

# 2011-2015年中国胶原蛋白 行业市场分析与行业调查报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2011-2015年中国胶原蛋白行业市场分析与行业调查报告》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.bosidata.com/baojian1109/U151043LMX.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-09-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国胶原蛋白行业市场分析与行业调查报告》共十六章。首先介绍了胶原蛋白行业相关概述、中国胶原蛋白产业运行环境等，接着分析了中国胶原蛋白行业的现状，然后介绍了中国胶原蛋白行业竞争格局。随后，报告对中国胶原蛋白行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国胶原蛋白产业发展前景与投资预测。您若想对胶原蛋白产业有个系统的了解或者想投资胶原蛋白行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

胶原蛋白是一种生物性高分子物质，英文学名Collagen。在动物细胞中扮演结合组织的角色。为生物科技产业最具关键性的原材料之一，也是需求量十分庞大的最佳生医材料。其应用领域包括生医材料、化妆品、食品工业、研究用途等。

## 第一章 胶原蛋白产业相关概述

### 第一节 胶原蛋白概述

- 一、胶原蛋白的结构特点
- 二、胶原蛋白的分类与存在
- 三、食用胶原的特点

### 第二节 胶原蛋白的应用

- 一、胶原蛋白的护肤作用
- 二、胶原蛋白在医学及工业上的用途
- 三、生医用途胶原蛋白产品

### 第三节 胶原蛋白保健食品面面观

## 第二章 2010-2011年世界胶原蛋白行业运行状况分析

### 第一节 2010-2011年世界胶原蛋白行业现状综述

- 一、胶原蛋白价值引全球关注
- 二、世界胶原蛋白品牌分析
- 三、世界胶原蛋白技术分析
- 四、世界胶原蛋白需求形势分析

### 第二节 2010-2011年世界胶原蛋白主要国家地区运行分析

- 一、美国

## 二、日本

## 三、欧洲

### 第三节 2010-2013年世界胶原蛋白行业发展趋势展望

## 第三章 2010-2011年中国胶原蛋白行业市场运行环境解析

### 第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP分析

#### 二、消费价格指数分析

#### 三、城乡居民收入分析

#### 四、社会消费品零售总额

#### 五、全社会固定资产投资分析

#### 六、进出口总额及增长率分析

### 第二节 2010-2011年中国胶原蛋白行业政策环境分析

#### 一、《胶原蛋白肠衣卫生标准》

#### 二、《保健食品注册管理办法(试行)》

#### 三、《保健食品管理办法》

### 第三节 2010-2011年中国胶原蛋白行业社会环境分析

#### 一、生活质量的普遍提高

#### 二、人们崇尚绿色、回归自然的意识的加强

## 第四章 2010-2011年中国胶原蛋白业运行透析

### 第一节 2010-2011年中国胶原蛋白业运行综述

#### 一、胶原蛋白亮点聚焦

#### 二、胶原蛋白产品品牌透析

#### 三、胶原蛋白价格分析

### 第二节 2010-2011年中国胶原蛋白行业技术分析

#### 一、中国胶原蛋白实现产业化

#### 二、水解胶原蛋白技术获得重大突破

#### 三、利用皮革废料制取胶原蛋白技术

### 第三节 2010-2011年中国胶原蛋白行业存在的问题

#### 一、产品质量问题分析

#### 二、产品认知问题分析

#### 三、生产成本问题分析

#### 四、商家信誉问题分析

## 第五章2010-2011年中国胶原蛋白行业市场运行态势分析

### 第一节2010-2011年中国胶原蛋白行业运行走势分析

#### 一、供需情况分析

#### 二、影响供需的因素分析

#### 三、胶原蛋白市场需求特点分析

### 第二节2010-2011年中国胶原蛋白产业市场运行态势分析

#### 一、日本胶原蛋白项目落户唐山

#### 二、Lumi胶原蛋白以优质低价走俏大连

#### 三、胶原蛋白美容市场分析

## 第六章 2010-2011年中国胶原蛋白产品营销解析

### 第一节2010-2011年中国胶原蛋白产品营销现状分析

#### 一、中国胶原蛋白产品营销模式分析

#### 二、中国胶原蛋白产品渠道分析

#### 三、我国中国胶原蛋白产品营销问题

### 第二节 胶原蛋白产品市场突围策略

#### 一、产品定位

#### 二、营销创新

#### 三、消费群体细分

#### 四、产品宣传

#### 