

2018-2024年中国昆虫蛋白 行业发展趋势预测及投资战略研究报告

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

《2018-2024年中国昆虫蛋白行业发展趋势预测及投资战略研究报告》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.chinairr.org/report/R13/R1304/201801/24-251163.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 中国昆虫蛋白制造行业概况	10
第一节 昆虫蛋白定义	10
第二节 昆虫蛋白产品开发应用	11
第三节 昆虫蛋白市场基本特点	13
第二章 中国昆虫蛋白制造生产情况	15
第一节 昆虫蛋白制造企业产量	15
第二节 昆虫蛋白制造行业产量	15
第三节 昆虫蛋白产品企业报价	16
第三章 中国昆虫蛋白制造行业市场分析	18
第一节 昆虫蛋白制造市场规模	18
第二节 昆虫蛋白企业集中度	18
第三节 昆虫蛋白区域集中度	19
第四节 昆虫蛋白渠道集中度	19
第四章 中国昆虫蛋白制造细分产品市场分析	20
第一节 药用昆虫蛋白市场分析	20
一、药用昆虫蛋白市场现状	20
二、药用昆虫蛋白市场规模	20
三、药用昆虫蛋白市场前景	21
第二节 饲用昆虫蛋白市场分析	22
一、饲用昆虫蛋白市场现状	22
二、饲用昆虫蛋白市场规模	23
三、饲用昆虫蛋白市场前景	23
第三节 食用昆虫蛋白市场分析	24
第二部分 昆虫蛋白区域市场	25
第五章 华北地区昆虫蛋白制造行业市场分析	25

第一节 饲料生产情况分析	25
第二节 主要竞争企业分析	25
第三节 昆虫蛋白市场规模	25
第六章 华东地区昆虫蛋白制造行业市场分析	27
第一节 饲料生产情况分析	27
第二节 主要竞争企业分析	27
第三节 昆虫蛋白市场规模	28
第七章 华南地区昆虫蛋白制造行业市场分析	29
第一节 饲料生产情况分析	29
第二节 主要竞争企业分析	29
第三节 昆虫蛋白市场规模	29
第八章 华中地区昆虫蛋白制造行业市场分析	31
第一节 饲料生产情况分析	31
第二节 主要竞争企业分析	31
第三节 昆虫蛋白市场规模	31
第九章 西部地区昆虫蛋白制造行业市场分析	33
第一节 饲料生产情况分析	33
第二节 主要竞争企业分析	33
第三节 昆虫蛋白市场规模	33
第三部分 昆虫蛋白对外贸易	35
第十章 中国昆虫蛋白保健品进出口情况	35
第一节 昆虫蛋白保健品进口分析	35
一、昆虫蛋白保健品进口数量分析	35
二、昆虫蛋白保健品进口金额分析	35
三、昆虫蛋白保健品进口来源分析	36
四、昆虫蛋白保健品进口均价分析	37
第二节 昆虫蛋白保健品出口分析	37

一、昆虫蛋白保健品出口数量分析	37
二、昆虫蛋白保健品出口金额分析	38
三、昆虫蛋白保健品出口流向分析	38
四、昆虫蛋白保健品出口均价分析	39
第十一章 中国昆虫蛋白饲料进出口情况	41
第一节 昆虫蛋白饲料进口分析	41
一、昆虫蛋白饲料进口数量分析	41
二、昆虫蛋白饲料进口金额分析	41
三、昆虫蛋白饲料进口来源分析	42
四、昆虫蛋白饲料进口均价分析	43
第二节 昆虫蛋白饲料出口分析	43
一、昆虫蛋白饲料出口数量分析	43
二、昆虫蛋白饲料出口金额分析	44
三、昆虫蛋白饲料出口流向分析	44
四、昆虫蛋白饲料出口均价分析	45
第四部分 昆虫蛋白行业竞争	46
第十二章 昆虫蛋白制造行业竞争	46
第一节 昆虫蛋白制造市场竞争现状	46
第二节 昆虫蛋白制造市场竞争预测	46
第三节 昆虫蛋白制造市场竞争建议	46
第十三章 昆虫蛋白制造竞争策略	48
第一节 昆虫蛋白制造企业竞争策略分析	48
一、坚守核心主业	48
二、构建优质渠道	48
三、整合优质资源	49
四、提升经营能力	49
五、树立品牌形象	50
六、调整市场策略	52
第二节 领先者市场竞争策略	53

一、维护高质量形象	53
二、扩大市场需求总量	53
三、保护市场份额	54
四、扩大市场份额	54
第三节 挑战者市场竞争策略	55
一、正面进攻	55
二、侧翼攻击	55
三、包围进攻	55
四、迂回攻击	55
五、游击战	56
第四节 追随者的市场竞争策略	56
一、紧密追随策略	56
二、距离追随策略	56
三、选择追随策略	56
第五节 补缺者的市场竞争策略	57
一、市场补缺者的特征	57
二、市场补缺者的策略	57
第十四章 昆虫蛋白制造优势企业	58
第一节 无锡市格瑞生物工程有限公司	58
一、企业发展基本情况	58
二、企业主要产品分析	58
三、企业产品优势分析	60
四、企业竞争优势分析	60
第二节 西安福如林生物技术有限责任公司	60
一、企业发展基本情况	60
二、企业主要产品分析	61
三、企业竞争优势分析	61
四、企业最新动态分析	62
第三节 广州鑫肽生物蛋白股份有限公司	62
一、企业发展基本情况	62
二、企业主要产品分析	63

