

2021-2027年中国胶原蛋白 行业发展态势与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国胶原蛋白行业发展态势与战略咨询报告》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.cction.com/report/202010/190741.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。2012-2017年中国胶原蛋白行业产量情况

中企顾问网发布的《2021-2027年中国胶原蛋白行业发展态势与战略咨询报告》共十四章。首先介绍了胶原蛋白相关概念及发展环境，接着分析了中国胶原蛋白规模及消费需求，然后对中国胶原蛋白市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国胶原蛋白面临的机遇及发展前景。您若想对中国胶原蛋白有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章胶原蛋白产业相关概述

第一节胶原蛋白概述

- 一、胶原蛋白的结构特点
- 二、胶原蛋白的分类与存在
- 三、食用胶原的特点

第二节胶原蛋白的应用

- 一、胶原蛋白的护肤作用
- 二、胶原蛋白在医学及工业上的用途
- 三、生医用途胶原蛋白产品

第三节胶原蛋白保健食品面面观

第二章 2016-2019年世界胶原蛋白行业运行状况分析

第一节 2016-2019年世界胶原蛋白行业现状综述

- 一、胶原蛋白价值引全球关注
- 二、世界胶原蛋白品牌分析
- 三、世界胶原蛋白技术分析

四、世界胶原蛋白需求形势分析

第二节 2016-2019年世界胶原蛋白主要国家地区运行分析

一、美国

二、日本

三、欧洲

第三节 2021-2027年世界胶原蛋白行业发展趋势展望

第三章 2016-2019年中国胶原蛋白行业市场运行环境分析

第一节 2016年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2019年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2016-2019年中国胶原蛋白行业政策环境分析

一、《胶原蛋白肠衣卫生标准》

二、《保健食品注册管理办法(试行)》

三、《保健食品管理办法》

第三节 2016-2019年中国胶原蛋白行业社会环境分析

第四章 2016-2019年中国胶原蛋白行业运行状况分析

第一节 2016-2019年中国胶原蛋白业运行综述

一、胶原蛋白亮点聚焦

二、胶原蛋白产品品牌透析中国胶原蛋白行业区域品牌发展分析

品牌 简介 德丽斯康胶原蛋白 源自由德国的著名品牌，美国嘉吉公司为其世界500强合作伙伴，产品原料由具有百年经验的胶原蛋白工厂生产。其产品受到欧美消费者的信赖和认可，在2009年进入中国后，以年均30万用户的快速渗透力，迅速积累了100多万固定用户群体，成为国内胶原蛋白领军品牌。

Lumi胶原蛋白 Lumi胶原蛋白，是一款全新配方的胶原蛋白饮品，富含5000mg小分子胶原肽，能深层扩大内部储水空间，高效提升吸收力，充盈饱满基底层，让胶原弹力奇迹般由内绽放。并具有“复合8大营养配方”，精氨酸、绿茶多酚、β胡萝卜素、苹果多酚、天然维生素C、E等营养。

汤臣倍健胶原蛋白 汤臣倍健胶原蛋白是由日本进口的专利技术，原材料由深海鱼鳞中提取，其产品胶原蛋白分子量在5000D以下，有易于人体消化吸收，此外，产品中还添加了由新西兰进口的TATUA乳铁蛋白，并特别配合维生素C，维生素E和葡萄籽提取物，具有较佳的抗氧化功能。

姿美堂100%纯鱼胶原蛋白粉 姿美堂胶

原蛋白是近年来国产胶原蛋白品牌中异军突起的佼佼者。其产品以价格低、品质优、分子小著称。颇受国内消费者青睐。姿美堂胶原取自天然渔场的高蛋白淡水鱼鱼鳞，经过29道工序净化，粉剂色泽雪亮，纯净无异味，且流动性佳，易于溶解。具有润白、紧致、细嫩肌肤等八大功效。

