

2017-2022年中国口服美容 用品行业分析与投资趋势预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国口服美容用品行业分析与投资趋势预测报告》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.chinairr.org/report/R10/R1006/201701/16-224105.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录 第一章 2013-2016年国内外美容保健品行业研究第一节 2013-2016年全球美容保健品行业调研一、全球美容保健品发展及景气度分析二、全球美容保健品市场规模三、全球美容保健品市场品牌发展四、全球美容保健品市场动态研究五、全球美容保健品市场发展趋势第二节 2013-2016年中国美容保健品行业透析一、中国美容保健品市场兴起二、中国美容保健品业发展态势三、中国美容保健品市场规模分析四、中国美容保健品市场趋势预测五、中国美容保健品市场发展趋势 第二章 2013-2016年中国口服美容用品行业市场发展环境分析（PEST分析法）第一节 2013-2016年中国口服美容用品行业政策环境分析一、中国保健品行业相关政策解读二、保健品行业相关政策法规第二节 2013-2016年中国经济环境分析一、国民经济运行情况GDP二、消费价格指数CPI、PPI三、全国居民收入情况四、恩格尔系数五、工业发展形势六、固定资产投资情况七、财政收支状况八、中国汇率调整九、货币供应量十、中国外汇储备十一、存贷款基准利率调整情况十二、存款准备金率调整情况十三、社会消费品零售总额十四、对外贸易&进出口十五、城镇人员从业状况第三节 2013-2016年中国口服美容用品行业社会环境分析一、人口环境分析二、教育环境分析三、文化环境分析四、生态环境分析五、中国城镇化率六、居民的各种消费观念和习惯 第三章 2013-2016年中国营养、保健食品制造行业数据监测分析第一节 2013-2016年中国营养、保健食品制造行业规模分析一、企业数量增长分析二、从业人数增长分析三、资产规模增长分析第二节 2013-2016年中国营养、保健食品制造行业结构分析一、企业数量结构分析二、销售收入结构分析第三节 2013-2016年中国营养、保健食品制造行业产值分析一、产成品增长分析二、工业销售产值分析三、出口交货值分析第四节 2013-2016年中国营养、保健食品制造行业成本费用分析一、销售成本统计二、费用统计第五节 2013-2016年中国营养、保健食品制造行业盈利能力分析一、主要盈利指标分析二、主要盈利能力指标分析 第四章 2013-2016年网购口服美容用品数据监测第一节 受访者基情况一、性别占比二、年龄分布三、收入情况四、职业分布五、对健康及口服美容用品关注度第二节 有关淘宝购物及口服美容产品的调查一、你会考虑在何处购买护肤品二、网购护肤品考虑哪些因素三、同品牌商品，即使您确定小卖家的价格更低且是正品的情况下也选择从大卖家处购买四、您是否认为，没加入淘宝消保计划的卖家销售的产品可能不是正品？五、您在淘宝购物，是否会考虑卖家所在地域？六、同样的商品，您是否会长期光顾同一个淘宝卖家七、您是否曾经参与过淘宝商品的拍卖？八、您是否会动员亲友、同事同学在淘宝团购大家喜欢的商品，以取得较低的价格？九、您认为口服美容产品效果怎样十、您是否会考虑服用口服美容产品？十一、您曾服用过哪些品牌的口服美容产品？ 第五章 2013-2016年中国口服美容用品细分市场调研-----胶原蛋白第一节 胶原蛋白简述一、胶原蛋白是人体延缓衰

老必须补足的营养物质二、胶原蛋白的选择标准三、胶原蛋白保健食品面面观四、胶原蛋白适应人群五、胶原蛋白功效

第二节 2013-2016年中国胶原蛋白市场现状分析一、胶原蛋白价值引全球关注二、胶原蛋白质量及技术研究三、胶原蛋白产品品牌透析四、胶原蛋白市场价格分析

第三节 2013-2016年中国胶原蛋白品牌市场评估一、fancl二、h2o/水芝澳三、lumi/禄美四、娇源/日加满五、安利六、汤臣倍健

第六章 2013-2016年中国口服美容用品细分市场调研-----大豆异黄酮

第一节 大豆异黄酮简述一、大豆异黄酮药理作用二、大豆异黄酮特点与功效三、大豆异黄酮适应人群四、大豆异黄酮与女性健康

第二节 2013-2016年中国大豆异黄酮行业发展状况分析一、大豆异黄酮保健品市场新宠二、大豆异黄酮市场现状三、大豆异黄酮产品市场需求调研四、市场销售大豆异黄酮状况分析五、大豆异黄酮市场价格监测

