着市场的扩大，各国对于阿洛酮糖的认证也在提速，目前美国、韩国、日本等国均已将阿洛酮糖列为合格食品添加剂，欧盟、中国等多国也在阿洛酮糖的认证过程中。2023 年 5 月，国家卫健委网站发布公告，D-阿洛酮糖-3-差向异构酶被列入食品工业用酶制剂新品种，成为国内首个获批用于阿洛酮糖生产的酶制剂，对于阿洛酮糖在国内合规进入食品添加剂领域具有里程碑意义。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/728002143066006071>