翌生美胶原蛋白 翌生美胶原蛋白的原材料来源于阿拉斯加深海鱼类的鱼皮，纯天然无污染。该产品采用日本固相肽合成技术，研制成分子量在500道尔顿左右的小分子胶原蛋白粉剂。而且，该产品运用长效寡肽技术，使寡肽达到粒径为11微米到16微米之间的细微粒度，被机体自身形成的复合物所包裹，可促进其在体内放缓水解度，使功效逐步释放，达到长效美肤的功效。

安利胶原蛋白 安利胶原蛋白是100%美国原装产品，非国内生产。其原料来源于纽崔莱北美自设农场，不添加任何人造香料、防腐剂、合成色素等。该产品非纯胶原蛋白，除此之外，还含有甘氨酸、半胱氨酸、葡萄籽、问荆等天然生物类黄酮，及针叶樱桃、柠檬等多种特殊植物因子萃取物。安利胶原蛋白可防止肌肤皱纹，促进肌肤再生，同时具有丰胸、亮发的效果。

NeoCell水解胶原蛋白 NeoCell水解胶原蛋白同样来自美国，Neocell 是美国专业品牌，一直致力于抗衰老及肌肤护理类产品的研发和生产。该产品是NeoCell的主打之一，并以医药品级著称。其原材料来自于吃特殊草料的牛源，这点迥异于以鱼类为原料的其他胶原蛋白品牌。但其不逊于鱼类胶原的功效，同样受到了消费的认可。

FANCL 胶原蛋白 FANCL是日本最具影响力的“无添加剂”护肤及健康食品品牌。FANCL胶原蛋白含有以高科技独家研发之三肽胶原蛋白，分子细小，极易被吸收。而且其促进胶原蛋白合成效果获得了日本专利。FANCL配方独特，配料中含有2,600 毫克胶原蛋白、赤藻糖醇、柠檬酸、维生素C、维生素E、 β -环状糊精等多种成分，具有速效修复掣肘、为皮肤细胞提供能量，促进肤质白嫩、紧致、润滑，能有效改善肌肤干燥、粗糙及皱纹等问题。

蒂芬妮胶原蛋白 蒂芬妮是国内胶原蛋白业界又一后起之秀，由青岛海龙保健品研究所生产。其原材料来源于阿拉斯加州400米以下的深海鱼皮，经29道工序生产而成。该产品口感较好，无任何添加剂，长期服用，有延缓衰老、美白肌肤等功效，其产品已受到消费者的肯定。

伊美婷胶原蛋白 伊美婷胶原蛋白取自天然配方，不含添加剂，通过了安全性和过敏性测试。其原料来自于深海鱼类蛋白质，并含有维生素C、葡萄糖酸锌、纤维素晶体、淀粉、葡萄糖酸钙、硬脂酸镁等成分。伊美婷胶原蛋白价格较为昂贵，故普通消费者并不推崇。

