

# 2009-2012年胶原蛋白行业 竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2009-2012年胶原蛋白行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/200908/23960.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

胶原蛋白是一种生物性高分子物质，在动物细胞中扮演结合组织的角色。为生物科技产业最具关键性的原材料之一，也是需求量十分庞大的最佳生医材料。其应用领域包括生医材料、化妆品、食品工业、研究用途等。现在胶原蛋白正慢慢进入美容护肤领域。生物体高分子作为人工皮肤或是伤口的敷料有很大的潜力。此产品主要用于外科止血方面。胶原蛋白可使血液凝固，具有凝血功能，用作伤口止血敷料，主要是基于胶原蛋白能够与伤口紧密结合，渗入新生组织当中，并作为细胞生长时之支架。因为海绵状的胶原蛋白能吸收脑脊髓液，可分开脑与脑上组织且无严重的发炎现象，所以亦可作为破损之脑膜取代物之用。胶原蛋白回填疗法是一种已经由临床证实其安全性之疗法，可治疗脸部的皱纹、疤痕或脸部皮肤缺陷。胶原蛋白美容针剂对于人类脸部软性组织之皱折、凹陷及疤痕的矫正有显而易见的效果，可使病人容颜焕然一新。胶原蛋白会与血小板作用而产生凝血现象，胶原蛋白快速止血绷带可在10至15秒之内止住动脉流血，在急救和治疗身体创伤时特别有效。目前的急救止血方法除了向伤口施压以外，没有任何有效的方法。预计此产品可以进入庞大的急救材料与军事医疗市场。

胶原蛋白富含除色氨酸和半胱氨酸外的18种氨基酸，其中维持人体生长所必需的氨基酸有7种。胶原蛋白中的甘氨酸占30%。脯氨酸和羟脯氨酸共占约25%，是各种蛋白质中含量最高的，丙氨酸、谷氨酸的含量也比较高。同时还含有在一般蛋白中少见的羟脯氨酸和焦谷氨酸和在其他蛋白质几乎不存在的羟基赖氨酸。所以胶原蛋白的营养十分丰富。胶原蛋白是细胞外基质的结构蛋白质，其分子在细胞外基质中聚集为超分子结构。分子量为300ku。胶原蛋白最普遍的结构特征是三螺旋结构。其由3条 $\alpha$ 链多肽组成，每一条胶原链都是左手螺旋构型。3条左手螺旋链又相互缠绕成右手螺旋结构，即超螺旋结构闭胶原蛋白独特的三重螺旋结构，使其分子结构非常稳定，并且具有低免疫原性和良好的生物相容性等。结构决定性质，性质决定用途，胶原蛋白的结构的多样性和复杂性决定其在许多领域的重要地位。胶原蛋白产品具有良好的应用前景。

人体之所以能够活动自如，就是因为有关节的结构，大部分的关节，不但是提供人体活动之需，并经由软骨保护骨头避免磨损，软骨当中有65%至80%是由水所组成，其它则有醣蛋白、胶原蛋白及软骨细胞，这些提供了软骨健康营养及功能保护。事实上，软骨本身是一多孔结构，胶原蛋白是一条条细长纤维形成的网套，醣蛋白则是具有弹性的球体，水分则填塞其中，这些组成都必须完整，才可使软骨负荷重力，若胶原蛋白变少，会使醣蛋白与胶原蛋白的网套连接松弛，或是醣蛋白内含物减少，会使醣蛋白不再具有弹性，都会导致关节受力时容易变加速磨损，随着患者年龄增长，造成这些材质自然消失或功能退化，就形成所谓的退

化性关节炎。所以银发族、更年期妇女、运动过度者、骨折者或关节容易酸痛者应多补充富含胶原蛋白之食物。胶原蛋白是一类蛋白质家族。现已至少发现了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。根据它们在体内的分布和功能特点。目前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，其主要分布于皮肤、肌腱，等组织，其中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。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家卫生部、国家食品药品监督管理局、中国医药商业协会、中国食品工业协会、中国美发美容协会、国内外多种相关报刊杂志基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据。报告立足于胶原蛋白行业的发展环境，从胶原蛋白行业的发展现状、区域市场发展、进出口贸易情况、几大细分市场的现状与发展趋势、行业主要竞争格局以及胶原蛋白未来发展趋势等多方面深度剖析，全面展示胶原蛋白市场现状，揭示胶原蛋白的市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状

