

2012-2016年中国胶原蛋白 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国胶原蛋白市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/baojian1207/Q775043HCO.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-07-10

【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《2012-2016年中国胶原蛋白市场现状分析及投资前景研究报告》共十六章。首先介绍了全球胶原蛋白行业发展、我国胶原蛋白行业发展，接着分析了中国胶原蛋白行业消费市场的现状，然后介绍了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，最后分析了胶原蛋白行业发展趋势预测。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。

通过《2012-2016年中国胶原蛋白市场现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

胶原蛋白是一种生物性高分子物质。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。

目录

第一部分 发展现状与前景分析 1

第一章 全球胶原蛋白行业发展分析 1

第一节 国际护肤品市场发展分析 1

一、全球护肤品市场概述 1

二、2010年全球护肤品需求分析 2

三、2011年全球护肤品消费格局 2

第二节 世界胶原蛋白行业市场情况 4

一、2011年世界胶原蛋白产业发展现状 4

二、2011年国际胶原蛋白产业市场需求 5

三、2011年国际胶原蛋白行业研发动态 6

四、2011年全球鱼胶原蛋白的市场需求 7

第三节 部分国家地区胶原蛋白行业发展状况 7

- 一、2011年美国胶原蛋白行业发展分析 7
- 二、2011年欧洲胶原蛋白行业发展分析 8
- 三、2011年日本胶原蛋白行业发展分析 8
- 四、2011年台湾胶原蛋白行业发展分析 9

第二章 我国胶原蛋白行业发展现状 10

第一节 中国胶原蛋白行业发展概述 10

- 一、中国胶原蛋白行业发展历程 10
- 二、中国胶原蛋白行业发展面临问题 11
- 三、中国胶原蛋白行业技术发展现状及趋势 11

第二节 我国胶原蛋白行业发展状况 27

- 一、2011年胶原蛋白行业发展情况分析 27
- 二、2011年我国胶原蛋白市场特点分析 27
- 三、2011年胶原蛋白食品美容市场分析 28
- 四、2011年类人胶原蛋白研产情况分析 29

第三节 中国胶原蛋白行业供需分析 31

- 一、2011年中国胶原蛋白市场需求分析 31
- 二、2011年中国胶原蛋白政策需求分析 33
- 三、2011年我国胶原蛋白的需求量分析 34
- 四、2011年我国胶原蛋白的消费量分析 34

第四节 2010年国内鱼胶原蛋白制品市场研究 35

- 一、2011年鱼胶原蛋白保健品市场现状 35
- 二、2011年鱼胶原蛋白保健品市场品牌 36
- 三、2011年鱼胶原蛋白保健品包装形态 36
- 四、2011年鱼胶原蛋白保健品产品结构 37
- 五、2011年鱼胶原蛋白保健品保健功效 38
- 六、2011年鱼胶原蛋白所面向消费群体 41

第五节 胶原蛋白产品市场分析 42

- 一、市场常见的胶原蛋白产品比较 42
- 二、胶原蛋白产品市场问题分析 48

第三章 中国胶原蛋白行业经济运行分析 50

| | |
|---------------------------|----|
| 第一节 2010年胶原蛋白行业运行情况分析 | 50 |
| 一、2010年胶原蛋白行业经济指标分析 | 50 |
| 二、2010年胶原蛋白行业收入前十家企业 | 53 |
| 第二节 胶原蛋白市场销售情况 | 54 |
| 一、2008年胶原蛋白市场销售总额 | 54 |
| 二、2009年胶原蛋白市场销售总额 | 54 |
| 三、2010年胶原蛋白市场销售总额 | 55 |
| 四、2012-2016年胶原蛋白市场容量预测 | 55 |
| 第三节 2008-2010年胶原蛋白行业进出口分析 | 55 |
| 一、2010年胶原蛋白业进出口总量及价格 | 55 |
| 二、2010年胶原蛋白行业进口总量及价格 | 62 |
| 三、2010年胶原蛋白行业进出口总量及价格 | 68 |
| 四、2008-2011年明胶、鱼胶等进出口数据统计 | 73 |
| | |
| 第四章 中国胶原蛋白行业消费市场分析 | 82 |
| 第一节 中国胶原蛋白消费者收入分析 | 82 |
| 一、中国人口、人民生活分析 | 82 |
| 二、2009-2010年消费者收入水平 | 87 |
| 三、2009-2010年消费者信心指数分析 | 88 |
| 第二节 胶原蛋白消费者调查 | 89 |
| 一、胶原蛋白消费者的认知 | 89 |
| 二、胶原蛋白消费者的调查 | 89 |
| 三、胶原蛋白消费需求调查 | 90 |
| 第三节 胶原蛋白营销策略分析 | 91 |
| 一、我国胶原蛋白销售渠道 | 91 |
| 二、胶原蛋白网络营销策略 | 92 |
| 三、一线品牌营销策略分析 | 93 |
| 第四节 中国保健品消费市场分析 | 94 |
| 一、保健品消费特点 | 94 |
| 二、保健品消费者调查 | 95 |
| 三、2010年保健品消费行为调查 | 97 |
| 四、女性保健品消费市场分析 | 99 |

