



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国补钙产品市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国补钙产品市场分析及投资策略研究报告》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/277587.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

钙在体内主要存在于骨骼，牙齿。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。 中国居民膳食钙参考摄入量： 年 龄 每日参考摄入量（mg） 0-6个月 300
1岁—4岁 400 4岁—7岁 600 7岁—11岁 800 11岁—18岁 1000
孕妇 中期 1000 孕妇 晚期 1200 乳母 1200

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家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 补钙行业及相关概述 17

第一节 保健食品行业概述 17

一、保健食品分类 17

二、保健食品的定义 18

三、保健品与药品的区别 19

四、保健食品的基本特征 20

五、中国保健品行业发展现状 20

第二节 补钙行业概述 23

一、人体中的钙 23

二、人体缺钙与补钙分析 25

三、补钙方法分析 28

四、钙制剂的应用及探讨 35

第二章 中国补钙产业运行环境分析 39

第一节 国内补钙经济环境分析 39

一、GDP历史变动轨迹分析 39

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 40

三、2016年中国补钙经济发展预测分析 42

第二节 中国补钙行业政策环境分析 52

第三章 中国补钙市场运行走势分析 54

第一节 2016年中国补钙市场规模分析 54

一、整体规模分析 54

二、历年销售情况分析 55

三、不同地区补钙产品分析 55

第二节 2016-2022年中国补钙市场规模预测 56

一、2016-2022年市场规模 56

二、2016-2022年不同类型补钙产品市场规模 57

第四章 中国补钙需求与消费者偏好调查分析 58

第一节 中国补钙产品产量统计分析 58

一、补钙产品产量分析 58

二、中国药品整体产量分析 58

第二节 中国补钙产品消费量统计分析 60

一、整体规模 60

二、不同品种补钙产品消费量 61

第三节 补钙产品目标客户群体调查 62

一、不同收入水平消费者偏好调查 62

二、不同年龄的消费者偏好调查 62

三、消费者补钙方式偏好调查 63

第四节 补钙产品的品牌市场调查 63

一、消费者对补钙品牌认知度宏观调查 63

二、消费者对补钙产品的品牌偏好调查 63

三、消费者对补钙品牌的首要认知渠道 63

四、消费者经常购买的品牌调查 64

五、补钙品牌忠诚度调查 64

七、补钙前十名品牌竞争力比较分析 64

八、消费者的群体构成调查 65

九、消费者的购买动机调查 66

十、消费者的接受价格范围分析 66

十一、消费者的喜好规格范围分析 67

十二、消费者对补钙的认识 67

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析 67

一、价格敏感程度 67

二、品牌的影响 68

三、广告的影响程度 68

四、渠道选择 69

第五章 中国品牌补钙产品市场价格分析 75

第一节 价格形成机制分析 75

一、价格机制概述 75

二、价格形成机制概述 76

三、中国补钙产品的价格形成机制 78

第二节 中国品牌补钙产品平均价格趋向势分析 78

一、补钙市场主要产品价格分析 78

二、2016-2022年产品价格走势 79

第六章 2014-2016年3月中国补钙产品制造行业数据监测分析 80

第一节 2014-2016年3月中国补钙产品行业总体数据分析 80

一、2014年中国补钙产品行业全部企业数据分析 80

二、2015年中国补钙产品行业全部企业数据分析 80

三、2016年中国补钙产品行业全部企业数据分析 80

第二节 2014-2016年3月中国补钙产品行业不同规模企业数据分析 81

一、2014年中国补钙产品行业不同规模企业数据分析 81

二、2015年中国补钙产品行业不同规模企业数据分析 81

三、2016年中国补钙产品行业不同规模企业数据分析 81

第三节 2014-2016年3月中国补钙产品行业不同所有制企业数据分析 82

一、2014年中国补钙产品行业不同所有制企业数据分析 82

二、2015年中国补钙产品行业不同所有制企业数据分析 82

三、2016年中国补钙产品行业不同所有制企业数据分析 83

第七章 中国补钙产品市场竞争格局分析 84

第一节 2016年中国行业竞争现状分析 84

一、细分市场之争补现端倪	84
二、外企看好中国补钙市场	84
三、品牌、价格竞争分析	84
四、营销方式竞争分析	85
第二节 2016年中国补钙产品产业集中度分析	86
一、补钙产品市场集中度分析	86
二、补钙产品区域集中度分析	87
第三节 2016年中国补钙产品竞争策略分析	87