##### 第一章 胶原蛋白行业发展概述

###### 第一节 胶原蛋白的概念

###### 一、胶原蛋白的定义

###### 二、胶原蛋白的特点

###### 三、胶原蛋白的应用

###### 第二节 胶原蛋白行业发展成熟度

###### 一、行业发展周期分析

###### 二、行业中外市场成熟度对比

###### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

###### 第三节 胶原蛋白市场特征分析

###### 一、市场规模

###### 二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第二章 国际胶原蛋白市场发展分析

第一节 世界胶原蛋白行业发展分析

一、2007年世界胶原蛋白行业发展分析

二、2008年世界胶原蛋白行业发展分析

三、2009年世界胶原蛋白行业发展分析

第二节 全球胶原蛋白市场分析

一、2009年全球胶原蛋白需求分析

二、2009年欧美胶原蛋白需求分析

三、2009年中外胶原蛋白市场对比

第三节 2008-2009年主要地区胶原蛋白行业发展分析

一、2008-2009年美洲胶原蛋白行业分析

二、2008-2009年亚洲胶原蛋白行业分析

三、2008-2009年欧洲胶原蛋白行业分析

第三章 我国胶原蛋白行业发展分析

第一节 国内胶原蛋白行业发展现状

一、我国胶原蛋白行业消费状况

二、我国胶原蛋白行业生产状况

三、我国胶原蛋白行业面临的问题

四、我国胶原蛋白行业产品结构

五、中国胶原蛋白行业技术发展

第二节 中国胶原蛋白市场供需状况

一、2009年中国胶原蛋白行业供给能力

二、2009年中国胶原蛋白市场供给分析

三、2009年中国胶原蛋白市场需求分析

四、2009年中国胶原蛋白产品价格分析

第三节 我国胶原蛋白市场分析

一、2008年上半年胶原蛋白市场分析

二、2008年下半年胶原蛋白市场分析

三、2009年上半年胶原蛋白市场分析

四、2009年胶原蛋白市场的走向分析

#### 第四章 胶原蛋白产业经济运行分析

##### 第一节 2008-2009年中国胶原蛋白产业工业总产值分析

一、2008-2009年中国胶原蛋白产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

##### 第二节 2008-2009年中国胶原蛋白产业市场销售收入分析

一、2008-2009年中国胶原蛋白产业市场总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业总销售收入比较