第五章 中国胶原蛋白中的重点应用市场分析 101

第一节 保健食品行业应用分析 101

- 一、胶原蛋白保健食品概述 101
- 二、胶原蛋白作为功能保健食品使用 103
- 三、2011年食品行业经济运行情况分析 104
- 四、2011年我国保健品市场竞争分析 106
- 五、2011年我国保健品的进出口分析 106
- 六、未来功能性食品发展趋势预测 107

第二节 美容护肤行业应用分析 108

- 一、胶原蛋白的护肤作用 108
- 二、胶原蛋白在美容行业的应用 110
- 三、化妆品行业展望与现状思考 110
- 四、2010年化妆品行业年销售额 114
- 五、2012-2016年医疗美容行业预测 114
- 六、2012-2016年专业美容行业方向 115

第三节 生物医药行业应用分析 117

- 一、胶原蛋白在医疗上的应用 117
- 二、2010年在医学中的应用研究 119
- 三、2010-2011年中国医药产业运行总结 121
- 四、2011年医药行业产量及进出口 129
- 五、未来我国医药发展趋势预测 163

第四节 畜牧饲料行业应用分析 165

- 一、饲用胶原蛋白粉的研究进展 165
- 二、30年来我国饲料工业发展分析 166
- 三、2010年饲料产量及进出口分析 177
- 四、2010年我国饲料行业发展分析 198
- 五、2011年饲料工业发展趋势展望 204

第六章 胶原蛋白行业投资与发展前景分析 208

第一节 2010年胶原蛋白行业投资情况分析 208

- 一、2010年胶原蛋白行业投资情况分析 208
- 二、2010年鱼鳞中胶原蛋白的开发价值 208

第二节 胶原蛋白行业投资机会分析 210

- 一、2011年胶原蛋白市场商机分析 210
- 二、2011年胶原蛋白市场投资机会分析 210
- 三、2012-2016年胶原蛋白投资形势分析 211

第三节 胶原蛋白行业发展前景分析 212

- 一、胶原蛋白行业发展前景分析 212
- 二、胶原的性质和应用前景分析 212
- 三、2012-2016年胶原蛋白市场前景 213

第二部分 市场竞争格局与形势 217

第七章 胶原蛋白行业竞争格局分析 217

第一节 胶原蛋白行业竞争结构分析 217

- 一、行业内现有企业的竞争 217
- 二、新进入者的威胁 217
- 三、替代品的威胁 218
- 四、供应商的讨价还价能力 218
- 五、购买者的讨价还价能力 218

第二节 胶原蛋白行业竞争格局分析 219

- 一、2011年胶原蛋白行业竞争格局分析 219
- 二、2011年胶原蛋白行业竞争形势分析 219
- 三、2011年中国胶原蛋白行业的竞争力 220

第三节 胶原蛋白市场主要企业竞争动向 220

- 一、台湾厂商挺进大陆胶原蛋白市场 220
- 二、罗赛洛胶原蛋白在中国市场竞争动向 221
- 三、FANCL胶原蛋白在大陆市场的竞争力 222

第四节 我国胶原蛋白市场竞争趋势分析 222

- 一、市场需求多样化趋势 222
- 二、胶原蛋白将转化为日常消费 223
- 三、优质品牌产品占据市场主导地位 223
- 四、专业销售服务终端将迅猛发展 224

