

中国胶原蛋白行业市场研究及投资价值评估报告 (2012-2016)

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《中国胶原蛋白行业市场研究及投资价值评估报告（2012-2016）》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/baojianpin/136769136769.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国报告网发布的《中国胶原蛋白行业市场研究及投资价值评估报告（2012-2016）》共十六章。内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、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。

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的问题 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 2011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 2011年胶原蛋白行业运行情况分析 50
 - 一、2011年胶原蛋白行业经济指标分析 50
 - 二、2011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、2009年胶原蛋白市场销售总额 54
 - 二、2010年胶原蛋白市场销售总额 54
 - 三、2011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 2008-2011年胶原蛋白行业进出口分析 55
 - 一、2011年胶原蛋白业进出口总量及价格 55
 - 二、2011年胶原蛋白行业进口总量及价格 62
 - 三、2011年胶原蛋白行业进出口总量及价格 68
 - 四、2008-2012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、2009-2011年消费者收入水平 87

三、2009-2011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、2011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、2012年食品行业经济运行情况分析	104
四、2012年我国保健品市场竞争分析	106
五、2012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、2011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、2011年在医学中的应用研究	119
三、2011-2012年中国医药产业运行总结	121
四、2012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、2011年饲料产量及进出口分析	177
四、2011年我国饲料行业发展分析	198
五、2012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 2011年胶原蛋白行业投资情况分析	208
一、2011年胶原蛋白行业投资情况分析	208
二、2011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、2012年胶原蛋白市场商机分析	210
二、2012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、2012年胶原蛋白行业竞争格局分析	219
二、2012年胶原蛋白行业竞争形势分析	219
三、2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2011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 2011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、2012年胶原蛋白原材料价格走势 241
 - 二、2012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、2012年胶原蛋白行业新产品产值 242

二、2012年胶原蛋白行业出口交货值 242

第三节 盈利水平分析 243

一、2012年胶原蛋白行业价格走势 243

二、2012年胶原蛋白行业营业收入情况 243

三、2012年胶原蛋白行业毛利率情况 244

四、2012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 2011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 2011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、2012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、2011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、2011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

特别说明：本公司报告书中的数据和内容会随时间变化补充更新，报告出版年份对报告质量不会造成任何影响。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/136769136769.html>