



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国胶原蛋白市场 监测及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国胶原蛋白市场监测及投资战略研究报告》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/253347.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

第一部分 产业深度分析 14

第一章 胶原蛋白行业发展综述 14

第一节 胶原蛋白行业定义及分类 14

一、胶原蛋白的概念 14

二、胶原蛋白对于人体的重要性 14

三、胶原蛋白的性能 15

四、胶原蛋白的应用 15

第二节 胶原蛋白行业特征分析 17

一、行业基本特点 17

二、行业分类 17

三、胶原蛋白的子行业 18

四、胶原蛋白行业生命周期分析 18

第三节 胶原蛋白行业经济指标分析 19

一、赢利性 19

二、成长速度 19

三、附加值的提升空间 19

四、进入壁垒 19

五、行业周期 20

六、行业成熟度 20

第二章 中国胶原蛋白行业运行分析 21

第一节 中国胶原蛋白行业发展状况分析 21

一、胶原蛋白行业发展阶段 21

二、胶原蛋白应用领域情况 22

三、国胶原蛋白市场发展特点 22

四、国内胶原蛋白市场存在的问题 22

五、身份制约食品用胶原蛋白发展 23

第二节 中国胶原蛋白行业发展规模 23

一、2008-2014年中国胶原蛋白市场规模 23

二、中国胶原蛋白行业发展分析 24

三、中国胶原蛋白企业发展分析 24

第三节 区域市场分析 34

第四节 胶原蛋白细分产品市场分析 34

第五节 胶原蛋白产品价格分析 35

一、国内市场胶原蛋白价格特征 35

二、国内市场胶原蛋白价格情况 35

（一）胶原蛋白类化妆品 35

（二）胶原蛋白口服产品 36

三、影响胶原蛋白产品价格的因素分析 37

第三章 2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业数据监测分析 38

第一节 2011-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业发展分析 38

一、2012年胶原蛋白及其他动物胶行业发展概况 38

二、2014年胶原蛋白及其他动物胶行业发展概况 39

三、2014年胶原蛋白及其他动物胶行业发展概况 42

第二节 2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业规模分析 43

一、企业数量增长分析 43

二、资产规模增长分析 44

三、销售规模增长分析 45

四、利润规模增长分析 46

第三节 2011-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业结构分析 47

一、企业数量结构分析 47

二、资产规模结构分析 49

三、销售规模结构分析 50

四、利润规模结构分析 52

第四节 2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业成本费用分析 53

一、销售成本统计 53

二、主要费用统计 54

第五节 2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业运营效益分析 55

一、偿债能力分析 55

二、盈利能力分析 55

三、运营能力分析 57

第四章 中国胶原蛋白行业供需形势分析 59

第一节 胶原蛋白行业生产分析 59

- 一、2012-2014年胶原蛋白行业生产规模 59
- 二、2015-2020年胶原蛋白行业产量产能变化趋势 59

第二节 胶原蛋白市场需求情况 59

- 一、2008-2014年中国胶原蛋白市场需求规模 59
- 二、胶原蛋白行业需求的地区差异 60
- 三、2015-2020年胶原蛋白市场需求量预测 60

第五章 2009-2014年中国胶原蛋白行业进出口分析 61

第一节 胶原蛋白行业进口市场分析 61

- 一、行业进口数量情况 61
- 二、行业进口总额分析 62
- 三、行业产品进口均价 62
- 三、行业产品进口来源 62