五、胶原蛋白网络营销策略

#### 六、一线品牌营销策略分析

### 第三节 2011-2015年中国胶原蛋白营销趋势

## 第七章 2007-2011年中国胶原蛋白相关行业主要数据监测分析

### 第一节2007-2011年2月中国营养、保健食品制造行业规模分析

#### 一、企业数量增长分析

#### 二、从业人数增长分析

#### 三、资产规模增长分析

### 第二节2011年2月中国营养、保健食品制造行业结构分析

#### 一、企业数量结构分析

##### 1、不同类型分析

##### 2、不同所有制分析

#### 二、销售收入结构分析

## 1、不同类型分析

## 2、不同所有制分析

### 第三节2007-2011年2月中国营养、保健食品制造行业产值分析

#### 一、产成品增长分析

#### 二、工业销售产值分析

#### 三、出口交货值分析

### 第四节2007-2011年2月中国营养、保健食品制造行业成本费用分析

#### 一、销售成本分析

#### 二、费用分析

### 第五节2007-2011年2月中国营养、保健食品制造行业盈利能力分析

#### 一、主要盈利指标分析

#### 二、主要盈利能力指标分析

## 第八章 2010-2011年中国胶原蛋白细分应用领域透析

### 第一节 保健食品行业应用分析

#### 一、胶原蛋白保健食品概述

#### 二、胶原蛋白作为功能保健食品使用

#### 三、胶原蛋白保健食品市场透析

#### 四、前景预测

### 第二节 美容护肤行业应用分析

#### 一、胶原蛋白的护肤作用

#### 二、胶原蛋白在美容行业的应用

#### 三、胶原蛋白美容产品市场透析

#### 五、医疗美容行业预测

#### 六、专业美容行业方向

### 第三节 生物医药行业应用分析

#### 一、胶原蛋白在医疗上的应用

#### 二、胶原蛋白医疗研究进展

#### 三、前景预测分析

### 第四节 畜牧饲料行业应用分析

#### 一、饲用胶原蛋白粉的研究进展

#### 二、饲用胶原蛋白粉市场分析

#### 三、前景预测

## 第九章 2006-2010年中国经酸处理的骨胶原及骨进出口数据监测分析（05061000）

### 第一节 2006-2010年中国经酸处理的骨胶原及骨进出口数据分析

#### 一、进口数量分析

#### 二、进口金额分析

### 第二节 2006-2010年中国经酸处理的骨胶原及骨出口数据分析

#### 一、出口数量分析

#### 二、出口金额分析

### 第三节 2006-2010年中国经酸处理的骨胶原及骨进出口平均单价分析

### 第四节 2006-2010年中国经酸处理的骨胶原及骨进出口国家及地区分析

#### 一、进口国家及地区分析

#### 二、出口国家及地区分析

## 第十章 2010-2011年中国胶原蛋白行业竞争格局透析

### 第一节 2010-2011年中国胶原蛋白行业竞争现状

#### 一、胶原蛋白市场竞争程度

#### 二、技术竞争分析

#### 三、成本、价格竞争分析

#### 四、胶原蛋白与替代品竞争分析

### 第二节 2010-2011年中国胶原蛋白市场主要企业竞争动向

#### 一、台湾厂商挺进大陆胶原蛋白市场

#### 二、罗赛洛胶原蛋白在中国市场竞争动向

#### 三、Fanci胶原蛋白在大陆市场的竞争力

### 第三节 2010-2011年中国胶原蛋白行业集中度分析

#### 一、市场集中度分析

#### 二、生产企业集中度分析

### 第四节 2010-2011年中国胶原蛋白市场竞争趋势分析

#### 一、市场需求多样化趋势

#### 二、胶原蛋白将转化为日常消费

#### 三、优质品牌产品占据市场主导地位

#### 四、专业销售服务终端将迅猛发展

### 第五节 未来提高胶原蛋白企业竞争力的策略

#### 一、进行准确的市场定位

#### 二、提高产品质量及加强品牌塑造

三、形成独到的营销策略

四、加强终端服务建设

第十一章 2010-2011年中国胶原蛋白品牌企业竞争力透析

第一节 FANCL（中国驰名商标）

一、企业概况

二、品牌竞争力分析

三、新品研发

四、经营状况

第二节 安利（中国驰名商标）

第三节 维纳斯精纯胶原蛋白（中国驰名商标）

第四节 伊乐瑞（中国驰名商标）

第五节 巨子（一线品牌）

第六节 达杰瑞（中国驰名商标）

第七节 铭让生物（中国驰名商标）

第八节 华研生物（中国驰名商标）

第九节 海力生（中国驰名商标）

第十节 恒寿堂（中国驰名商标）

第十一节 东方海洋

第十二章 2010-2011年中国胶原蛋白重点企业运营财务状况分析

第一节 浙江康恩贝制药股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 北京天坛生物制品股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析