第八章 2011年中国胶原蛋白行业发展形势分析 225

| | |
|---------------------------|-----|
| 第一节 胶原蛋白行业发展概况 | 225 |
| 一、胶原蛋白行业概述 | 225 |
| 二、胶原蛋白的应用分析 | 226 |
| 三、胶原蛋白行业总产值分析 | 231 |
| 四、胶原蛋白行业技术发展分析 | 231 |
| 第二节 2011年胶原蛋白行业市场情况分析 | 233 |
| 一、胶原蛋白市场规模分析 | 233 |
| 二、胶原蛋白市场相关政策分析 | 234 |
| 第三节 2011年中国胶原蛋白行业存在的问题 | 235 |
| 一、产品质量问题分析 | 235 |
| 二、产品认知问题分析 | 235 |
| 三、生产成本问题分析 | 235 |
| 四、商家信誉问题分析 | 236 |
| | |
| 第三部分 赢利水平与企业分析 | 237 |
| 第九章 中国胶原蛋白行业整体运行指标分析 | 237 |
| 第一节 2011年中国胶原蛋白行业总体规模分析 | 237 |
| 一、企业数量结构分析 | 237 |
| 二、行业生产规模分析 | 237 |
| 第二节 2010年中国胶原蛋白行业产销分析 | 238 |
| 一、行业产成品情况总体分析 | 238 |
| 二、行业产品销售收入总体分析 | 238 |
| 第三节 2010年中国胶原蛋白行业财务指标总体分析 | 239 |
| 一、行业盈利能力分析 | 239 |
| 二、行业偿债能力分析 | 239 |
| 三、行业营运能力分析 | 240 |
| 四、行业发展能力分析 | 240 |
| | |
| 第十章 胶原蛋白行业赢利水平分析 | 241 |
| 第一节 成本分析 | 241 |
| 一、2011年胶原蛋白原材料价格走势 | 241 |
| 二、2011年胶原蛋白行业人工成本分析 | 242 |

第二节 产销运存分析 242

一、2011年胶原蛋白行业新产品产值 242

二、2011年胶原蛋白行业出口交货值 242

第三节 盈利水平分析 243

一、2011年胶原蛋白行业价格走势 243

二、2011年胶原蛋白行业营业收入情况 243

三、2011年胶原蛋白行业毛利率情况 244

四、2011年胶原蛋白行业赢利能力 244

五、2012-2016年胶原蛋白行业赢利预测 245

第十一章 胶原蛋白行业盈利能力分析 246

第一节 2010年中国胶原蛋白行业利润总额分析 246

一、利润总额分析 246

二、不同规模企业利润总额比较分析 246

三、不同所有制企业利润总额比较分析 247

第二节 2010年中国胶原蛋白行业总资产分析 248

一、总资产分析 248

二、不同规模企业总资产比较分析 248

三、不同所有制企业总资产比较分析 248

第十二章 胶原蛋白重点企业发展分析 250

第一节 FANCL（中国驰名商标） 250

一、企业概况 250

二、产品技术及特点 250

三、2011年公司新品介绍 252

第二节 安利（中国驰名商标） 253

一、企业概况 253

二、安利胶原蛋白 254

三、2010年公司财务状况 254

四、公司发展战略 256

第三节 维纳斯精纯胶原蛋白（中国驰名商标） 258

一、企业概况 258

| | |
|------------------|-----|
| 二、竞争优势 | 260 |
| 三、主要成分 | 260 |
| 第四节 伊乐瑞（中国驰名商标） | 261 |
| 一、企业概况 | 261 |
| 二、企业文化 | 262 |
| 三、胶原蛋白产品 | 262 |
| 第五节 巨子（一线品牌） | 262 |
| 一、企业概况 | 262 |
| 二、公司自主研发的新产品介绍 | 264 |
| 三、公司发展新形势 | 264 |
| 第六节 达杰瑞（中国驰名商标） | 264 |
| 一、企业概况 | 264 |
| 二、胶原蛋白产品 | 265 |
| 三、产品工艺特点 | 265 |
| 第七节 铭让生物（中国驰名商标） | 266 |
| 一、企业概况 | 266 |
| 二、生产情况 | 266 |
| 三、相关列项、认证及标准 | 267 |
| 第八节 华研生物（中国驰名商标） | 268 |
| 一、企业概况 | 268 |
| 二、原料供应 | 268 |
| 三、公司人才战略 | 273 |
| 第九节 海力生（中国驰名商标） | 273 |
| 一、企业概况 | 273 |
| 二、公司发展实力 | 274 |
| 三、公司发展状况分析 | 274 |
| 第十节 恒寿堂（中国驰名商标） | 276 |
| 一、企业概况 | 276 |
| 二、企业文化 | 277 |
| 三、竞争优势 | 277 |
| 第十一节 东方海洋 | 278 |
| 一、企业概况 | 278 |

