

2018-2024年中国胶原蛋白 行业市场调研与未来发展策略咨询报告

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年中国胶原蛋白行业市场调研与未来发展策略咨询报告》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/R1003/201805/29-262574.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

胶原蛋白是一类蛋白质家族，已至少发现了30余种胶原蛋白链的编码基因，可以形成16种以上的胶原蛋白分子，根据其结构，可以分为纤维胶原、基膜胶原、微纤维胶原、锚定胶原、六边网状胶原、非纤维胶原、跨膜胶原等。根据它们在体内的分布和功能特点，可以将胶原分成间质胶原、基底膜胶原和细胞外周胶原。间质型胶原蛋白分子占整个机体胶原的绝大部分，包括Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ型胶原蛋白分子，Ⅰ型胶原蛋白主要分布于皮肤、肌腱等组织，也是水产品加工废弃物（皮、骨和鳞）含量最多的蛋白质，占全部胶原蛋白含量的80-90%左右，在医学上的应用最为广泛。Ⅲ型胶原在鱼类胶原中一个最显著的特点是热稳定性比较低，并呈现有鱼种的特异性。Ⅰ型胶原蛋白由软骨细胞产生；基底膜胶原蛋白通常是指Ⅳ型胶原蛋白，其主要分布于基底膜；细胞外周胶原蛋白通常中指Ⅴ型胶原蛋白，在结缔组织中大量存在。按功能，可将胶原分为两组，第一组是成纤维胶原，包括第Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ、Ⅳ和Ⅴ型胶原；其余是第二组，非成纤维胶原。非成纤维胶原的 α -链既含有三螺旋域（胶原域，COL），还含有非三螺旋域（非胶原域，NC），其中成纤维胶原约占胶原总数的90%。

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国胶原蛋白行业市场调研与未来发展策略咨询报告》共十六章。首先介绍了胶原蛋白行业市场发展环境、胶原蛋白整体运行态势等，接着分析了胶原蛋白行业市场运行的现状，然后介绍了胶原蛋白市场竞争格局。随后，报告对胶原蛋白做了重点企业经营状况分析，最后分析了胶原蛋白行业发展趋势与投资预测。您若想对胶原蛋白产业有个系统的了解或者想投资胶原蛋白行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章全球胶原蛋白行业发展分析 12

第一节国际护肤品市场发展分析 12

一、全球护肤品市场概述 12

二、2017年全球护肤品需求分析 16

三、2017年全球护肤品消费格局与发展趋势 17

第二节世界胶原蛋白行业市场情况 19

一、2017年世界胶原蛋白产业发展现状 19

二、2017年国际胶原蛋白产业市场需求 20

三、2017年国际胶原蛋白行业研发动态 21

四、2017年全球鱼胶原蛋白的市场需求 23

第三节部分国家和地区胶原蛋白行业发展状况 23

一、美国 23

二、欧洲 24

三、日本 25

四、台湾 25

第二章我国胶原蛋白行业发展现状 27

第一节中国胶原蛋白行业发展概述 27

一、中国胶原蛋白行业发展历程 27

二、中国胶原蛋白行业发展面临的问题 28

三、中国胶原蛋白行业技术发展现状及趋势 28

第二节我国胶原蛋白行业发展状况 29

一、2017年胶原蛋白行业发展情况分析 29

二、2017年我国胶原蛋白市场特点分析 31

三、2017年胶原蛋白食品美容市场分析 31

四、2017年类人胶原蛋白研究情况分析 37

第三节中国胶原蛋白行业供需分析 38

第四节 2017年国内鱼胶原蛋白制品市场研究 38

一、2017年鱼胶原蛋白保健品市场现状 38

二、2017年鱼胶原蛋白保健品市场品牌 39

三、2017年鱼胶原蛋白保健品包装形态 39

四、2017年鱼胶原蛋白保健品产品结构 39

五、2017年鱼胶原蛋白保健品保健功效 39

六、2017年鱼胶原蛋白所面向消费群体 40

第三章中国胶原蛋白行业经济运行分析 42

第一节 2017年胶原蛋白行业运行情况分析 42

- 一、2017年胶原蛋白行业经济指标分析 42
- 二、2017年胶原蛋白行业收入前十家企业42
- 第二节胶原蛋白市场销售情况 43
 - 一、2015年胶原蛋白市场销售总额 43
 - 二、2017年胶原蛋白市场销售总额 43
 - 三、2018-2024年胶原蛋白销售预测 44
- 第三节 2017年胶原蛋白行业进出口分析 44

