

2016-2022年中国胶原蛋白 市场竞争现状分析与投资商机研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国胶原蛋白市场竞争现状分析与投资商机研究报告》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.abaogao.com/b/baojianpin/5591657DTW.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

胶原蛋白是生物高分子，动物结缔组织中的主要成分，也是哺乳动物体内含量最多、分布最广的功能性蛋白，占蛋白质总量的25%~30%，某些生物体甚至高达80%以上。

畜禽源动物组织是人们获取天然胶原蛋白及其胶原肽的主要途径，但由于相关畜类疾病和某些宗教信仰限制了人们对陆生哺乳动物胶原蛋白及其制品的使用，现今正在逐步转向海洋生物中开发白。欧洲食品安全局（EFSA）已证实了即使是动物骨骼来源的胶原蛋白也不存在感染疯牛病和其它相关疾病的可能。

由于氨基酸组成和交联度等方面的差异，使得水产动物尤其是其加工废弃物——皮、骨、鳞中所含有的丰富的胶原蛋白具有很多牲畜胶原蛋白所没有的优点，另外来源于海洋动物的胶原蛋白在一些方面明显优于陆生动物的胶原蛋白，比如具有低抗原性、低过敏性等特性。因此水产胶原蛋白可能逐步替代陆生动物胶原蛋白。

胶原蛋白种类较多，常见类型为Ⅰ型、Ⅱ型、Ⅲ型、Ⅳ型和Ⅴ型。

胶原蛋白因具有良好的生物相容性、可生物降解性以及生物活性，因此在食品、医药、组织工程、化妆品等领域获得广泛的应用。比如中国传统的胶原保健品“阿胶”，主要是以驴皮为原料（其实就是驴皮中所含胶原蛋白），具有较高的滋补保健作用，有中药三宝之一的美誉。

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型、Ⅱ型、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。Ⅱ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。Ⅲ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Ⅰ型、Ⅱ型、Ⅲ型和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%。

胶原蛋白的种类及特征

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国胶原蛋白市场竞争现状分析与投资商机研究报告》共十五章。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、2014-2016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 2011-2016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 2011-2016年中国胶原蛋白及其他动物胶行业发展分析	38
一、2014年胶原蛋白及其他动物胶行业发展概况	38
二、2015年胶原蛋白及其他动物胶行业发展概况	39
三、2016年胶原蛋白及其他动物胶行业发展概况	42
第二节 2011-2016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 2011-2016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 2011-2016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 2011-2016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、2012-2016年胶原蛋白行业生产规模 59

二、2016-2022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、2014-2016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、2016-2022年胶原蛋白市场需求量预测 60

第五章 2011-2016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 2016-2022年胶原蛋白行业投资前景 139

- 第一节 2016-2022年胶原蛋白市场发展前景 139
- 第二节 2016-2022年胶原蛋白市场发展趋势分析 139
- 第三节 2016-2022年中国胶原蛋白市场规模预测 140

第十二章 2016-2022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 2016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 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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 (ZY GXH)

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 (ZY GXH)

图表目录：

图表 12011-2016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 72015年中国胶原蛋白及其他动物胶行业经济指标统计 37

图表 82016年中国胶原蛋白及其他动物胶行业经济指标统计 39

图表 92016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 102016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 112016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 122016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 132016年中国胶原蛋白及其他动物胶行业经济指标统计 41

图表 142011-2016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 152011-2016年中国胶原蛋白及其他动物胶行业资产总额统计 43

图表 162011-2016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 172011-2016年中国胶原蛋白及其他动物胶行业销售收入统计 44

图表 182011-2016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 192011-2016年中国胶原蛋白及其他动物胶行业利润总额统计 45

图表 202011-2016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	2011-2016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	2016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	2011-2016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	2016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	2011-2016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	2016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	2011-2016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	2016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	2011-2016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	2016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	2011-2016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	2016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	2011-2016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	2016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	2011-2016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	2016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	2011-2016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	2011-2016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	2011-2016年中国胶原蛋白及其他动物胶行业费用统计	53
图表 40	2011-2016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	2011-2016年中国胶原蛋白及其他动物胶行业毛利率情况	54
图表 42	2011-2016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	2011-2016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	2011-2016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	2011-2016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	2011-2016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	2011-2016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	2016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	2011-2016年中国胶原蛋白市场需求规模	59
图表 50	2016-2022年中国胶原蛋白市场需求预测	60
图表 51	2011-2016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	2011-2016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 532011-2016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 542016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 552016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 562011-2016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 572011-2016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 582011-2016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 592016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 602016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 622011-2016年中国畜牧业总产值 72