## 六、企业成长能力分析

### 第三节 山东东方海洋科技股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第四节 上海同济科技实业股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第五节 江苏联环药业股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第六节 珠海威尔药业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第七节 青海金源生物制品有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第八节 四川奥星生物技术有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第十三章 2010-2011年中国保健品产业市场发展格局分析

### 第一节 2010-2011年中国保健品行业运行总况

一、中国保健品行业发展三阶段

二、保健品行业困境之中被迫转型

三、产品功能分布情况

四、主要产品概念诉求

### 第二节 2010-2011年中国保健品行业发展状况分析

一、中国保健品行业产值分析

二、在新医改春风下保健品市场成香饽饽

三、保健品市场进入新阶段

四、新《食品安全法》为保健品行业设门槛

### 第三节 2010-2011年中国保健品行业原材料分析

一、我国保健产品主要原料

二、主要原料产品分布概况

三、水溶性膳食纤维分析及预测

四、全球鱼油消费量及价格分析

### 第四节 2010-2011年中国保健品行业的问题及对策分析

一、中国保健品企业发展应返璞归真

二、中国保健品企业的研发策略浅析

三、保健品企业成功开发产品的四大动力

## 第十四章 2010-2011年中国美容市场整体运行综述

## 第一节2010-2011年中国美容市场现状分析

- 一、中国美容市场行业结构与管理体制概况
- 二、中国美容市场正处于新一轮“洗牌期”
- 三、美容市场竞争加剧国内品牌缺失高端
- 四、浅析美容市场中的法治化管理

## 第二节2010-2011年美容消费市场分析

- 一、中国美容消费市场状况分析
- 二、中国美容消费群体的市场要求
- 三、国内美容顾客的消费心理
- 四、女性美容的消费群体分析

## 第三节2010-2011年主要地区美容市场发展现状分析

- 一、上海整治医疗美容市场取得较大成效
- 二、上海美容市场展现良好发展前景
- 三、广州美容市场亟需洗牌
- 四、山西规范美容美发市场出台新标准
- 五、四川医疗美容市场的问题与对策
- 六、青岛民营企业争作美容市场龙头

## 第四节2010-2011年美容市场存在的问题与对策分析

- 一、国内美容市场发展存在的问题
- 二、美容消费存在六大问题
- 三、中国美容市场发展的对策分析

## 第十五章2011-2015年中国胶原蛋白行业发展趋势与前景展望

### 第一节2011-2015年中国胶原蛋白行业发展前景

- 一、酶解生物活性胶原蛋白发展前景看好
- 二、胶原蛋白应用前景广阔
- 三、胶原蛋白/聚乙烯醇复合纤维具有良好市场前景
- 四、胶原蛋白功能性糖果的市场前景

### 第二节2011-2015年中国胶原蛋白行业发展趋势

- 一、2011-2015年绿色产品将成为消费市场宠儿
- 二、2011-2015年胶原蛋白产品多样化趋势分析
- 三、2011-2015年胶原蛋白产品智能化趋势分析
- 四、2011-2015年胶原蛋白品牌价值的升级趋势