##### 第三节 2008-2009年中国胶原蛋白产业产品成本费用分析

一、2008-2009年中国胶原蛋白产业成本费用总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

##### 第四节 2008-2009年中国胶原蛋白产业利润总额分析

一、2008-2009年中国胶原蛋白产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

#### 第五章 我国胶原蛋白产业进出口分析

##### 第一节 我国胶原蛋白产品进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

##### 第二节 我国胶原蛋白产品出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

##### 第三节 我国胶原蛋白产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年胶原蛋白进口预测

#### 四、2009年胶原蛋白出口预测

### 第六章 中国胶原蛋白行业消费市场分析

#### 第一节 中国胶原蛋白消费者收入分析

##### 一、中国人口、人民生活分析

##### 二、2008-2009年消费者收入水平

##### 三、2009年消费者信心指数分析

#### 第二节 胶原蛋白行业目标客户群体调查

##### 一、不同收入水平消费者偏好调查

##### 二、不同年龄的消费者偏好调查

##### 三、不同地区的消费者偏好调查

#### 第三节 胶原蛋白市场消费需求分析

##### 一、胶原蛋白市场的消费需求变化

##### 二、胶原蛋白行业的需求情况分析

##### 三、2009年胶原蛋白品牌市场消费需求分析

#### 第四节 胶原蛋白消费市场状况分析

##### 一、胶原蛋白行业消费特点

##### 二、胶原蛋白消费者分析

##### 三、胶原蛋白消费结构分析

##### 四、胶原蛋白消费的市场变化

##### 五、胶原蛋白市场的消费方向

### 第二部分 行业竞争格局

### 第七章 胶原蛋白行业竞争格局分析

#### 第一节 行业竞争结构分析

##### 一、现有企业间竞争

##### 二、潜在进入者分析

##### 三、替代品威胁分析

##### 四、供应商议价能力

##### 五、客户议价能力

#### 第二节 行业集中度分析

##### 一、市场集中度分析

##### 二、企业集中度分析

##### 三、区域集中度分析

### 第三节 行业国际竞争力比较

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

### 第四节 胶原蛋白行业主要企业竞争力分析

#### 一、重点企业资产总计对比分析

#### 二、重点企业从业人员对比分析

#### 三、重点企业全年营业收入对比分析

#### 四、重点企业出口交货值对比分析

#### 五、重点企业利润总额对比分析

#### 六、重点企业综合竞争力对比分析

### 第五节 2008-2009年胶原蛋白行业竞争格局分析

#### 一、2008年胶原蛋白行业竞争分析

#### 二、2008年中外胶原蛋白产品竞争分析

#### 三、2008-2009年国内外胶原蛋白竞争分析

#### 四、2008-2009年我国胶原蛋白市场竞争分析

#### 五、2008-2009年我国胶原蛋白市场集中度分析

#### 六、2009-2012年国内主要胶原蛋白企业动向

## 第八章 胶原蛋白企业竞争策略分析

### 第一节 胶原蛋白市场竞争策略分析

#### 一、2009年胶原蛋白市场增长潜力分析

#### 二、2009年胶原蛋白主要潜力品种分析

#### 三、现有胶原蛋白产品竞争策略分析

#### 四、潜力胶原蛋白品种竞争策略选择

#### 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 胶原蛋白企业竞争策略分析

#### 一、金融危机对胶原蛋白行业竞争格局的影响

#### 二、金融危机后胶原蛋白行业竞争格局的变化

#### 三、2009-2012年我国胶原蛋白市场竞争趋势

#### 四、2009-2012年胶原蛋白行业竞争格局展望



五、2009-2012年胶原蛋白行业竞争策略分析

六、2009-2012年胶原蛋白企业竞争策略分析

## 第九章 主要胶原蛋白品牌竞争分析

### 第一节 FANCL (中国驰名商标)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第二节 安利 (中国驰名商标)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第三节 维纳斯精纯胶原蛋白 (中国驰名商标)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第四节 伊乐瑞 (中国驰名商标)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第五节 巨子 (一线品牌)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第六节 达杰瑞 (中国驰名商标)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

#### 第七节 铭让生物（中国驰名商标）

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

#### 第八节 华研生物（中国驰名商标）

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

#### 第九节 海力生（中国驰名商标）

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

#### 第十节 恒寿堂（中国驰名商标）

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

#### 第三部分 行业前景预测

#### 第十章 胶原蛋白行业发展趋势分析

##### 第一节 2009年发展环境展望

##### 一、2009年宏观经济形势展望

##### 二、2009年政策走势及其影响

##### 三、2009年国际行业走势展望

##### 第二节 2009年胶原蛋白行业发展趋势分析

##### 一、2009年技术发展趋势分析

##### 二、2009年产品发展趋势分析

##### 三、2009年行业竞争格局展望

##### 第三节 2009-2012年中国胶原蛋白市场趋势分析

一、2008-2009年胶原蛋白市场趋势总结

二、2009-2012年胶原蛋白发展趋势分析

三、2009-2012年胶原蛋白市场发展空间

四、2009-2012年胶原蛋白产业政策趋向

五、2009-2012年胶原蛋白技术革新趋势

六、2009-2012年胶原蛋白价格走势分析

第十一章 未来胶原蛋白行业发展预测

第一节 未来胶原蛋白需求与消费预测

一、2009-2012年胶原蛋白产品消费预测

二、2009-2012年胶原蛋白市场规模预测

三、2009-2012年胶原蛋白行业总产值预测

四、2009-2012年胶原蛋白行业销售收入预测

五、2009-2012年胶原蛋白行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国胶原蛋白行业供需预测

一、2008-2012年中国胶原蛋白供给预测

二、2009-2012年中国胶原蛋白产量预测

三、2009-2012年中国胶原蛋白需求预测

四、2009-2012年中国胶原蛋白供需平衡预测

五、2009-2012年中国胶原蛋白产品价格预测

六、2009-2012年主要胶原蛋白产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 胶原蛋白行业投资现状分析

第一节 2008年胶原蛋白行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年胶原蛋白行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资及结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

第十三章 胶原蛋白行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年胶原蛋白行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响

第十四章 胶原蛋白行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 胶原蛋白行业投资效益分析

一、2008-2009年胶原蛋白行业投资状况分析

二、2009-2012年胶原蛋白行业投资效益分析

三、2009-2012年胶原蛋白行业投资趋势预测

四、2009-2012年胶原蛋白行业的投资方向

五、2009-2012年胶原蛋白行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响胶原蛋白行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响胶原蛋白行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响胶原蛋白行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响胶原蛋白行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国胶原蛋白行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国胶原蛋白行业发展面临的机遇分析