图表 632011-2016年中国大牲畜产量统计表 72

图表 642011-2016年中国渔业总产值 73

图表 652011-2016年中国水产品产量 73

图表 662011-2016年中国食品工业总产值变化趋势图 74

图表 672010-2016年中国主要食品产量统计表 75

图表 682011-2016年中国营养保健品市场零售额统计 78

图表 692016年中国化妆品制造行业经济指标统计 81

图表 702011-2016年中国化妆品零售规模增长趋势图 82

图表 712011-2016年中国化学药品原药的产量情况 85

图表 722011-2016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 812016年综合营养滋补品经常服用品牌 93

图表 822016年养颜滋补保健品经常服用品牌 94

图表 832016年补血型保健品经常服用品牌 94

图表 842016年补钙型保健品经常服用品牌 95

图表 852016年补脑型保健品经常服用品牌 95

图表 862016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 902016年包头东宝生物技术股份有限公司分产品情况表 107

图表 912016年包头东宝生物技术股份有限公司业务结构情况 107

图表 922016年包头东宝生物技术股份有限公司分地区情况表 108

图表 932010-2016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 942010-2016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 952010-2016年包头东宝生物技术股份有限公司盈利能力情况 109

图表 962010-2016年包头东宝生物技术股份有限公司偿债能力情况 109

图表 972010-2016年包头东宝生物技术股份有限公司运营能力情况 109

图表 982010-2016年包头东宝生物技术股份有限公司成本费用统计 110

图表 992016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 1002016年贵州百灵企业集团分产品情况表 111

图表 1012016年贵州百灵企业集团业务结构情况 112

图表 1022016年贵州百灵企业集团分地区情况表 112

图表 1032010-2016年贵州百灵企业集团收入与利润统计 112

图表 1042010-2016年贵州百灵企业集团资产与负债统计 113

图表 1052010-2016年贵州百灵企业集团盈利能力情况 113

图表 1062010-2016年贵州百灵企业集团偿债能力情况 113

图表 1072010-2016年贵州百灵企业集团运营能力情况 114

图表 1082010-2016年贵州百灵企业集团成本费用统计 114

图表 1092016年贵州百灵企业集团成本费用结构图 114

图表 1102016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 1112016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 1122016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 1132010-2016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 1142010-2016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 1152010-2016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 1162010-2016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 1172010-2016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 1182010-2016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 1192016年山东东方海洋科技股份有限公司分产品情况表 120

图表 1202016年山东东方海洋科技股份有限公司业务结构情况 120

图表 1212016年山东东方海洋科技股份有限公司分地区情况表 121

图表 1222010-2016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 1232010-2016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 1242010-2016年山东东方海洋科技股份有限公司盈利能力情况 122

图表 1252010-2016年山东东方海洋科技股份有限公司偿债能力情况 122

图表 1262010-2016年山东东方海洋科技股份有限公司运营能力情况 122

图表 1272010-2016年山东东方海洋科技股份有限公司成本费用统计 123

图表 1282016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 1422016-2022年中国胶原蛋白市场规模预测趋势图 139

图表 1432012-2016年国内生产总值构成及增长速度统计 141

图表 1442011-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 142

图表 1452016年规模以上工业增加值及增长速度趋势图 143

图表 1462011-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 144

图表 1472011-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 145

图表 1482016年中国居民消费价格月度变化趋势图 146

图表 1492011-2016年中国进出口总额增长趋势图 147
图表 1502011-2016年中国人口数量及增长率变化趋势图 148
图表 1512016年中国人口数量及其构成情况统计 148
图表 1522016年末中国各年龄段人口比重 149
图表 1532011-2016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 1562012-2016年中国并购市场宣布交易趋势图 157
图表 1572012-2016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：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/5591657DTW.html>