第二节 胶原蛋白行业进出口市场分析 64

- 一、行业出口数量情况 64
- 二、行业出口总额分析 65
- 三、行业产品出口均价 65
- 三、行业产品出口流向 66

第二部分 产业结构分析 72

第六章 中国胶原蛋白行业产业链分析 72

第一节 胶原蛋白行业产业链分析 72

第二节 胶原蛋白上游行业分析 72

- 一、畜牧业行业 72
- 二、渔业行业 74

第三节 胶原蛋白下游行业分析 75

- 一、食品行业 75
 - (一) 食品行业运行情况分析 75
 - (二) 主要食品产品产量统计 76

(三) 胶原蛋白在食品领域的应用 76

(四) 食品行业发展展望 77

二、保健品行业 79

(一) 保健品行业发展情况 79

(二) 保健品生产企业情况 79

(三) 保健品行业发展趋势 81

三、化妆品行业 82

(一) 化妆品行业发展情况分析 82

(二) 化妆品行业发展规模分析 83

(三) 胶原蛋白在化妆品领域的应用 84

(四) 化妆品行业发展趋势预测 84

四、医药行业 85

(一) 医药行业发展情况分析 85

(二) 医药行业生产情况分析 86

(三) 胶原蛋白在医药领域的应用 87

(四) 医药行业发展前景分析 89

第七章 营养保健品消费者调查分析 90

第一节 营养保健品市场调查对象情况分析 90

一、不同收入水平消费者偏好调查 90

二、消费者年龄结构调查 90

三、消费者对保健品认知调查 91

第二节 营养保健品消费者消费习惯调查 92

一、营养保健品消费者购买频次调查 92

二、消费者对营养保健品价格认同情况调查 92

三、消费者购买渠道情况调查 93

第三节 营养保健品消费者品牌状况调查 94

一、消费者的消费理念调研 94

二、消费者对营养保健品品牌偏好调查 94

(一) 综合营养滋补品 94

(二) 养颜滋补保健品 95

(三) 补血型保健品 95

(四) 补钙型保健品 96

(五) 补脑型保健品 96

(六) 补肾型保健品 96

三、消费者对营养保健品品牌的首要认知渠道 97

第八章 中国胶原蛋白行业渠道分析及策略 98

第一节 胶原蛋白行业渠道分析 98

一、胶原蛋白营销渠道形式 98

二、胶原蛋白企业营销思路 98

三、主要胶原蛋白产品终端渠道 98

第二节 胶原蛋白行业用户分析 99

一、胶原蛋白消费人群 99

二、用户认知程度分析 99

三、用户关注因素 100

四、用户购买途径分析 100

第三节 中国市场胶原蛋白十大品牌 101

第四节 胶原蛋白行业营销策略分析 102

一、中国胶原蛋白营销现状 102

二、胶原蛋白营销趋势及策略探讨 102

第三部分 竞争格局分析 103

第九章 中国胶原蛋白行业竞争形势及策略 103

第一节 行业总体市场竞争状况分析 103

一、胶原蛋白行业竞争结构分析 103

(一) 现有企业间竞争 103

(二) 潜在进入者分析 103

(三) 替代品威胁分析 103

(四) 供应商议价能力 104

(五) 客户议价能力 104

二、胶原蛋白行业企业间竞争格局分析 104

三、胶原蛋白行业集中度分析 105

第二节 中国胶原蛋白行业竞争格局综述 105

- 一、中国胶原蛋白行业竞争格局 105
- 二、胶原蛋白行业未来竞争格局和特点 105
- 三、胶原蛋白市场进入及竞争对手分析 105

第十章 胶原蛋白行业领先企业经营形势分析 107

第一节 包头东宝生物技术股份有限公司 107

- 一、企业基本情况 107
- 二、企业经营情况分析 107
- 三、企业经济指标分析 109
- 四、企业盈利能力分析 109
- 五、企业偿债能力分析 110
- 六、企业运营能力分析 110
- 七、企业成本费用分析 110

第二节 贵州百灵企业集团 111

- 一、企业基本情况 111
- 二、企业经营情况分析 112
- 三、企业经济指标分析 113
- 四、企业盈利能力分析 114
- 五、企业偿债能力分析 114
- 六、企业运营能力分析 114
- 七、企业成本费用分析 115

第三节 广东汤臣倍健生物科技股份有限公司 116

- 一、企业基本情况 116
- 二、企业经营情况分析 116
- 三、企业经济指标分析 118
- 四、企业盈利能力分析 118
- 五、企业偿债能力分析 118
- 六、企业运营能力分析 119
- 七、企业成本费用分析 119

