



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国补钙产品市场 调查及未来前景预测研究报告

# 一、调研说明

《2012-2016年中国补钙产品市场调查及未来前景预测研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/193316.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

钙在体内的存的形式主要以骨骼，牙齿的形式存在。人体中99%的钙质存在骨骼牙齿中，支持人体的运动和咀嚼能力。另外1%存在于血液和组织器官中称为血钙。中国居民每日膳食中谷类和蔬菜约占食物的90%左右。而在这些食物中例如：谷类中含有大量植酸从而阻止钙吸收。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国补钙产品市场调查及未来前景预测研究报告》共十一章。首先介绍了补钙产品相关概述、中国补钙产品市场运行环境等，接着分析了中国补钙产品市场发展的现状，然后介绍了中国补钙产品重点区域市场运行形势。随后，报告对中国补钙产品重点企业经营状况分析，最后分析了中国补钙产品行业发展趋势与投资预测。您若想对补钙产品产业有个系统的了解或者想投资补钙产品行业，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。

### 第一章 补钙行业及相关概述

#### 第一节 保健食品行业概述

##### 一、保健食品分类

##### 二、保健食品的定义

##### 三、保健品与药品的区别

##### 四、保健食品的基本特征

##### 五、中国保健品行业发展现状

#### 第二节 补钙行业概述

##### 一、人体中的钙

##### 二、人体缺钙与补钙分析

##### 三、补钙方法分析

##### 四、钙制剂的应用及探讨

### 第二章 中国补钙产业运行环境分析

#### 第一节 国内补钙经济环境分析

- 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、2012年中国补钙经济发展预测分析

## 第二节 中国补钙行业政策环境分析

## 第三章 中国补钙市场运行走势分析

### 第一节 2011年中国补钙市场规模分析

- 一、整体规模分析
- 二、历年销售情况分析
- 三、不同地区补钙产品分析

### 第二节 2012-2016年中国补钙市场规模预测

- 一、2012-2016年市场规模
- 二、2012-2016年不同类型补钙产品市场规模

## 第四章 中国补钙需求与消费者偏好调查分析

### 第一节 中国补钙产品产量统计分析

- 一、补钙产品产量分析
- 二、中国药品整体产量分析

### 第二节 中国补钙产品消费量统计分析

- 一、整体规模
- 二、不同品种补钙产品消费量

### 第三节 补钙产品目标客户群体调查

- 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、消费者补钙方式偏好调查

### 第四节 补钙产品的品牌市场调查

- 一、消费者对补钙品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对补钙产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对补钙品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、补钙品牌忠诚度调查
- 六、补钙前十名品牌市场占有率调查

七、补钙前十名品牌竞争力比较分析

八、消费者的群体构成调查

九、消费者的购买动机调查

十、消费者的接受价格范围分析

十一、消费者的喜好规格范围分析

十二、消费者对补钙的认识

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、广告的影响程度

四、渠道选择

第五章 中国品牌补钙产品市场价格分析

第一节 价格形成机制分析

一、价格机制概述

二、价格形成机制概述

三、中国补钙产品的价格形成机制

第二节 中国品牌补钙产品平均价格趋向势分析

一、补钙市场主要产品价格分析

二、2012-2016年产品价格走势

第六章 2008-2010年中国补钙产品制造行业数据监测分析

第一节 2008-2010年中国补钙产品行业总体数据分析

一、2008年中国补钙产品行业全部企业数据分析

二、2009年中国补钙产品行业全部企业数据分析

三、2010年中国补钙产品行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国补钙产品行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国补钙产品行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国补钙产品行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国补钙产品行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国补钙产品行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国补钙产品行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国补钙产品行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国补钙产品行业不同所有制企业数据分析

## 第七章 中国补钙产品市场竞争格局分析

### 第一节 2011年中国行业竞争现状分析

一、细分市场之争补现端倪

二、外企看好中国补钙市场

三、品牌、价格竞争分析

四、营销方式竞争分析

### 第二节 2011年中国补钙产品产业集中度分析

一、补钙产品市场集中度分析

二、补钙产品区域集中度分析

### 第三节 2011年中国补钙产品竞争策略分析

## 第八章 中国补钙产品重点企业分析

### 第一节 东盛科技股份有限公司（盖天力）

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第二节 惠氏制药有限公司（钙尔奇D）

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第三节 四川维奥制药有限公司（乐力）

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第四节 哈药集团有限公司（新盖中盖、三精葡萄糖酸钙）

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第五节 杭州民生药业集团有限公司（21金维他）

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第六节 山东健民药业有限公司（龙牡壮骨颗粒）

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第七节 新疆特丰药业有限责任公司（佳加钙口服液）

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第八节 福州南海岸生物工程有限公司（南海岸鳊钙）

### 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

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第九节 襄樊巨力实业有限公司（巨能钙）

### 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

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第九章 2012-2016年中国补钙产品行业发展趋势与前景展望分析