第八章 中国补钙产品重点企业分析 89

第一节 东盛科技股份有限公司（盖天力） 89

一、企业概况	89
二、企业主要经济指标分析	90
三、企业盈利能力分析	98
四、企业偿债能力分析	99
五、企业运营能力分析	101
六、企业成长能力分析	102

第二节 惠氏制药有限公司（钙尔奇D） 103

一、企业概况	103
二、企业主要经济指标分析	104
三、企业盈利能力分析	105
四、企业偿债能力分析	106
五、企业运营能力分析	108
六、企业成长能力分析	109

第三节 四川维奥制药有限公司（乐力） 109

一、企业概况	110
二、企业主要经济指标分析	110
三、企业盈利能力分析	111
四、企业偿债能力分析	112
五、企业运营能力分析	114
六、企业成长能力分析	115

第四节 哈药集团有限公司（新盖中盖、三精葡萄糖酸钙） 116

一、企业概况	116
二、企业主要经济指标分析	117
三、企业盈利能力分析	125
四、企业偿债能力分析	127
五、企业运营能力分析	128
六、企业成长能力分析	129
第五节 杭州民生药业集团有限公司（21金维他）	130
一、企业概况	130
二、企业主要经济指标分析	130
三、企业盈利能力分析	131
四、企业偿债能力分析	132
五、企业运营能力分析	134
六、企业成长能力分析	135
第六节 山东健民药业有限公司（龙牡壮骨颗粒）	136
一、企业概况	136
二、企业主要经济指标分析	138
三、企业盈利能力分析	139
四、企业偿债能力分析	140
五、企业运营能力分析	141
六、企业成长能力分析	142
第七节 新疆特丰药业有限责任公司（佳加钙口服液）	143
一、企业概况	143
二、企业主要经济指标分析	144
三、企业盈利能力分析	145
四、企业偿债能力分析	146
五、企业运营能力分析	148
六、企业成长能力分析	149
第八节 福州南海岸生物工程有限公司（南海岸鳗钙）	150
一、企业概况	150
二、企业主要经济指标分析	151
三、企业盈利能力分析	152
四、企业偿债能力分析	153

五、企业运营能力分析 155

六、企业成长能力分析 156

第九节 襄樊巨力实业有限公司（巨能钙） 157

一、企业概况 157

二、企业主要经济指标分析 157

三、企业盈利能力分析 158

四、企业偿债能力分析 159

五、企业运营能力分析 161

六、企业成长能力分析 162

第九章 2016-2022年中国补钙产品行业发展趋势与前景展望分析 164

第一节 2016-2022年中国补钙产品行业发展前景分析 164

一、中国补钙产品市场潜力巨大 164

二、老人与妇女补钙产品前景可期 164

三、价格水平发展趋势 164

第二节 2016-2022年中国补钙产品行业市场预测分析 164

一、补钙产品供给预测分析 165

二、补钙产品需求预测分析 165

第三节 2016-2022年中国补钙产品市场盈利预测分析 166

第十章 2016-2022年中国品牌补钙投资策略分析 167

第一节 补钙行业投资策略分析 167

一、重点投资品种分析 167

二、重点投资地区分析 168

第二节 保健品行业赢利模式分析 169

一、产品竖三角赢利模式 169

二、解决消费者问题的赢利模式 170

三、创新营销速度赢利模式 170

四、几何级数赢利模式 171

五、突出优势赢利模式 171

六、品牌赢利模式 172

七、特异产品模式 172

八、区域优势赢利模式 172

第十一章 2016-2022年中国品牌补钙营销策略分析 174

第一节 补钙产品营销策略分析 174

一、产品营销基准分析 174

二、补钙市场营销的差异化诉求分析 174

三、补钙产品附加价值分析 175

四、补钙产品广告宣传策略分析 175

五、保健品营销趋势分析 176

第二节 补钙产品渠道策略分析 178

一、“推拉”式促销分析 178

二、终端和品牌形象分析 181

三、产品渠道选择分析 182

第三节 补钙产品品牌策略分析 184

一、品牌的重要性 184

二、补钙产品品牌的现状分析 187

三、补钙产品品牌战略管理的策略 187 (AK HT)