#### 第五节 胶原蛋白行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年胶原蛋白行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年胶原蛋白行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年胶原蛋白行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年胶原蛋白行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年胶原蛋白同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年胶原蛋白行业其他风险及控制策略

### 第十五章 胶原蛋白行业投资战略研究

#### 第一节 胶原蛋白行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

#### 第二节 对我国胶原蛋白品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、胶原蛋白实施品牌战略的意义
- 三、胶原蛋白企业品牌的现状分析
- 四、我国胶原蛋白企业的品牌战略
- 五、胶原蛋白品牌战略管理的策略

#### 第三节 胶原蛋白行业投资战略研究

- 一、2008年胶原蛋白行业投资战略研究
- 二、2009年胶原蛋白行业投资战略研究
- 三、2009-2012年胶原蛋白行业投资形势
- 四、2009-2012年胶原蛋白行业投资战略

## 图表目录

图表：胶原蛋白产业链分析

图表：国际胶原蛋白市场规模

图表：国际胶原蛋白生命周期

图表：2008-2009年中国胶原蛋白行业市场规模

图表：2008-2009年全球胶原蛋白产业市场规模

图表：2008-2009年胶原蛋白重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国胶原蛋白行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国胶原蛋白行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国胶原蛋白行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国胶原蛋白竞争力分析

图表：2009-2012年中国胶原蛋白产能预测

图表：2009-2012年中国胶原蛋白消费量预测

图表：2009-2012年中国胶原蛋白市场前景预测

图表：2009-2012年中国胶原蛋白市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国胶原蛋白发展前景预测

图表：2008年1-12月胶原蛋白进口数据

图表：2008年1季度胶原蛋白进口数据

图表：2008年1月胶原蛋白进口数据

图表：2008年2月胶原蛋白进口数据

图表：2008年3月胶原蛋白进口数据

图表：2008年2季度胶原蛋白进口数据

图表：2008年4月胶原蛋白进口数据

图表：2008年5月胶原蛋白进口数据

图表：2008年6月胶原蛋白进口数据

图表：2008年3季度胶原蛋白进口数据

图表：2008年7月胶原蛋白进口数据

图表：2008年8月胶原蛋白进口数据

图表：2008年9月胶原蛋白进口数据

图表：2008年4季度胶原蛋白进口数据

图表：2008年10月胶原蛋白进口数据

图表：2008年11月胶原蛋白进口数据

图表：2008年12月胶原蛋白进口数据  
图表：2008年1-12月胶原蛋白出口数据  
图表：2008年1季度胶原蛋白出口数据  
图表：2008年1月胶原蛋白出口数据  
图表：2008年2月胶原蛋白出口数据  
图表：2008年3月胶原蛋白出口数据  
图表：2008年2季度胶原蛋白出口数据  
图表：2008年4月胶原蛋白出口数据  
图表：2008年5月胶原蛋白出口数据  
图表：2008年6月胶原蛋白出口数据  
图表：2008年3季度胶原蛋白出口数据  
图表：2008年7月胶原蛋白出口数据  
图表：2008年8月胶原蛋白出口数据  
图表：2008年9月胶原蛋白出口数据  
图表：2008年4季度胶原蛋白出口数据  
图表：2008年10月胶原蛋白出口数据  
图表：2008年11月胶原蛋白出口数据  
图表：2008年12月胶原蛋白出口数据  
图表：2009年1-6月胶原蛋白进口数据  
图表：2009年1季度胶原蛋白进口数据  
图表：2009年1月胶原蛋白进口数据  
图表：2009年2月胶原蛋白进口数据  
图表：2009年3月胶原蛋白进口数据  
图表：2009年2季度胶原蛋白进口数据  
图表：2009年4月胶原蛋白进口数据  
图表：2009年5月胶原蛋白进口数据  
图表：2009年6月胶原蛋白进口数据  
图表：2009年1-6月胶原蛋白出口数据  
图表：2009年1季度胶原蛋白出口数据  
图表：2009年1月胶原蛋白出口数据  
图表：2009年2月胶原蛋白出口数据  
图表：2009年3月胶原蛋白出口数据

图表：2009年2季度胶原蛋白出口数据

图表：2009年4月胶原蛋白出口数据

图表：2009年5月胶原蛋白出口数据

图表：2009年6月胶原蛋白出口数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200908/23960.html>