第四章中国胶原蛋白行业消费市场分析 46

第一节中国胶原蛋白消费者收入分析 46

- 一、中国人口、人民生活分析 46
- 二、2017年消费者收入水平 48
- 三、2015-2017年消费者信心指数分析 49

第二节胶原蛋白消费者调查 50

- 一、胶原蛋白消费者的认知 50
- 二、胶原蛋白消费者的调查 52
- 三、胶原蛋白消费需求调查 52

第三节胶原蛋白营销策略分析 53

- 一、我国胶原蛋白销售渠道 53
- 二、胶原蛋白网络营销策略 54
- 三、一线品牌营销策略分析 55

第四节中国保健品消费市场分析 56

- 一、保健品消费特点 56
- 二、保健品消费者调查 57
- 三、2017年保健品消费行为调查 57
- 四、女性保健品消费市场分析 60

第五章中国胶原蛋白中的重点应用市场分析 61

第一节保健食品行业应用分析 61

- 一、胶原蛋白保健食品概述 61
- 二、胶原蛋白作为功能保健食品使用63
- 三、2017年食品业经济运行情况分析 64

四、2017年我国保健品市场竞争分析	66
五、2017年我国保健品的进出口分析	67
六、未来功能性食品发展趋势预测	67
第二节美容护肤行业应用分析	70
一、胶原蛋白的护肤作用	70
二、胶原蛋白在美容行业的应用	71
三、中国化妆品市场消费格局趋势	72
四、外资化妆品在华发展分析	73
(1) 外资化妆品巨头进入中国时间表	73
(2) 外资对中国企业的并购	73
(3) 国际化妆品品牌份额分析	74
(4) 外资化妆品品牌在华发展瓶颈分析	76
五、功能性护肤品市场分析	78
(1) 抗衰老产品	78
(2) 美白产品	80
(3) 面膜市场	81
(4) 手部护理市场	84
六、2018-2024年中国化妆品容量预测	86
七、2018-2024年专业美容行业方向	88
第三节生物医药行业应用分析	89
一、胶原蛋白在医疗上的应用	89
二、2017年在医学中的应用研究	90
三、2017年中国医药产业运行总结	91
四、2015-2017年我国医药产业发展特点	91
五、2017年医药行业产量及进出口	96
六、2020年我国医药发展趋势预测	96
第四节畜牧饲料行业应用分析	106
一、饲用胶原蛋白粉的研究进展	106
二、30年来我国饲料工业发展分析	109
三、2017年饲料产量及进出口分析	110
四、2015年我国饲料行业发展回顾	110
五、2017年饲料工业发展趋势展望	120