第三节 2017-2022年中国大豆异黄酮市场趋势分析

第七章 2013-2016年中国口服美容用品细分市场调研-----卵磷脂

第一节 卵磷脂简介一、大豆卵磷脂成分二、大豆卵磷脂作用三、大豆卵磷脂性能指标四、大豆卵磷脂适用人群

第二节 2013-2016年中国大豆卵磷脂产业发展现状分析一、中国大豆卵磷脂开发二、中国大豆卵磷脂加工企业成本及利润三、中国大豆卵磷脂提取工艺

第三节 2013-2016年中国大豆卵磷脂市场需求分析一、大豆卵磷脂市场需求规模及增长二、大豆卵磷脂市场需求结构三、大豆卵磷脂市场消费能力及需求潜力

第四节 2013-2016年中国大豆卵磷脂市场价格行情监测一、大豆卵磷脂价格行情二、大豆卵磷脂价格波动性及影响因素

第五节 2013-2016年中国大豆卵磷脂保健品市场调研一、大豆卵磷脂保健品成健康降血脂新方式二、大豆卵磷脂保健品赢利模式必须转型三、大豆功能性食品及其开发应用前景四、中国大豆卵磷脂胶囊市场调研

第八章 2013-2016年中国口服美容用品细分市场调研--花粉

第一节 花粉基础阐述一、花粉的特性及养颜美容二、花粉食用功效与保健作用三、花粉是“肠道警察”专家解读

第二节 2013-2016年中国花粉产业现状综述一、花粉食品开发将出现第三次高潮二、强化花粉市场管理三、花粉饮品正流行五、松花粉产业规模的不断扩大六、即溶花粉成女性饮品新时尚七、中国花粉工艺研究

第三节 2013-2016年中国花粉类保健品市场调研一、花粉类保健品市场整体供给情况二、松花粉市场产能、产量分析三、蜂花粉市场产量分析四、花粉类保健品市场需求分析五、中国蜂花粉消费者满意十佳产品六、蜂花粉类保健品市场价格对消费需求的影响七、2013-2016年中国蜂花粉进出口总体数据（04100043）

第九章 2013-2016年中国其它口服美容用品细分市场调研

第一节 维E、维C

第二节 葡萄籽

第三节 膳食纤维粉

第四节 阿胶

第十章 2013-2016年中国口服美容用品市场竞争格局分析

第一节 2013-2016年中国口服美容用品竞争总况一、中国口服美容用品竞争环境二、中国口服美容用品竞争程度三、中国口服美容用品同类产品竞争分析

第二节 2013-2016年中国口服美容用品市场竞争力分析一、品牌竞争分析二、价格竞争分析三、营销模式竞争

第三节 中国口服美容用品提升竞争力策略

第四节 2017-2022年中国口服美容用品市场竞争趋势分析

第十一章 2013-2016年中国

口服美容用品重点企业分析第一节 胶原蛋白一、浙江康恩贝制药股份有限公司二、北京天坛生物制品股份有限公司三、山东东方海洋科技股份有限公司四、上海同济科技实业股份有限公司第二节 大豆异黄酮一、华北制药集团有限责任公司二、东明盛源生化科技有限公司三、东明荟仁生物制品有限公司四、浙江欣欣生化科技有限公司第三节 卵磷脂一、东海粮油工业（张家港）有限公司二、秦皇岛金海食品工业有限公司三、大连华农豆业集团股份有限公司第四节 花粉一、烟台新时代健康产业有限公司二、南京大渊美容保健有限公司三、安徽鸿汇食品集团有限公司四、四川南宝蜂有限公司 第十二章 2017-2022年中国口服美容用品市场趋势预测及趋势预测第一节 2017-2022年中国保健品行业发展预测一、中国保健品市场规模将扩大二、保健品的药店销售前景分析三、中国保健品行业趋势预测分析四、保健品行业的未来走向探析五、细分领域是保健品市场未来发展走向第二节 2017-2022年中国口服美容用品市场趋势分析分析一、美容养颜类保健品市场发展趋势分析二、口服美容用品市场消费趋势分析分析三、口服美容用品市场盈利预测分析 第十三章 2017-2022年中国口服美容用品行业投资及趋势分析分析第一节 2013-2016年中国口服美容用品投资环境分析第二节 2013-2016年中国口服美容用品行业投资周期分析一、经济周期二、增长性与波动性三、成熟度分析第三节 2017-2022年中国口服美容用品行业投资机会分析一、口服美容用品市场投资潜力二、口服美容用品投资热点分析第四节 2017-2022年中国口服美容用品行业投资前景预警一、宏观调控政策风险二、市场竞争风险三、原料供给风险四、市场运营机制风险第五节 权威专家投资建议 图表略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1006/201701/16-224105.html>