第四节 山东东方海洋科技股份有限公司 120

- 一、企业基本情况 120
- 二、企业经营情况分析 121

三、企业经济指标分析 122

四、企业盈利能力分析 122

五、企业偿债能力分析 123

六、企业运营能力分析 123

七、企业成本费用分析 123

第五节 青岛乐瑞科贸有限公司 124

一、公司基本情况 124

二、企业主要产品分析 125

三、企业竞争优势分析 126

第六节 浙江海力生生物科技有限公司 127

一、公司基本情况 127

二、企业主要产品分析 127

三、企业竞争优势分析 129

四、企业最新发展动态 129

第七节 广州颜如玉医药科技有限公司 130

一、公司基本情况 130

二、企业主要产品分析 130

三、企业竞争优势分析 131

四、企业发展战略分析 131

第八节 北京华达杰瑞生物技术有限责任公司 131

一、公司基本情况 131

二、企业主要产品分析 131

三、企业竞争优势分析 132

第九节 珠海海狮龙生物科技有限公司 132

一、公司基本情况 132

二、企业主要产品分析 133

三、企业竞争优势分析 133

四、企业销售网络分析 134

第十节 四川铭让生物科技有限公司 134

一、公司基本情况 134

二、企业主要产品分析 134

三、企业产品应用分析 135

四、企业竞争优势分析 136

第十一节 海南华研生物科技有限公司 136

一、公司基本情况 136

二、企业主要产品分析 136

三、企业竞争优势分析 137

四、企业最新发展动态 137

第四部分 投资价值研究 139

第十一章 2015-2020年胶原蛋白行业投资前景 139

第一节 2015-2020年胶原蛋白市场发展前景 139

第二节 2015-2020年胶原蛋白市场发展趋势分析 139

第三节 2015-2020年中国胶原蛋白市场规模预测 140

第十二章 2015-2020年胶原蛋白行业投资环境分析 141

第一节 胶原蛋白行业政治法律环境分析 141

一、行业管理体制分析 141

二、行业主要法律法规 141

第二节 2014年胶原蛋白行业经济环境 142

一、中国GDP增长情况分析 142

二、工业经济发展形势分析 143

三、社会固定资产投资分析 144

四、全社会消费品零售总额 145

六、居民消费价格变化分析 146

七、对外贸易发展形势分析 147

第三节 胶原蛋白行业社会环境分析 148

一、人口环境分析 148

二、居民收入增长分析 150

三、居民保健消费支出 151

第四节 胶原蛋白行业技术环境分析 152

一、胶原蛋白提取技术 152

二、胶原蛋白技术研究超过 153

三、行业主要技术发展趋势 153

第十三章 2015-2020年胶原蛋白行业投资机会与风险 155

第一节 胶原蛋白行业投融资情况 155

一、行业资金渠道分析 155

二、固定资产投资分析 157

三、兼并重组情况分析 157

第二节 2015-2020年胶原蛋白行业投资机会 159

一、细分市场投资机会 159

二、重点区域投资机会 159

第三节 2015-2020年胶原蛋白行业投资风险及防范 161

一、政策风险及防范 161

二、技术风险及防范 161

三、产品质量风险 161

四、市场竞争风险 162

五、其他风险及防范 162

第十四章 胶原蛋白行业发展战略研究 163

第一节 胶原蛋白行业发展战略研究 163

一、战略综合规划 163

二、技术开发战略 163

三、区域战略规划 164

四、产业战略规划 164

五、营销品牌战略 166

六、竞争战略规划 167

第二节 对我国胶原蛋白品牌的战略思考 168

一、品牌的内涵及作用 168

二、品牌营销战略及意义 170

三、企业品牌阶段战略分析 172

（一）品牌创立战略 172

（二）品牌扩张战略 172

（三）品牌维护战略 173

（四）品牌辅助战略 173

四、品牌营销战略的分类 174

（一）单一品牌战略 174

（二）副品牌战略 174

（三）多品牌策略 175

（四）新品牌策略 176

（五）合作品牌策略 176

五、品牌战略管理分析 176

第三节 企业营销商业模式构建与创新策略 187

一、行业商业模式构建分析 187

（一）商业定位分析 187

（二）客户价值挖掘 188

（三）业务系统建立 188

（四）盈利模式设计 189

（五）资源能力整合 190

（六）财务结构设计 191

（七）商业价值实现 191

二、企业商业模式成功要素分析 192

三、企业商业模式创新路径分析 193

（一）企业重新定位 193

（二）挖掘企业潜能 194

（三）重整产业链条 194

（四）重建价值网络 195

（五）创新盈利模式 195

（六）提升学习能力 196

四、企业商业模式创新战略分析 196

第十五章 研究结论及投资建议 198

第一节 胶原蛋白行业研究结论 198

第二节 胶原蛋白行业投资价值评估 199

第三节 胶原蛋白行业投资建议 199

一、行业发展策略建议 199

二、行业投资方向建议 200

三、行业投资方式建议 200

图表目录：

- 图表 1 2008-2014年中国胶原蛋白市场规模 23
- 图表 2 国内获保健食品批文的胶原蛋白品牌及生产企业 24
- 图表 3 国内获化妆品生产批文的胶原蛋白品牌及生产企业 25
- 图表 4 获中国进口化妆品生产批文的胶原蛋白品牌及所属企业 25
- 图表 5 市面部分胶原蛋白口服产品比较 35
- 图表 6 部分国产胶原蛋白粉品牌产品价格对比 35
- 图表 7 2012年中国胶原蛋白及其他动物胶行业经济指标统计 37
- 图表 8 2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业经济指标统计 39
- 图表 9 2014年胶原蛋白及其他动物胶行业前五省区企业数量排名 40
- 图表 10 2014年胶原蛋白及其他动物胶行业前五省区资产总计排名 40
- 图表 11 2014年胶原蛋白及其他动物胶行业前五省区销售收入排名 40