三、胶原蛋白价格分析

第二节 2016-2019年中国胶原蛋白行业技术分析

一、中国胶原蛋白实现产业化

二、水解胶原蛋白技术获得重大突破

三、利用皮革废料制取胶原蛋白技术

第三节 2016-2019年中国胶原蛋白行业存在的问题

- 一、产品质量问题分析
- 二、产品认知问题分析
- 三、生产成本问题分析
- 四、商家信誉问题分析

第五章 2016-2019年中国胶原蛋白行业市场运行态势分析

第一节 2016-2019年中国胶原蛋白行业运行走势分析

- 一、供需情况分析
- 二、影响供需的因素分析
- 三、胶原蛋白市场需求特点分析

第二节 2016-2019年中国胶原蛋白产业市场运行态势分析

- 一、日本胶原蛋白项目落户唐山
- 二、Lumi胶原蛋白以优质低价走俏大连
- 三、胶原蛋白美容市场分析

第六章 2016-2019年中国胶原蛋白产品营销解析

第一节 2016-2019年中国胶原蛋白产品营销现状分析

- 一、中国胶原蛋白产品营销模式分析
- 二、中国胶原蛋白产品渠道分析
- 三、我国中国胶原蛋白产品营销问题

第二节 胶原蛋白产品市场突围策略

- 一、产品定位
- 二、营销创新
- 三、消费群体细分
- 四、产品宣传
- 五、胶原蛋白网络营销策略
- 六、一线品牌营销策略分析

第三节 2021-2027年中国胶原蛋白营销趋势

第七章 2016-2019年中国胶原蛋白相关所属行业主要数据监测分析

第一节 2016-2019年中国胶原蛋白相关所属行业总体数据分析

一、2016年中国胶原蛋白相关所属行业全部企业数据分析

二、2017年中国胶原蛋白相关所属行业全部企业数据分析

三、2019年中国胶原蛋白相关所属行业全部企业数据分析

第二节 2016-2019年中国胶原蛋白相关所属行业不同规模企业数据分析

一、2016年中国胶原蛋白相关所属行业不同规模企业数据分析

二、2017年中国胶原蛋白相关所属行业不同规模企业数据分析

三、2019年中国胶原蛋白相关所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2016-2019年中国胶原蛋白相关所属行业不同所有制企业数据分析

一、2016年中国胶原蛋白相关所属行业不同所有制企业数据分析

二、2017年中国胶原蛋白相关所属行业不同所有制企业数据分析

三、2019年中国胶原蛋白相关所属行业不同所有制企业数据分析

第八章 2016-2019年中国胶原蛋白细分应用领域透析

第一节 保健食品行业应用分析

一、胶原蛋白保健食品概述

二、胶原蛋白作为功能保健食品使用

三、胶原蛋白保健食品市场透析

四、前景预测

第二节 美容护肤行业应用分析

一、胶原蛋白的护肤作用

二、胶原蛋白在美容行业的应用

三、胶原蛋白美容产品市场透析

四、医疗美容行业预测

五、专业美容行业方向

第三节 生物医药行业应用分析

一、胶原蛋白在医疗上的应用

二、胶原蛋白医疗研究进展

三、前景预测分析

第四节 畜牧饲料行业应用分析

一、饲用胶原蛋白粉的研究进展

二、饲用胶原蛋白粉市场分析

三、前景预测

第九章 2016-2019年中国胶原蛋白行业竞争格局分析

第一节 2016-2019年中国胶原蛋白行业竞争现状

- 一、胶原蛋白市场竞争程度
- 二、技术竞争分析
- 三、成本、价格竞争分析
- 四、胶原蛋白与替代品竞争分析

第二节 2016-2019年中国胶原蛋白市场主要企业竞争动向

- 一、台湾厂商挺进大陆胶原蛋白市场
- 二、罗赛洛胶原蛋白在中国市场竞争动向
- 三、Fanci胶原蛋白在大陆市场的竞争力

第三节 2016-2019年中国胶原蛋白行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、生产企业集中度分析

第四节 2016-2019年中国胶原蛋白市场竞争趋势分析

- 一、市场需求多样化趋势
- 二、胶原蛋白将转化为日常消费
- 三、优质品牌产品占据市场主导地位
- 四、专业销售服务终端将迅猛发展

第五节 未来提高胶原蛋白企业竞争力的策略

- 一、进行准确的市场定位
- 二、提高产品质量及加强品牌塑造
- 三、形成独到的营销策略
- 四、加强终端服务建设

第十章 中国胶原蛋白品牌企业竞争力分析

第一节 FANCL（中国驰名商标）

- 一、企业概况
- 二、品牌竞争力分析
- 三、新品研发
- 四、经营状况

第二节 安利（中国驰名商标）

第三节维纳斯精纯胶原蛋白（中国驰名商标）

第四节伊乐瑞（中国驰名商标）

第五节巨子（一线品牌）

第六节达杰瑞（中国驰名商标）

第七节铭让生物（中国驰名商标）

第八节华研生物（中国驰名商标）

第九节海力生（中国驰名商标）

第十节恒寿堂（中国驰名商标）

第十一节东方海洋

第十一章中国胶原蛋白重点企业运营财务状况分析

第一节浙江康恩贝制药股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第二节北京天坛生物制品股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第三节山东东方海洋科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第四节上海同济科技实业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第五节江苏联环药业股份有限公司