### 第三节 2011-2015年中国胶原蛋白市场前景预测

#### 二、2011-2015年我国胶原蛋白的市场规模预测

#### 三、2011-2015年我国胶原蛋白市场的年需求量

#### 四、2011-2015年我国胶原蛋白的市场空间预测

### 第四节2011-2015年中国胶原蛋白行业盈利能力预测分析

## 第十六章2011-2015年中国胶原蛋白行业投资商机与风险预警

### 第一节2010-2011年中国胶原蛋白产业投资概况

#### 一、中国胶原蛋白产业投资特性

#### 二、中国胶原蛋白投资环境分析

### 第二节2011-2015年中国胶原蛋白行业投资机会分析

#### 一、区域投资机会分析

#### 二、鱼鳞中胶原蛋白的开发价值

#### 三、产品应用领域投资机会分析

#### 四、产业链中投资机会对比分析

### 第三节2011-2015年中国胶原蛋白行业投资风险预警

#### 一、市场运营机制风险

#### 二、市场竞争风险

#### 三、原料供给风险

#### 四、进退壁垒

### 第四节 专家投资建议

### 图表目录

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2007-2011年2月中国营养、保健食品制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2007-2011年2月中国营养、保健食品制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2007-2011年2月中国营养、保健食品制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2007-2011年2月中国营养、保健食品制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2011年中国营养、保健食品制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2011年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2011年中国营养、保健食品制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2011年中国营养、保健食品制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2007-2011年2月中国营养、保健食品制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国营养、保健食品制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国营养、保健食品制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国营养、保健食品制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国营养、保健食品制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国营养、保健食品制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2007-2011年2月中国营养、保健食品制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2006-2010年中国经酸处理的骨胶原及骨进口数量分析

图表：2006-2010年中国经酸处理的骨胶原及骨进口金额分析

图表：2006-2010年中国经酸处理的骨胶原及骨出口数量分析

图表：2006-2010年中国经酸处理的骨胶原及骨出口金额分析

图表：2006-2010年中国经酸处理的骨胶原及骨进出口平均单价分析

图表：2006-2010年中国经酸处理的骨胶原及骨进口国家及地区分析

图表：2006-2010年中国经酸处理的骨胶原及骨出口国家及地区分析

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司经营收入走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司盈利指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司负债情况图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司负债指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京天坛生物制品股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京天坛生物制品股份有限公司经营收入走势图

图表：北京天坛生物制品股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京天坛生物制品股份有限公司负债情况图

图表：北京天坛生物制品股份有限公司负债指标走势图

图表：北京天坛生物制品股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京天坛生物制品股份有限公司成长能力指标走势图

图表：山东东方海洋科技股份有限公司主要经济指标走势图

图表：山东东方海洋科技股份有限公司经营收入走势图

图表：山东东方海洋科技股份有限公司盈利指标走势图

图表：山东东方海洋科技股份有限公司负债情况图

图表：山东东方海洋科技股份有限公司负债指标走势图

图表：山东东方海洋科技股份有限公司运营能力指标走势图

图表：山东东方海洋科技股份有限公司成长能力指标走势图

图表：上海同济科技实业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海同济科技实业股份有限公司经营收入走势图

图表：上海同济科技实业股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海同济科技实业股份有限公司负债情况图

图表：上海同济科技实业股份有限公司负债指标走势图

图表：上海同济科技实业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海同济科技实业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：江苏联环药业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：江苏联环药业股份有限公司经营收入走势图

图表：江苏联环药业股份有限公司盈利指标走势图

图表：江苏联环药业股份有限公司负债情况图

图表：江苏联环药业股份有限公司负债指标走势图

图表：江苏联环药业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：江苏联环药业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：珠海威尔药业有限公司 主要经济指标走势图

图表：珠海威尔药业有限公司 经营收入走势图

图表：珠海威尔药业有限公司 盈利指标走势图

图表：珠海威尔药业有限公司 负债情况图

图表：珠海威尔药业有限公司 负债指标走势图

图表：珠海威尔药业有限公司 运营能力指标走势图

图表：珠海威尔药业有限公司 成长能力指标走势图

图表：青海金源生物制品有限公司主要经济指标走势图

图表：青海金源生物制品有限公司经营收入走势图

图表：青海金源生物制品有限公司盈利指标走势图

图表：青海金源生物制品有限公司负债情况图

图表：青海金源生物制品有限公司负债指标走势图

图表：青海金源生物制品有限公司运营能力指标走势图

图表：青海金源生物制品有限公司成长能力指标走势图

图表：四川奥星生物技术有限公司主要经济指标走势图

图表：四川奥星生物技术有限公司经营收入走势图

图表：四川奥星生物技术有限公司盈利指标走势图

图表：四川奥星生物技术有限公司负债情况图

图表：四川奥星生物技术有限公司负债指标走势图

图表：四川奥星生物技术有限公司运营能力指标走势图

图表：四川奥星生物技术有限公司成长能力指标走势图

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baojian1109/U151043LMX.html>