- 图表 12 2014年胶原蛋白及其他动物胶行业前五省区利润总额排名 41
- 图表 13 2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业经济指标统计 41
- 图表 14 2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶企业数量变化趋势图 43
- 图表 15 2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业资产总额统计 43
- 图表 16 2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业资产变化趋势图 44
- 图表 17 2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业销售收入统计 44
- 图表 18 2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业销售收入变化趋势图 45
- 图表 19 2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业利润总额统计 45
- 图表 20 2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业利润变化趋势图 46
- 图表 21 2011-2014年中国不同规模胶原蛋白及其他动物胶企业数量统计 46
- 图表 22 2014年中国不同规模胶原蛋白及其他动物胶企业数量所占份额 47
- 图表 23 2011-2014年中国不同所有制胶原蛋白及其他动物胶企业数量统计 47
- 图表 24 2014年中国不同所有制胶原蛋白及其他动物胶企业数量所占份额 48
- 图表 25 2011-2014年中国不同规模胶原蛋白及其他动物胶企业资产总额统计 48
- 图表 26 2014年中国不同规模的胶原蛋白及其他动物胶企业资产总额所占份额 48
- 图表 27 2011-2014年不同所有制胶原蛋白及其他动物胶企业资产总额统计 49
- 图表 28 2014年不同性质的胶原蛋白及其他动物胶企业资产总额所占份额 49
- 图表 29 2011-2014年不同规模胶原蛋白及其他动物胶企业销售收入统计 50

图表 30	2014年中国不同规模的胶原蛋白及其他动物胶企业销售收入份额	50
图表 31	2011-2014年不同所有制胶原蛋白及其他动物胶企业销售收入统计	50
图表 32	2014年不同性质的胶原蛋白及其他动物胶企业销售收入所占份额	51
图表 33	2011-2014年不同规模胶原蛋白及其他动物胶企业利润总额比较	51
图表 34	2014年不同规模的胶原蛋白及其他动物胶企业利润总额所占份额	51
图表 35	2011-2014年不同所有制胶原蛋白及其他动物胶企业利润总额统计	52
图表 36	2014年不同性质的胶原蛋白及其他动物胶企业利润总额所占份额	52
图表 37	2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业销售成本统计	53
图表 38	2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业销售成本趋势图	53
图表 39	2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业费用统计	53
图表 40	2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业资产负债率情况	54
图表 41	2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业毛利率情况	54
图表 42	2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业成本费用利润率情况	55
图表 43	2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业销售利润率情况	55
图表 44	2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业总资产利润率情况	55
图表 45	2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业应收账款周转率情况	56
图表 46	2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业流动资产周转率情况	56
图表 47	2009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业总资产周转率情况	57
图表 48	2014年中国部分重点胶原蛋白产品生产企业及产能情况	58
图表 49	2008-2014年中国胶原蛋白市场需求规模	59
图表 50	2015-2020年中国胶原蛋白市场需求预测	60
图表 51	2009-2014年中国未列名蛋白质及衍生物（包括胶原蛋白）进口数量	60
图表 52	2009-2014年中国未列名蛋白质及衍生物（包括胶原蛋白）进口金额	61
图表 53	2009-2014年中国未列名蛋白质及衍生物（包括胶原蛋白）进口均价	61
图表 54	2014年中国未列名蛋白质及衍生物（包括胶原蛋白）进口来源情况	62
图表 55	2014年中国未列名蛋白质及衍生物（包括胶原蛋白）进口来源情况	63
图表 56	2009-2014年中国未列名蛋白质及衍生物（包括胶原蛋白）出口数量	64
图表 57	2009-2014年中国未列名蛋白质及衍生物（包括胶原蛋白）出口金额	64
图表 58	2009-2014年中国未列名蛋白质及衍生物（包括胶原蛋白）出口均价	64
图表 59	2014年中国未列名蛋白质及衍生物（包括胶原蛋白）出口流向	65
图表 60	2014年中国未列名蛋白质及衍生物（包括胶原蛋白）出口流向	68
图表 61	胶原蛋白行业产业链	71