- 二、公司胶原蛋白产品发展状况 278
- 三、2010年公司发展状况分析 279
- 四、公司科研开发状况 281

第四部分 投资策略与风险预警 284

第十三章 胶原蛋白行业投资策略分析 284

第一节 行业特性 284

- 一、行业盈利性分析 284
- 二、行业周期性分析 284

第二节 胶原蛋白行业投资效益分析 285

- 一、投资壁垒分析 285
- 二、投资效益分析 288
- 三、投资回报分析 288

第三节 胶原蛋白行业投资策略研究 289

- 一、技术开发战略 289
- 二、产业战略规划 289
- 三、业务组合战略 290
- 四、营销战略规划 291
- 五、区域战略规划 291

第十四章 胶原蛋白行业投资风险预警 293

第一节 影响胶原蛋白行业发展的主要因素 293

- 一、人民币升值 293
- 二、劳动合同法 293
- 三、环保法令 294
- 四、企业所得税新制度 295

第二节 2012-2016年胶原蛋白行业投资风险预警 295

- 一、直销存在四大风险 295
- 二、行业社会风险分析 296
- 三、市场风险化解策略 297
- 四、行业风险规避之道 298

| | |
|----------------------------|-----|
| 第五部分 发展趋势与规划建议 | 301 |
| 第十五章 胶原蛋白行业发展趋势分析 | 301 |
| 第一节 2012-2016年中国胶原蛋白市场趋势分析 | 301 |
| 一、未来胶原蛋白的发展趋势分析 | 301 |
| 二、2012-2016年胶原蛋白应用前景及发展趋势 | 301 |
| 三、2012-2016年胶原蛋白发展前景及研究方向 | 304 |
| 四、2012-2016年口服胶原蛋白的发展趋势分析 | 306 |
| 第二节 2012-2016年中国胶原蛋白行业发展预测 | 307 |
| 一、2012-2016年胶原蛋白产业的发展趋势预测 | 307 |
| 二、2012-2016年我国胶原蛋白的市场规模预测 | 307 |
| 三、2012-2016年我国胶原蛋白市场的年需求量 | 308 |
| 四、2012-2016年我国胶原蛋白的市场空间预测 | 308 |
| 第三节 2012-2016年我国胶原蛋白技术趋势分析 | 309 |
| 一、2012-2016年绿色产品将成为消费市场宠儿 | 309 |
| 二、2012-2016年胶原蛋白产品多样化趋势分析 | 309 |
| 三、2012-2016年胶原蛋白产品智能化趋势分析 | 310 |
| 四、2012-2016年胶原蛋白品牌价值的升级趋势 | 310 |
| 第四节 2012-2016年保健品行业发展趋势预测 | 311 |
| 一、2012-2016年中国保健品销售额预测 | 311 |
| 二、2012-2016年中国保健品的市场潜力 | 311 |
| 三、2012-2016年我国保健品总产值预测 | 312 |
| 四、2012-2016年保健品市场潜力及商机 | 312 |
| 第五节 生物产业发展“十二五”规划 | 313 |
| 第十六章 胶原蛋白企业管理策略建议 | 315 |
| 第一节 市场策略分析 | 315 |
| 一、胶原蛋白价格策略分析 | 315 |
| 二、胶原蛋白渠道策略分析 | 315 |
| 第二节 销售策略分析 | 316 |
| 一、媒介选择策略分析 | 316 |
| 二、产品定位策略分析 | 317 |
| 三、企业宣传策略分析 | 321 |

第三节 提高胶原蛋白企业竞争力的策略 323

- 一、进行准确的市场定位 323
- 二、提高产品质量及加强品牌塑造 323
- 三、形成独到的营销策略 323
- 四、加强终端服务建设 324

第四节 对我国胶原蛋白品牌的战略思考 324

- 一、胶原蛋白实施品牌战略意义 324
- 二、胶原蛋白品牌的特性和作用 325
- 三、胶原蛋白品牌价值战略研究 326
- 四、我国胶原蛋白品牌竞争趋势 326
- 五、胶原蛋白企业品牌发展战略 327

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/baojian1207/Q775043HCO.html>