第六章胶原蛋白行业投资与发展前景分析122

第一节 2017年胶原蛋白行业投资情况分析 122

一、2017年胶原蛋白行业投资情况分析 122

二、2017年鱼鳞中胶原蛋白的开发价值 122

第二节胶原蛋白行业投资机会分析 124

一、2017年胶原蛋白市场商机分析 124

二、2017年胶原蛋白市场投资机会分析 125

三、2018-2024年胶原蛋白投资形势分析 125

第三节胶原蛋白行业发展前景分析 126

一、胶原蛋白行业发展前景分析 126

二、胶原的性质和应用前景分析 126

三、2018-2024年胶原蛋白市场前景 127

第七章胶原蛋白行业竞争格局分析 129

第一节胶原蛋白行业竞争结构分析 129

一、行业内现有企业的竞争 129

二、新进入者的威胁 130

三、替代品的威胁131

四、供应商的讨价还价能力 131

五、购买者的讨价还价能力 132

第二节胶原蛋白行业竞争格局分析 132

一、2017年胶原蛋白行业竞争格局分析 132

二、2017年胶原蛋白行业竞争形势分析 133

三、2017年中国胶原蛋白行业的竞争力 133

第三节胶原蛋白市场主要企业竞争动向 134

一、台湾厂商挺进大陆胶原蛋白市场134

二、罗赛洛胶原蛋白在中国市场竞争动向134

三、FANCL胶原蛋白在大陆市场的竞争力135

第四节我国胶原蛋白市场竞争趋势分析 135

一、市场需求多样化趋势 135

二、胶原蛋白将转化为日常消费 135

三、优质品牌产品占据市场主导地位136

四、专业销售服务终端将迅猛发展136

第八章 2017年中国胶原蛋白行业发展形势分析137

第一节 胶原蛋白行业发展概况 137

一、胶原蛋白行业概述 137

二、胶原蛋白的应用分析 137

三、胶原蛋白行业总产值分析 139

四、胶原蛋白行业技术发展分析 140

第二节 2017年胶原蛋白行业市场情况分析 141

一、胶原蛋白市场规模分析 141

二、胶原蛋白市场相关政策分析 141

第三节 2017年中国胶原蛋白行业存在的问题142

一、产品质量问题分析 142

二、产品认知问题分析 143

三、生产成本问题分析 143

四、商家信誉问题分析 143

第九章 中国胶原蛋白行业整体运行指标分析 145

第一节 2010-2017年中国胶原蛋白行业总体规模分析145

一、企业数量结构分析 145

二、行业生产规模分析 145

第二节 2010-2017年中国胶原蛋白行业产销分析 146

一、行业产成品情况总体分析 146

二、行业产品销售收入总体分析 147

第三节 2010-2017年中国胶原蛋白行业财务指标总体分析147

一、行业盈利能力分析 147

二、行业偿债能力分析 148

三、行业营运能力分析 149

四、行业发展能力分析 149

第十章 胶原蛋白行业赢利水平分析 151

第一节成本分析 151

- 一、2010-2017年胶原蛋白原材料价格走势 151
- 二、2010-2017年胶原蛋白行业人工成本分析151

第二节产销运存分析152

- 一、2010-2017年胶原蛋白行业新产品产值 152
- 二、2010-2017年胶原蛋白行业出口交货值 153

第三节盈利水平分析153

- 一、2010-2017年胶原蛋白行业价格走势 153
- 二、2010-2017年胶原蛋白行业营业收入情况154
- 三、2010-2017年胶原蛋白行业毛利率情况 155
- 四、2010-2017年胶原蛋白行业赢利能力 155
- 五、2018-2024年胶原蛋白行业赢利预测 156

第十一章胶原蛋白行业盈利能力分析 157

第一节 2010-2017年中国胶原蛋白行业利润总额分析157

- 一、利润总额分析157
- 二、不同规模企业利润总额比较分析157
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析 158

第二节 2010-2017年中国胶原蛋白行业销售利润率159

- 一、销售利润率分析 159
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析 159
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析160

第三节 2010-2017年中国胶原蛋白行业产值利税率分析 161

- 一、产值利税率分析 161
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析 161
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析162

第十二章胶原蛋白重点企业发展分析 163

第一节 FANCL（中国驰名商标） 163

- 一、企业概况 163
- 二、2017年经营状况163
- 三、2017年新品研发166

第二节安利（中国驰名商标）	168
一、企业概况	168
二、安利胶原蛋白	168
三、2010-2017年经营状况	168
第三节维纳斯精纯胶原蛋白（中国驰名商标）	171
一、企业概况	171
二、竞争优势	174
三、主要成分	176
第四节伊乐瑞（中国驰名商标）	177
一、企业概况	177
二、企业文化	180
三、胶原蛋白产品	180
第五节巨子（一线品牌）	180
一、企业概况	180
二、公司自主研发的新产品介绍	184
三、公司发展新形势	184
第六节达杰瑞（中国驰名商标）	184
一、企业概况	184
二、胶原蛋白产品	187
三、产品工艺特点	187
第七节铭让生物（中国驰名商标）	187
一、企业概况	187
二、生产情况	190
三、相关列项、认证及标准	191
第八节华研生物（中国驰名商标）	191
一、企业概况	191
二、原料供应	194
三、公司人才战略	195
第九节海力生（中国驰名商标）	195
一、企业概况	195
二、公司发展实力	196
三、公司发展状况分析	196

第十节恒寿堂（中国驰名商标） 199

一、企业概况 199

二、企业文化 202

三、竞争优势 202

第十一节东方海洋 203

一、企业概况 203

二、公司胶原蛋白产品发展状况 204

三、2017年公司发展状况分析 205

四、公司科研开发状况 219

第十三章胶原蛋白行业投资策略分析 221

第一节行业特性 221

一、行业盈利性分析 221

二、行业周期性分析 221

第二节胶原蛋白行业投资效益分析 224

一、投资壁垒分析224

二、投资效益分析225

三、投资回报分析225

第三节胶原蛋白行业投资策略研究 226

一、技术开发战略226

二、产业战略规划226

三、业务组合战略229

四、营销战略规划230

五、区域战略规划231

第十四章胶原蛋白行业投资风险预警 233

第一节影响胶原蛋白行业发展的主要因素233

一、人民币升值 233

二、劳动合同法 233

三、环保法令 234

四、企业所得税新制度 238

第二节 2018-2024年胶原蛋白行业投资风险预警 262

- 一、直销存在四大风险 262
- 二、行业社会风险分析 267
- 三、市场风险化解策略 268
- 四、行业风险规避之道 269

第十五章胶原蛋白行业发展趋势分析 271

第一节 2018-2024年中国胶原蛋白市场趋势分析 271

- 一、未来胶原蛋白的发展趋势分析271
- 二、2018-2024年胶原蛋白应用前景及发展趋势 271
- 三、2018-2024年胶原蛋白发展前景及研究方向 272
- 四、2018-2024年口服胶原蛋白的发展趋势分析 272