### 第一节 2012-2016年中国补钙产品行业发展前景分析

#### 一、中国补钙产品市场潜力巨大

#### 二、老人与妇女补钙产品前景可期

#### 三、价格水平发展趋势

### 第二节 2012-2016年中国补钙产品行业市场预测分析

#### 一、补钙产品供给预测分析

#### 二、补钙产品需求预测分析

### 第三节 2012-2016年中国补钙产品市场盈利预测分析

## 第十章 2012-2016年中国品牌补钙投资策略分析

### 第一节 补钙行业投资策略分析

#### 一、重点投资品种分析

#### 二、重点投资地区分析

### 第二节 保健品行业赢利模式分析

#### 一、产品竖三角赢利模式

#### 二、解决消费者问题的赢利模式



- 三、创新营销速度赢利模式
- 四、几何级数赢利模式
- 五、突出优势赢利模式
- 六、品牌赢利模式
- 七、特异产品模式
- 八、区域优势赢利模式

## 第十一章 2012-2016年中国品牌补钙营销策略分析

### 第一节 补钙产品营销策略分析

- 一、产品营销基准分析
- 二、补钙市场营销的差异化诉求分析
- 三、补钙产品附加价值分析
- 四、补钙产品广告宣传策略分析
- 五、保健品营销趋势分析

### 第二节 补钙产品渠道策略分析

- 一、“推拉”式促销分析
- 二、终端和品牌形象分析
- 三、产品渠道选择分析

### 第三节 补钙产品品牌策略分析

- 一、品牌的重要性
- 二、补钙产品品牌的现状分析
- 三、补钙产品品牌战略管理的策略

## 图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：东盛科技股份有限公司主要经济指标走势图

图表：东盛科技股份有限公司经营收入走势图

图表：东盛科技股份有限公司盈利指标走势图

图表：东盛科技股份有限公司负债情况图

图表：东盛科技股份有限公司负债指标走势图

图表：东盛科技股份有限公司运营能力指标走势图

图表：东盛科技股份有限公司成长能力指标走势图

图表：惠氏制药有限公司主要经济指标走势图

图表：惠氏制药有限公司经营收入走势图

图表：惠氏制药有限公司盈利指标走势图

图表：惠氏制药有限公司负债情况图

图表：惠氏制药有限公司负债指标走势图

图表：惠氏制药有限公司运营能力指标走势图

图表：惠氏制药有限公司成长能力指标走势图

图表：四川维奥制药有限公司主要经济指标走势图

图表：四川维奥制药有限公司经营收入走势图

图表：四川维奥制药有限公司盈利指标走势图

图表：四川维奥制药有限公司负债情况图

图表：四川维奥制药有限公司负债指标走势图

图表：四川维奥制药有限公司运营能力指标走势图

图表：四川维奥制药有限公司成长能力指标走势图

图表：哈药集团有限公司主要经济指标走势图

图表：哈药集团有限公司经营收入走势图

图表：哈药集团有限公司盈利指标走势图

图表：哈药集团有限公司负债情况图

图表：哈药集团有限公司负债指标走势图

图表：哈药集团有限公司运营能力指标走势图

图表：哈药集团有限公司成长能力指标走势图

图表：杭州民生药业集团有限公司主要经济指标走势图

图表：杭州民生药业集团有限公司经营收入走势图

图表：杭州民生药业集团有限公司盈利指标走势图

图表：杭州民生药业集团有限公司负债情况图

图表：杭州民生药业集团有限公司负债指标走势图

图表：杭州民生药业集团有限公司运营能力指标走势图

图表：杭州民生药业集团有限公司成长能力指标走势图

图表：山东健民药业有限公司主要经济指标走势图

图表：山东健民药业有限公司经营收入走势图

图表：山东健民药业有限公司盈利指标走势图

图表：山东健民药业有限公司负债情况图

图表：山东健民药业有限公司负债指标走势图

图表：山东健民药业有限公司运营能力指标走势图

图表：山东健民药业有限公司成长能力指标走势图

图表：新疆特丰药业有限责任公司主要经济指标走势图

图表：新疆特丰药业有限责任公司经营收入走势图

图表：新疆特丰药业有限责任公司盈利指标走势图

图表：新疆特丰药业有限责任公司负债情况图

图表：新疆特丰药业有限责任公司负债指标走势图

图表：新疆特丰药业有限责任公司运营能力指标走势图

图表：新疆特丰药业有限责任公司成长能力指标走势图

图表：福州南海岸生物工程有限公司主要经济指标走势图

图表：福州南海岸生物工程有限公司经营收入走势图

图表：福州南海岸生物工程有限公司盈利指标走势图

图表：福州南海岸生物工程有限公司负债情况图

图表：福州南海岸生物工程有限公司负债指标走势图

图表：福州南海岸生物工程有限公司运营能力指标走势图

图表：福州南海岸生物工程有限公司成长能力指标走势图

图表：襄樊巨力实业有限公司主要经济指标走势图

图表：襄樊巨力实业有限公司经营收入走势图

图表：襄樊巨力实业有限公司盈利指标走势图

图表：襄樊巨力实业有限公司负债情况图

图表：襄樊巨力实业有限公司负债指标走势图

图表：襄樊巨力实业有限公司运营能力指标走势图

图表：襄樊巨力实业有限公司成长能力指标走势图

图表：2012-2016年中国补钙产品供给预测分析

图表：2012-2016年中国补钙产品需求预测分析

图表：2012-2016年中国补钙产品市场盈利预测分析

图表：略&hellip;&hellip;

通过《2012-2016年中国补钙产品市场调查及未来前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/193316.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。