

2013-2017年中国胶原蛋白 市场竞争力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

《2013-2017年中国胶原蛋白市场竞争力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/chuanmei1301/493271F6A7.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】2013-01-04

【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

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国胶原蛋白市场竞争力分析及投资前景研究报告》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。

通过《2013-2017年中国胶原蛋白市场竞争力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。

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

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/chuanmei1301/493271F6A7.html>