- 一、企业概况
 - 二、企业主要经济指标分析
 - 三、企业盈利能力分析
 - 四、企业偿债能力分析
- 第六节 珠海威尔药业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第十二章 2016-2019年中国保健品产业市场发展格局分析

第一节 2016-2019年中国保健品行业运行总况

- 一、中国保健品行业发展三阶段
- 二、保健品行业困境之中被迫转型
- 三、产品功能分布情况
- 四、主要产品概念诉求

第二节 2016-2019年中国保健品行业发展状况分析

- 一、中国保健品行业产值分析
- 二、在新医改春风下保健品市场成香饽饽
- 三、保健品市场进入新阶段
- 四、新《食品安全法》为保健品行业设门槛

第三节 2016-2019年中国保健品行业原材料分析

- 一、我国保健产品主要原料
- 二、主要原料产品分布概况
- 三、水溶性膳食纤维分析及预测
- 四、全球鱼油消费量及价格分析

第四节 2016-2019年中国保健品行业的问题及对策分析

- 一、中国保健品企业发展应返璞归真
- 二、中国保健品企业的研发策略浅析
- 三、保健品企业成功开发产品的四大动力

第十三章 2016-2019年中国美容市场整体运行分析

第一节 2016-2019年中国美容市场现状分析

- 一、中国美容市场行业结构与管理体制概况
- 二、中国美容市场正处于新一轮“洗牌期”
- 三、美容市场竞争加剧国内品牌缺失高端
- 四、浅析美容市场中的法治化管理

第二节 2016-2019年美容消费市场分析

- 一、中国美容消费市场状况分析
- 二、中国美容消费群体的市场要求
- 三、国内美容顾客的消费心理
- 四、女性美容的消费群体分析

第三节 2016-2019年主要地区美容市场发展现状分析

- 一、上海整治医疗美容市场取得较大成效
- 二、上海美容市场展现良好发展前景
- 三、广州美容市场亟需洗牌
- 四、山西规范美容美发市场出台新标准
- 五、四川医疗美容市场的问题与对策
- 六、青岛民营企业争作美容市场龙头

第四节 2016-2019年美容市场存在的问题与对策分析

- 一、国内美容市场发展存在的问题
- 二、美容消费存在六大问题
- 三、中国美容市场发展的对策分析

第十四章 2021-2027年中国胶原蛋白行业发展前景与投资预测分析（）

第一节 2021-2027年中国胶原蛋白行业发展前景

- 一、酶解生物活性胶原蛋白发展前景看好
- 二、胶原蛋白应用前景广阔
- 三、胶原蛋白/聚乙烯醇复合纤维具有良好市场前景
- 四、胶原蛋白功能性糖果的市场前景

第二节 2021-2027年中国胶原蛋白行业发展趋势

- 一、2021-2027年绿色产品将成为消费市场宠儿
- 二、2021-2027年胶原蛋白产品多样化趋势分析
- 三、2021-2027年胶原蛋白产品智能化趋势分析

四、2021-2027年胶原蛋白品牌价值的升级趋势

第三节 2021-2027年中国胶原蛋白市场前景预测

一、2021-2027年我国胶原蛋白的市场规模预测2017-2024年我国胶原蛋白行业规模预测

二、2021-2027年我国胶原蛋白市场的年需求量

三、2021-2027年我国胶原蛋白的市场空间预测

第四节 2016-2019年中国胶原蛋白产业投资概况

一、中国胶原蛋白产业投资特性

二、中国胶原蛋白投资环境分析

第五节 2021-2027年中国胶原蛋白行业投资机会分析

第六节 2021-2027年中国胶原蛋白行业投资风险分析

第七节 投资建议

图表目录：

图表：2016-2019年国内生产总值

图表：2016-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2016-2019年国家外汇储备

图表：2016-2019年财政收入

图表：2016-2019年全社会固定资产投资

图表：2019年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2019年固定资产投资新增主要生产能力

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202010/190741.html>