

# 2016-2022年中国胶原蛋白 行业监测及发展策略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2016-2022年中国胶原蛋白行业监测及发展策略研究报告》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.cction.com/report/201602/130399.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

胶原蛋白种类较多，常见类型为 Ⅰ 型、 Ⅱ 型、 Ⅲ 型和 Ⅳ 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。

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、2009-2015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2010-2015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2013-2015年中国胶原蛋白及其他动物胶行业发展分析38

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 一、2013年胶原蛋白及其他动物胶行业发展概况 | 38 |
| 二、2014年胶原蛋白及其他动物胶行业发展概况 | 39 |
| 三、2015年胶原蛋白及其他动物胶行业发展概况 | 42 |

#### 第二节2010-2015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2010-2015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2010-2015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2010-2015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、2012-2015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、2009-2015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2010-2015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 |
| <br>                 |     |
| 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2015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

##### 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

#### 图表目录：

图表12009-2015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72013年中国胶原蛋白及其他动物胶行业经济指标统计37

图表82014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业经济指标统计39

图表92014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102014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112014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122014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132014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业经济指标统计41

图表142009-2014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152009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业资产总额统计43

图表162009-2014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172009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业销售收入统计44

图表182009-2014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192009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业利润总额统计45

图表202009-2014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212011-2014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222014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232011-2014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242014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252011-2014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262014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272011-2014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282014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292011-2014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302014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312011-2014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322014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332011-2014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342014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352011-2014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362014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372009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业销售成本统计53

图表382009-2014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392009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业费用统计53

图表402009-2014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412009-2014年中国胶原蛋白及其他动物胶行业毛利率情况54

图表422009-2014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432009-2014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442009-2014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452009-2014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462009-2014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472009-2014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482014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492009-2015年中国胶原蛋白市场需求规模59

图表502016-2022年中国胶原蛋白市场需求预测60

图表512009-2014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522009-2014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532009-2014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542014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552014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562009-2014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572009-2014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582009-2014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592014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602014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622009-2015年中国畜牧业总产值72

图表632009-2015年中国大牲畜产量统计表72

图表642009-2015年中国渔业总产值73

图表652009-2015年中国水产品产量73

图表662009-2015年中国食品工业总产值变化趋势图74

图表672010-2014年中国主要食品产量统计表75

图表682006-2014年中国营养保健品市场零售额统计78

图表692014年中国化妆品制造行业经济指标统计81

图表702009-2015年中国化妆品零售规模增长趋势图82

图表712009-2015年中国化学药品原药的产量情况85

图表722009-2015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812014年综合营养滋补品经常服用品牌93

图表822014年养颜滋补保健品经常服用品牌94

图表832014年补血型保健品经常服用品牌94

图表842014年补钙型保健品经常服用品牌95

图表852014年补脑型保健品经常服用品牌95

图表862014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902014年包头东宝生物技术股份有限公司分产品情况表107

图表912014年包头东宝生物技术股份有限公司业务结构情况107

图表922014年包头东宝生物技术股份有限公司分地区情况表108

图表932010-2014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942010-2014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952010-2014年包头东宝生物技术股份有限公司盈利能力情况109

图表962010-2014年包头东宝生物技术股份有限公司偿债能力情况109

图表972010-2014年包头东宝生物技术股份有限公司运营能力情况109

图表982010-2014年包头东宝生物技术股份有限公司成本费用统计110

图表992014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1002014年贵州百灵企业集团分产品情况表111

图表1012014年贵州百灵企业集团业务结构情况112

图表1022014年贵州百灵企业集团分地区情况表112

图表1032010-2014年贵州百灵企业集团收入与利润统计112

图表1042010-2014年贵州百灵企业集团资产与负债统计113

图表1052010-2014年贵州百灵企业集团盈利能力情况113

图表1062010-2014年贵州百灵企业集团偿债能力情况113

图表1072010-2014年贵州百灵企业集团运营能力情况114

图表1082010-2014年贵州百灵企业集团成本费用统计114

图表1092014年贵州百灵企业集团成本费用结构图114

图表1102014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1112014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1122014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1132010-2014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1142010-2014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1152010-2014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1162010-2014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1172010-2014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1182010-2014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1192014年山东东方海洋科技股份有限公司分产品情况表120

图表1202014年山东东方海洋科技股份有限公司业务结构情况120

图表1212014年山东东方海洋科技股份有限公司分地区情况表121

图表1222010-2014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1232010-2014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1242010-2014年山东东方海洋科技股份有限公司盈利能力情况122

图表1252010-2014年山东东方海洋科技股份有限公司偿债能力情况122

图表1262010-2014年山东东方海洋科技股份有限公司运营能力情况122

图表1272010-2014年山东东方海洋科技股份有限公司成本费用统计123

图表1282014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1432012-2014年国内生产总值构成及增长速度统计141

图表1442009-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图142

图表1452014年规模以上工业增加值及增长速度趋势图143

图表1462009-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图144

图表1472009-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图145

图表1482014年中国居民消费价格月度变化趋势图146

图表1492009-2015年中国进出口总额增长趋势图147

图表1502006-2014年中国人口数量及增长率变化趋势图148

图表1512014年中国人口数量及其构成情况统计148

图表1522014年末中国各年龄段人口比重149

图表1532009-2015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1562012-2014年中国并购市场宣布交易趋势图157

图表1572012-2014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.cction.com/report/201602/130399.html>