



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年胶原蛋白市场评估 及投资前景评估研究报告

一、调研说明

《2013-2017年胶原蛋白市场评估及投资前景评估研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/217947.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

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。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年胶原蛋白市场评估及投资前景评估研究报告》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。

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球胶原蛋白行业发展分析

第一节 国际护肤品市场发展分析

一、全球护肤品市场概述

二、2011年全球护肤品需求分析

三、2012年全球护肤品消费格局

第二节 世界胶原蛋白行业市场情况

一、2011年世界胶原蛋白产业发展现状

二、2011年国际胶原蛋白产业市场需求

三、2012年国际胶原蛋白行业研发动态

四、2012年全球鱼胶原蛋白的市场需求

第三节 部分国家和地区胶原蛋白行业发展状况

一、2011年美国胶原蛋白行业发展分析

二、2011年欧洲胶原蛋白行业发展分析

三、2011年日本胶原蛋白行业发展分析

四、2011年台湾胶原蛋白行业发展分析

第二章 我国胶原蛋白行业发展现状

第一节 中国胶原蛋白行业发展概述

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

第二节 我国胶原蛋白行业发展状况

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

第三节 中国胶原蛋白行业供需分析

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

第四节 2011年国内鱼胶原蛋白制品市场研究

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

第三章 中国胶原蛋白行业经济运行分析

第一节 2011年胶原蛋白行业运行情况分析

- 一、2011年胶原蛋白行业经济指标分析
- 二、2011年胶原蛋白行业收入前十家企业

第二节 胶原蛋白市场销售情况

- 一、2011年胶原蛋白市场销售总额
- 二、2011年胶原蛋白市场销售总额
- 三、2013-2017年胶原蛋白销售预测

第三节 2011年胶原蛋白行业进出口分析

- 一、2011年胶原蛋白行业出口总量及价格
- 二、2011年胶原蛋白行业进口总量及价格

三、2011年胶原蛋白行业进口总量及价格统计

四、2011年明胶、鱼胶等进出口数据统计

第四章 中国胶原蛋白行业消费市场分析

第一节 中国胶原蛋白消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2011年消费者收入水平

三、2011-2012年消费者信心指数分析

第二节 胶原蛋白消费者调查

一、胶原蛋白消费者的认知

二、胶原蛋白消费者的调查

三、胶原蛋白消费需求调查

第三节 胶原蛋白营销策略分析

一、我国胶原蛋白销售渠道

二、胶原蛋白网络营销策略

三、一线品牌营销策略分析

第四节 中国保健品消费市场分析

一、保健品消费特点

二、保健品消费者调查

三、2011年保健品消费行为调查

四、女性保健品消费市场分析

第五章 中国胶原蛋白中的重点应用市场分析

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、2011年食品业经济运行情况分析

四、2011年我国保健品市场竞争分析

五、2011年我国保健品的进出口分析

六、未来功能性食品发展趋势预测

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、化妆品行业展望与现状思考
- 四、2011年化妆品行业年销售额
- 五、2013-2017年医疗美容行业预测
- 六、2013-2017年专业美容行业方向
- 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、2011年在医学中的应用研究
 - 三、2011年中国医药产业运行总结
 - 四、2011年我国医药产业发展特点
 - 五、2011年医药行业产量及进出口
 - 六、2020年我国医药发展趋势预测
- 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、30年来我国饲料工业发展分析
 - 三、2011年饲料产量及进出口分析
 - 四、2011年我国饲料行业发展回顾
 - 五、2012年饲料工业发展趋势展望

第六章 胶原蛋白行业投资与发展前景分析

第一节 2011年胶原蛋白行业投资情况分析

- 一、2011年胶原蛋白行业投资情况分析
- 二、2011年鱼鳞中胶原蛋白的开发价值

第二节 胶原蛋白行业投资机会分析

- 一、2011年胶原蛋白市场商机分析
- 二、2011年胶原蛋白市场投资机会分析
- 三、2013-2017年胶原蛋白投资形势分析

第三节 胶原蛋白行业发展前景分析

- 一、胶原蛋白行业发展前景分析
- 二、胶原的性质和应用前景分析
- 三、2013-2017年胶原蛋白市场前景

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 胶原蛋白行业竞争格局分析

第一节 胶原蛋白行业竞争结构分析

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 胶原蛋白行业竞争格局分析

一、2011年胶原蛋白行业竞争格局分析

二、2011年胶原蛋白行业竞争形势分析

三、2011年中国胶原蛋白行业的竞争力

第三节 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、FANCL胶原蛋白在大陆市场的竞争力

第四节 我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

第八章 2011年中国胶原蛋白行业发展形势分析

第一节 胶原蛋白行业发展概况

一、胶原蛋白行业概述

二、胶原蛋白的应用分析

三、胶原蛋白行业总产值分析

四、胶原蛋白行业技术发展分析

第二节 2011年胶原蛋白行业市场情况分析

一、胶原蛋白市场规模分析

二、胶原蛋白市场相关政策分析

第三节 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

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国胶原蛋白行业整体运行指标分析

第一节 2009-2012年中国胶原蛋白行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析

第二节 2009-2012年中国胶原蛋白行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009-2012年中国胶原蛋白行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 胶原蛋白行业赢利水平分析

