



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国补钙行业市场 深度分析与投资前景预测报告

## 一、调研说明

《2013-2018年中国补钙行业市场深度分析与投资前景预测报告》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/235937.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

中国补钙品市场规模曾经达到过120亿，在我国每年有700万新增的骨质疏松患者，40%的儿童需要补钙，每10个中老年人有6个人需要补钙，据统计，我国缺钙的两大人群（小孩和中老年人）已经达到几亿人。巨大的需求孕育了巨大的补钙品市场，如果每人每年的补钙消费100元，那么全国补钙品市场就将达到数百亿元。随着居民消费水平的增长，这个数字还会进一步上升。

《2013-2018年中国补钙行业市场深度分析与投资前景预测报告》对我国补钙行业的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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，进出口数据主要来自海关及商务部，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章补钙行业相关概述

#### 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、2013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2012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2013-2018年中国补钙市场规模预测

- 一、2013-2018年市场规模
- 二、2013-2018年不同类型补钙产品市场规模

## 第四章中国补钙产品产量分析

### 第一节 2010年中国补钙产品产量数据分析

- 一、2010年全国补钙产品产量数据分析
- 二、2010年补钙产品重点省市数据分析

### 第二节 2011年中国补钙产品产量数据分析

- 一、2011年全国补钙产品产量数据分析
- 二、2011年补钙产品重点省市数据分析

### 第三节 2012年中国补钙产品产量数据分析

- 一、2012年全国补钙产品产量数据分析

## 第五章中国品牌补钙产品市场价格分析

### 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、2013-2018年产品价格走势

### 第六章2010-2012年国内补钙产品行业（所属行业）数据监测分析

#### 第一节 2010-2012年中国补钙产品行业（所属行业）总体数据分析

##### 一、2010年中国补钙产品行业全部企业（所属行业）数据分析

##### 二、2011年中国补钙产品行业全部企业（所属行业）数据分析

##### 三、2012年中国补钙产品行业全部企业（所属行业）数据分析

#### 第二节 2010-2012年中国补钙产品行业（所属行业）不同规模企业数据分析

##### 一、2010年中国补钙产品行业（所属行业）不同规模企业数据分析

##### 二、2011年中国补钙产品行业（所属行业）不同规模企业数据分析

##### 三、2012年中国补钙产品行业（所属行业）不同规模企业数据分析

#### 第三节 2010-2012年中国补钙产品行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

##### 一、2010年中国补钙产品行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

##### 二、2011年中国补钙产品行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

##### 三、2012年中国补钙产品行业（所属行业）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2012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2012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2012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（南海岸鳗钙）

- 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2013-2018年中国补钙产品行业发展趋势前景展望分析

#### 第一节2013-2018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2013-2018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2013-2018年中国补钙产品市场盈利预测分析

## 第十章2013-2018年中国品牌补钙投资策略分析

### 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2013-2018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：

- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）
- 图表：居民消费价格同比上涨情况
- 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
- 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
- 图表：农村居民人均收入实际增长速度
- 图表：人口及其自然增长率变化情况
- 图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
- 图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）
- 图表：2013年中国GDP增长预测
- 图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/235937.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。