图表 62	2008-2014年中国畜牧业总产值	72
图表 63	2008-2014年中国大牲畜产量统计表	72
图表 64	2008-2014年中国渔业总产值	73
图表 65	2008-2014年中国水产品产量	73
图表 66	2008-2014年中国食品工业总产值变化趋势图	74
图表 67	2010-2014年中国主要食品产量统计表	75
图表 68	2006-2014年中国营养保健品市场零售额统计	78
图表 69	2014年中国化妆品制造行业经济指标统计	81
图表 70	2008-2014年中国化妆品零售规模增长趋势图	82
图表 71	2008-2014年中国化学药品原药的产量情况	85
图表 72	2008-2014年中国中成药的产量情况	86
图表 73	胶原蛋白医用产品的临床应用情况	86
图表 74	各类保健品消费者收入分布	89
图表 75	各类保健品消费者年龄分布	90
图表 76	消费者对保健品认知调查	90
图表 77	消费者购买频次调查	91
图表 78	消费者对保健食品价格认同情况	92
图表 79	消费者经常购买渠道情况调查	92
图表 80	影响消费者购买保健食品因素	93
图表 81	2014年综合营养滋补品经常服用品牌	93
图表 82	2014年养颜滋补保健品经常服用品牌	94
图表 83	2014年补血型保健品经常服用品牌	94
图表 84	2014年补钙型保健品经常服用品牌	95
图表 85	2014年补脑型保健品经常服用品牌	95
图表 86	2014年补肾型保健品经常服用品牌	96
图表 87	消费者对营养保健食品品牌的首要认知渠道	96
图表 88	国内主要的胶原蛋白品牌及其终端营销渠道	98
图表 89	中国市场上胶原蛋白十大品牌	100
图表 90	2014年包头东宝生物技术股份有限公司分产品情况表	107
图表 91	2014年包头东宝生物技术股份有限公司业务结构情况	107
图表 92	2014年包头东宝生物技术股份有限公司分地区情况表	108
图表 93	2010-2014年包头东宝生物技术股份有限公司收入与利润统计	108

图表 94	2010-2014年包头东宝生物技术股份有限公司资产与负债统计	108
图表 95	2010-2014年包头东宝生物技术股份有限公司盈利能力情况	109
图表 96	2010-2014年包头东宝生物技术股份有限公司偿债能力情况	109
图表 97	2010-2014年包头东宝生物技术股份有限公司运营能力情况	109
图表 98	2010-2014年包头东宝生物技术股份有限公司成本费用统计	110
图表 99	2014年包头东宝生物技术股份有限公司成本费用结构图	110
图表 100	2014年贵州百灵企业集团分产品情况表	111
图表 101	2014年贵州百灵企业集团业务结构情况	112
图表 102	2014年贵州百灵企业集团分地区情况表	112
图表 103	2010-2014年贵州百灵企业集团收入与利润统计	112
图表 104	2010-2014年贵州百灵企业集团资产与负债统计	113
图表 105	2010-2014年贵州百灵企业集团盈利能力情况	113
图表 106	2010-2014年贵州百灵企业集团偿债能力情况	113
图表 107	2010-2014年贵州百灵企业集团运营能力情况	114
图表 108	2010-2014年贵州百灵企业集团成本费用统计	114
图表 109	2014年贵州百灵企业集团成本费用结构图	114
图表 110	2014年广东汤臣倍健生物科技股份有限公司分产品情况表	116
图表 111	2014年广东汤臣倍健生物科技股份有限公司业务结构情况	116
图表 112	2014年广东汤臣倍健生物科技股份有限公司分地区情况表	116
图表 113	2010-2014年广东汤臣倍健生物科技股份有限公司收入与利润统计	117
图表 114	2010-2014年广东汤臣倍健生物科技股份有限公司资产与负债统计	117
图表 115	2010-2014年广东汤臣倍健生物科技股份有限公司盈利能力情况	117
图表 116	2010-2014年广东汤臣倍健生物科技股份有限公司偿债能力情况	118
图表 117	2010-2014年广东汤臣倍健生物科技股份有限公司运营能力情况	118
图表 118	2010-2014年广东汤臣倍健生物科技股份有限公司成本费用统计	118
图表 119	2014年山东东方海洋科技股份有限公司分产品情况表	120
图表 120	2014年山东东方海洋科技股份有限公司业务结构情况	120
图表 121	2014年山东东方海洋科技股份有限公司分地区情况表	121
图表 122	2010-2014年山东东方海洋科技股份有限公司收入与利润统计	121
图表 123	2010-2014年山东东方海洋科技股份有限公司资产与负债统计	121
图表 124	2010-2014年山东东方海洋科技股份有限公司盈利能力情况	122
图表 125	2010-2014年山东东方海洋科技股份有限公司偿债能力情况	122