第一节 成本分析

- 一、2009-2012年胶原蛋白原材料价格走势
- 二、2009-2012年胶原蛋白行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

- 一、2009-2012年胶原蛋白行业新产品产值
- 二、2009-2012年胶原蛋白行业出口交货值

第三节 盈利水平分析

- 一、2009-2012年胶原蛋白行业价格走势
- 二、2009-2012年胶原蛋白行业营业收入情况
- 三、2009-2012年胶原蛋白行业毛利率情况
- 四、2009-2012年胶原蛋白行业赢利能力
- 五、2013-2017年胶原蛋白行业赢利预测

第十一章 胶原蛋白行业盈利能力分析

第一节 2009-2012年中国胶原蛋白行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009-2012年中国胶原蛋白行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009-2012年中国胶原蛋白行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 胶原蛋白重点企业发展分析

第一节 FANCL (中国驰名商标)

一、企业概况

二、2011年经营状况

三、2011年新品研发

第二节 安利 (中国驰名商标)

一、企业概况

二、安利胶原蛋白

三、2008-2011年经营状况

第三节 维纳斯精纯胶原蛋白 (中国驰名商标)

一、企业概况

二、竞争优势

三、主要成分

第四节 伊乐瑞 (中国驰名商标)

一、企业概况

二、企业文化

三、胶原蛋白产品

第五节 巨子 (一线品牌)

一、企业概况

二、公司自主研发的新产品介绍

三、公司发展新形势

第六节 达杰瑞（中国驰名商标）

一、企业概况

二、胶原蛋白产品

三、产品工艺特点

第七节 铭让生物（中国驰名商标）

一、企业概况

二、生产情况

三、相关列项、认证及标准

第八节 华研生物（中国驰名商标）

一、企业概况

二、原料供应

三、公司人才战略

第九节 海力生（中国驰名商标）

一、企业概况

二、公司发展实力

三、公司发展状况分析

第十节 恒寿堂（中国驰名商标）

一、企业概况

二、企业文化

三、竞争优势

第十一节 东方海洋

一、企业概况

二、公司胶原蛋白产品发展状况

三、2010年公司发展状况分析

四、公司科研开发状况

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 胶原蛋白行业投资策略分析

第一节 行业特性

一、行业盈利性分析

二、行业周期性分析

第二节 胶原蛋白行业投资效益分析

一、投资壁垒分析

二、投资效益分析

三、投资回报分析

第三节 胶原蛋白行业投资策略研究

一、技术开发战略

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

第十四章 胶原蛋白行业投资风险预警

第一节 影响胶原蛋白行业发展的主要因素

一、人民币升值

二、劳动合同法

三、环保法令

四、企业所得税新制度

第二节 2013-2017年胶原蛋白行业投资风险预警

一、直销存在四大风险

二、行业社会风险分析

三、市场风险化解策略

四、行业风险规避之道

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 胶原蛋白行业发展趋势分析

第一节 2013-2017年中国胶原蛋白市场趋势分析

一、未来胶原蛋白的发展趋势分析

二、2013-2017年胶原蛋白应用前景及发展趋势

三、2013-2017年胶原蛋白发展前景及研究方向

四、2013-2017年口服胶原蛋白的发展趋势分析

第二节 2013-2017年中国胶原蛋白行业发展预测

一、2013-2017年胶原蛋白产业的发展趋势预测

二、2013-2017年我国胶原蛋白的市场规模预测

三、2013-2017年我国胶原蛋白市场的年需求量

四、2013-2017年我国胶原蛋白的市场空间预测

第三节 2013-2017年我国胶原蛋白技术趋势分析

一、2013-2017年绿色产品将成为消费市场宠儿

二、2013-2017年胶原蛋白产品多样化趋势分析

三、2013-2017年胶原蛋白产品智能化趋势分析

四、2013-2017年胶原蛋白品牌价值的升级趋势

第四节 2013-2017年保健品行业发展趋势预测

一、2013-2017年中国保健品销售额预测

二、2013-2017年中国保健品的市场潜力

三、2013-2017年我国保健品总产值预测

四、2013-2017年保健品市场潜力及商机

第五节 生物产业发展"十二五"规划

一、机遇与挑战

二、指导思想与发展目标

三、主要任务与发展重点

四、保障措施

第十六章 胶原蛋白企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、胶原蛋白价格策略分析

二、胶原蛋白渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 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

第四节 对我国胶原蛋白品牌的战略思考

一、胶原蛋白实施品牌战略意义

二、胶原蛋白品牌的特性和作用

三、胶原蛋白品牌价值战略研究

四、我国胶原蛋白品牌竞争趋势

五、胶原蛋白企业品牌发展战略

通过《2013-2017年胶原蛋白市场评估及投资前景评估研究报告》，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。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/217947.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。