三、企业经营情况分析	63
四、企业竞争优势分析	63
第四节 郎氏虫业集团	64
一、企业发展基本情况	64
二、企业主要产品分析	64
三、企业销售网络分析	65
第五节 六盘水永洋生态科技有限公司	66
一、企业发展基本情况	66
二、企业主要产品分析	66
三、企业产品优势分析	66
第六节 徐州法布尔昆虫科技开发有限公司	67
一、企业发展基本情况	67
二、企业主要产品分析	68
三、企业销售网络分析	68
第七节 云南昆虫生物科技有限公司	69
一、企业发展基本情况	69
二、企业主要产品分析	69
三、企业竞争优势分析	70
第十五章 昆虫蛋白制造行业关联产业	71
第一节 保健品行业	71
一、中国保健食品市场容量	71
二、中国保健品产品结构	71
三、保健品细分市场规模	72
四、中国保健品进出口分析	72
第二节 饲料行业	73
一、饲料行业概况	73
二、饲料产量分析	74
三、饲料生产企业分析	74
四、饲料市场规模分析	75
第十六章 中国昆虫蛋白制造发展建议	76

第一节 昆虫蛋白产品开发建议 76

- 一、进一步加强和完善基础研究 76
- 二、加大研究力度，提高产品附加值 76
- 三、加强科研单位与知名企业之间的合作 76

第二节 昆虫蛋白产品营销建议 76

- 一、消除消费者抵触心理 76
- 二、注重产品安全问题 77
- 三、加强产品宣传力度 77

第五部分 昆虫蛋白行业投资 78

第十七章 昆虫蛋白制造行业投资壁垒分析 78

- 第一节 昆虫蛋白技术壁垒 78
- 第二节 昆虫蛋白资本壁垒 78
- 第三节 昆虫蛋白环保壁垒 78
- 第四节 昆虫蛋白品牌壁垒 78

第十八章 昆虫蛋白制造行业投资经济环境 80

- 第一节 中国GDP增长情况分析 80
- 第二节 工业经济发展形势分析 81
- 第三节 社会固定资产投资分析 82
- 第四节 全社会消费品零售总额 83
- 第五节 城乡居民收入增长分析 84
- 第六节 居民消费价格变化分析 85
- 第七节 对外贸易发展形势分析 86

第十九章 昆虫蛋白制造行业投资政策 88

- 第一节 新《食品安全法》 88
- 第二节 《蛋白质研究国家重大科学研究计划“十二五”专项规划》 89
- 第三节 国家高技术研究发展计划
(863计划) 生物和医药技术领域 91

第二十章 昆虫蛋白制造行业投资技术发展 93

第一节 昆虫蛋白提取前处理	93
第二节 昆虫蛋白提取技术分析	93
一、蚕蛹蛋白提取工艺	94
二、黄粉虫幼虫蛋白提取工艺	94
三、蝇蛆蛋白提取工艺	95
四、其他昆虫蛋白提取工艺	96
第三节 昆虫蛋白提取技术问题及对策	96
第二十一章 昆虫蛋白制造国际市场环境	98
第一节 昆虫蛋白国际现状	98
第二节 联合国倡导食用昆虫	98
第三节 昆虫蛋白主要国家概况	99
一、日本	99
二、墨西哥	99
三、美国	99
第六部分 昆虫蛋白行业趋势	100
第二十二章 未来昆虫蛋白制造行业发展预测	100
第一节 2018-2024年昆虫蛋白制造市场需求预测	100
第二节 2018-2024年饲用昆虫蛋白市场规模预测	100
第二十三章 昆虫蛋白企业投资战略与客户策略分析	102(ZY WZY)
第一节 昆虫蛋白企业发展战略规划背景意义	102
一、企业转型升级的需要	102
二、企业做大做强的需要	102
三、企业可持续发展需要	102
第二节 昆虫蛋白企业战略规划制定依据	103
一、国家产业政策	103
二、行业发展规律	103
三、企业资源与能力	103
四、可预期的战略定位	103
第三节 昆虫蛋白企业战略规划策略分析	104

一、战略综合规划	104
二、技术开发战略	104
三、区域战略规划	105
四、产业战略规划	105
五、营销品牌战略	105
六、竞争战略规划	107
第四节 昆虫蛋白企业重点客户战略实施	108
一、重点客户战略的必要性	108
二、重点客户的鉴别与确定	110
三、重点客户的开发与培育	111
四、重点客户市场营销策略	115

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/201801/24-251163.html>