图表 126 2010-2014年山东东方海洋科技股份有限公司运营能力情况 122

图表 127 2010-2014年山东东方海洋科技股份有限公司成本费用统计 123

图表 128 2014年山东东方海洋科技股份有限公司成本费用结构图 123

图表 129 青岛乐瑞科贸有限公司高纯鱼胶原蛋白肽粉产品图 124

图表 130 青岛乐瑞科贸有限公司魔力嫩肤油图 124

图表 131 青岛乐瑞科贸有限公司胶原蛋白软胶囊产品图 125

图表 132 青岛乐瑞科贸有限公司外用胶原蛋白粉产品图 125

图表 133 海力生集团有限公司深海鱼胶原蛋白肽粉剂产品图 127

图表 134 海力生集团有限公司深海鱼胶原蛋白原料产品图 127

图表 135 海力生集团有限公司深海鱼胶原蛋白肽软胶囊产品图 128

图表 136 广州颜如玉医药科技有限公司胶原蛋白产品表 129

图表 137 北京华达杰瑞生物技术有限公司美容保健产品表 131

图表 138 海狮龙生物科技有限公司胶原蛋白产品系列表 132

图表 139 四川铭让生物科技有限公司胶原蛋白成品表 133

图表 140 海南华研生物科技有限公司百福美系列产品表 136

图表 141 海南华研生物科技有限公司专利产品胶原蛋白加工工艺流程图 137

图表 142 2015-2020年中国胶原蛋白市场规模预测趋势图 139

图表 143 2012-2014年国内生产总值构成及增长速度统计 141

图表 144 2008-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 142

图表 145 2014年规模以上工业增加值及增长速度趋势图 143

图表 146 2008-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图 144

图表 147 2008-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 145

图表 148 2014年中国居民消费价格月度变化趋势图 146

图表 149 2008-2014年中国进出口总额增长趋势图 147

图表 150 2006-2014年中国人口数量及增长率变化趋势图 148

图表 151 2014年中国人口数量及其构成情况统计 148

图表 152 2014年末中国各年龄段人口比重 149

图表 153 2008-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 150

图表 154 中国城镇居民人均食品及保健消费支出统计 150

图表 155 胶原蛋白企业融资方式与渠道分类 155

图表 156 2012-2014年中国并购市场宣布交易趋势图 157

图表 157 2012-2014年中国并购市场完成交易趋势图 158

图表 158 品牌的内涵 168

图表 159 企业品牌化过程 170

图表 160 品牌管理组织的发展阶段 176

图表 161 职能经理负责制优劣势情况 178

图表 162 产品品牌经理制优劣势及能力情况 178

图表 163 品牌领袖的群体特征 181

图表 164 以品牌为核心的传统企业结构图 183

图表 165 以品牌战略和方向为核心的新型组织结构图 183

图表 166 以品牌战略和方向为核心的新型组织结构特点 184

图表 167 品牌管理制度的建立应实现的目标 185

图表 168 商业模式业务系统构建---处理好相关利益者 188

图表 169 商业模式构建--企业的盈利模式的设计 189

图表 170 商业模式创新主要路径 192

图表 171 商业模式创新路径--企业定位分析 192

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/253347.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。