第二节 2018-2024年中国胶原蛋白行业发展预测 272

- 一、2018-2024年胶原蛋白产业的发展趋势预测 272
- 二、2018-2024年我国胶原蛋白的市场规模预测 273
- 三、2018-2024年我国胶原蛋白市场的年需求量 274
- 四、2018-2024年我国胶原蛋白的市场空间预测 274

第三节 2018-2024年我国胶原蛋白技术趋势分析 275

- 一、2018-2024年绿色产品将成为消费市场宠儿 275
- 二、2018-2024年胶原蛋白产品多样化趋势分析 275
- 三、2018-2024年胶原蛋白产品智能化趋势分析 275
- 四、2018-2024年胶原蛋白品牌价值的升级趋势 276

第四节 2018-2024年保健品行业发展趋势预测 276

- 一、2018-2024年中国保健品销售额预测 276
- 二、2018-2024年中国保健品的市场潜力 276
- 三、2018-2024年我国保健品总产值预测 277
- 四、2018-2024年保健品市场潜力及商机 278

第五节 生物产业发展“十三五”规划 278

- 一、机遇与挑战 278
- 二、指导思想与发展目标 281
- 三、主要任务与发展重点 282
- 四、保障措施 290

第十六章胶原蛋白企业管理策略建议 292 (ZY LII)

第一节市场策略分析292

一、胶原蛋白价格策略分析 292

二、胶原蛋白渠道策略分析 292

第二节销售策略分析293

一、媒介选择策略分析 293

二、产品定位策略分析 296

三、企业宣传策略分析 297

第三节提高胶原蛋白企业竞争力的策略 299

一、进行准确的市场定位 299

二、提高产品质量及加强品牌塑造300

三、形成独到的营销策略 301

四、加强终端服务建设 302

第四节对我国胶原蛋白品牌的战略思考 302

一、胶原蛋白实施品牌战略意义 302

二、胶原蛋白品牌的特性和作用 304

三、胶原蛋白品牌价值战略研究 305

四、我国胶原蛋白品牌竞争趋势 307

五、胶原蛋白企业品牌发展战略 308 (ZY LII)

部分图表目录：

图表 1 2010-2017年中国美容及个人护理品类市场容量图16

图表 2 美容及个人护理品类占比结构图 16

图表 3 2010-2017年中国美容及个人护理品类各子行业容量及增速情况 17

图表 4 2011-2017年全球胶原蛋白市场需求分析 20

图表 5 2011-2017年全球鱼胶原蛋白市场需求分析 23

图表 6 2011-2017年美国胶原蛋白市场规模分析 23

图表 7 2011-2017年欧洲胶原蛋白市场规模分析 24

图表 8 2011-2017年日本胶原蛋白市场规模分析 25

图表 9 2011-2017年台湾胶原蛋白市场规模分析 25

图表 10 2011-2017年中国胶原蛋白行业供需分析38

图表 11 2011-2017年中国胶原蛋白行业经济指标分析 42

图表 12 2011-2017年中国胶原蛋白市场销售总额分析 43
图表 13 2011-2017年中国胶原蛋白市场销售总额分析 43
图表 14 2018-2024年中国胶原蛋白市场销售总额预测 44
图表 15 2011-2017年中国胶原蛋白行业进出口分析 44
图表 16 1991-2017年中国GDP增长率 46
图表 17 社会消费品零售总额(2017年12月) 47
图表 18 2017年全国居民消费价格涨跌幅48
图表 19 2017年中国胶原蛋白消费分析 52
图表 20 2011-2017年中国胶原蛋白行业需求分析52
图表 21 2017年各主体中的胶原蛋白销售份额 53
图表 22 不同城市的保健品购买率57
图表 23 部分国际日化巨头进入中国时间表 73
图表 24 国际日化巨头并购中国本土品牌 74
图表 25 2009、2017年中国主要化妆品公司美容及个人护理品类市场份额75
图表 26 2010-2017年中国美容及个人护理品类行业集中度(CR4,CR8) 75
图表 27 宝洁公司在美国、中国和新兴市场的不同品类市场份额 77
图表 28 2010-2017年中国抗衰老细分市场容量及增速 79
图表 29 抗衰老市场前十名品牌市场份额 79
图表 30 2010-2017年中国抗衰老产品占面部护理产品比重 80
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1003/201805/29-262574.html>