

2014-2018年中国胶原蛋白 市场深度调研与投资前景研究报告

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

《2014-2018年中国胶原蛋白市场深度调研与投资前景研究报告》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/baojian1312/W450434FHE.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】2013-12-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国胶原蛋白市场深度调研与投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了胶原蛋白产业相关概述、中国胶原蛋白行业市场运行环境等，接着分析了中国胶原蛋白行业运行的现状，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做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国胶原蛋白行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。

由于胶原蛋白有诸多优良性质，使这类生物高分子化合物目前用途非常广泛，遍及医药、化工、食品等领域，其中生物材料与医药品方面的应用是研究的很多的课题。

健康食品需兼具浓厚风味，将传统食品重新配方，使之成为健康食品而不失其原味，这将是新产品开发的趋势。随着我国科学技术的进步、经济的发展和生活质量的普遍提高，人们崇尚绿色、回归自然的意识的加强，以胶原蛋白为原料和添加剂的化妆品、食品将会受到人们的欢迎，这是因为胶原蛋白具有特殊的化学组成及结构，天然蛋白具有合成高分子材料不可比拟的生物相容性和生物降解性。随着对胶原的进一步研究，人们的生活中将会越来越多的接触到含有胶原蛋白的产品，胶原蛋白其产品将会越来越广泛地被应用于医药、工业、生物材料等方面。

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 2013年世界胶原蛋白行业运行状况分析

第一节 2013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 2013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 2014-2019年世界胶原蛋白行业发展趋势展望

第三章 2013年中国胶原蛋白行业市场运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013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 2013年中国胶原蛋白行业社会环境分析

第四章 2013年中国胶原蛋白业运行透析

第一节 2013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 2013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 2013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 2013年中国胶原蛋白行业市场运行态势分析

第一节 2013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 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 2013年中国胶原蛋白产品营销解析

第一节 2013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 2014-2019年中国胶原蛋白营销趋势

第七章 2011-2013年中国胶原蛋白相关行业数据监测分析

第一节 2011-2013年中国营养、保健食品制造行业总体数据分析

一、2011年中国营养、保健食品制造行业全部企业数据分析

二、2012年中国营养、保健食品制造行业全部企业数据分析

三、2013年中国营养、保健食品制造行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据分析

一、2011年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据分析

二、2012年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据分析

三、2013年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据分析

一、2011年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据分析

二、2012年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据分析

三、2013年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据分析

第八章 2013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 2013年中国胶原蛋白行业竞争格局透析

第一节 2013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 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 2013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 2013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

第十章 2013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

第十一章 2013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

第十二章 2013年中国保健品产业市场发展格局分析

第一节 2013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 2013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 2013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 2013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

第十三章 2013年中国美容市场整体运行综述

第一节 2013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系概况
- 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 2013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 2013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 2013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

第十四章 2014-2019年中国胶原蛋白行业发展趋势与前景展望分析

第一节 2014-2019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 2014-2019年中国胶原蛋白行业发展趋势

- 一、2014-2019年绿色产品将成为消费市场宠儿
- 二、2014-2019年胶原蛋白产品多样化趋势分析
- 三、2014-2019年胶原蛋白产品智能化趋势分析
- 四、2014-2019年胶原蛋白品牌价值的升级趋势

第三节 2014-2019年中国胶原蛋白市场前景预测

- 二、2014-2019年我国胶原蛋白的市场规模预测
- 三、2014-2019年我国胶原蛋白市场的年需求量
- 四、2014-2019年我国胶原蛋白的市场空间预测

第四节 2014-2019年中国胶原蛋白行业盈利能力预测分析

第十五章 2014-2019年中国胶原蛋白行业投资商机与风险预警

第一节 2013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 2014-2019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 2014-2019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、进退入壁垒

第四节 博思数据投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baojian1312/W450434FHE.html>