图表目录：

图表1 2014-2016年3月国内生产总值及其增长速度 39

图表2 2014-2016年3月三次产业增加值占国内生产总值比重 39

图表3 2014-2016年3月全社会固定资产投资 40

图表4 2016年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比 41

图表5 2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 41

图表6 2016年固定资产投资新增主要生产与运营能力 42

图表7 2014-2016年3月我国补钙市场规模分析 54

图表8 2014-2016年3月我国补钙产品销售额分析 55

图表9 2016-2022年中国补钙市场规模预测 56

图表10 2014-2016年3月我国补钙产品产量分析 58

图表11 2014-2016年3月中国化学药品原药产量数据统计（分省市） 58

图表12 2014-2016年3月我国补钙产品消费量分析 60

图表13 补钙品牌消费者年龄结构分布 62

图表14 消费者对补钙品牌的首要认知渠道分析	63
图表15 2016年中国补钙十大品牌排行榜	64
图表16 2014-2016年3月我国补钙产品市场平均价格分析	78
图表17 2016-2022年我国补钙产品市场平均价格预测分析	79
图表18 2014年中国补钙产品行业全部企业数据分析	80
图表19 2015年中国补钙产品行业全部企业数据分析	80
图表20 2016年中国补钙产品行业全部企业数据分析	80
图表21 2014年中国补钙产品行业不同规模企业数据分析	81
图表22 2015年中国补钙产品行业不同规模企业数据分析	81
图表23 2016年中国补钙产品行业不同规模企业数据分析	82
图表24 2014年中国补钙产品行业不同所有制企业数据分析	82
图表25 2015年中国补钙产品行业不同所有制企业数据分析	82
图表26 2016年中国补钙产品行业不同所有制企业数据分析	83
图表27 东盛科技股份有限公司负债能力分析表	90
图表28 东盛科技股份有限公司利润能力分析表	95
图表29 东盛科技股份有限公司盈利能力分析表	98
图表30 东盛科技股份有限公司偿债能力分析表	99
图表31 东盛科技股份有限公司运营能力分析表	101
图表32 东盛科技股份有限公司成长能力分析表	102
图表33 近4年惠氏制药有限公司流动资产周转次数变化情况	104
图表34 近3年惠氏制药有限公司流动资产周转次数变化情况	104
图表35 近4年惠氏制药有限公司销售毛利率变化情况	105
图表36 近3年惠氏制药有限公司销售毛利率变化情况	105
图表37 近4年惠氏制药有限公司资产负债率变化情况	106
图表38 近3年惠氏制药有限公司资产负债率变化情况	106
图表39 近4年惠氏制药有限公司产权比率变化情况	107
图表40 近3年惠氏制药有限公司产权比率变化情况	107
图表41 近4年惠氏制药有限公司固定资产周转次数情况	108
图表42 近3年惠氏制药有限公司固定资产周转次数情况	108
图表43 近4年惠氏制药有限公司总资产周转次数变化情况	109
图表44 近3年惠氏制药有限公司总资产周转次数变化情况	109
图表45 近4年四川维奥制药有限公司流动资产周转次数变化情况	110

图表46 近3年四川维奥制药有限公司流动资产周转次数变化情况	111
图表47 近4年四川维奥制药有限公司销售毛利率变化情况	111
图表48 近3年四川维奥制药有限公司销售毛利率变化情况	112
图表49 近4年四川维奥制药有限公司资产负债率变化情况	112
图表50 近3年四川维奥制药有限公司资产负债率变化情况	113
图表51 近4年四川维奥制药有限公司产权比率变化情况	113
图表52 近3年四川维奥制药有限公司产权比率变化情况	114
图表53 近4年四川维奥制药有限公司固定资产周转次数情况	114
图表54 近3年四川维奥制药有限公司固定资产周转次数情况	115
图表55 近4年四川维奥制药有限公司总资产周转次数变化情况	115
图表56 近3年四川维奥制药有限公司总资产周转次数变化情况	115
图表57 哈药集团有限公司负债能力分析表	117
图表58 哈药集团有限公司利润能力分析表	122
图表59 哈药集团有限公司盈利能力分析表	125
图表60 哈药集团有限公司偿债能力分析表	127
图表61 哈药集团有限公司运营能力分析表	128
图表62 哈药集团有限公司成长能力分析表	129
图表63 近4年杭州民生药业有限公司流动资产周转次数变化情况	131
图表64 近3年杭州民生药业有限公司流动资产周转次数变化情况	131
图表65 近3年杭州民生药业有限公司销售毛利率变化情况	132
图表66 近4年杭州民生药业有限公司资产负债率变化情况	132
图表67 近3年杭州民生药业有限公司资产负债率变化情况	133
图表68 近4年杭州民生药业有限公司产权比率变化情况	133
图表69 近3年杭州民生药业有限公司产权比率变化情况	134
图表70 近4年杭州民生药业有限公司固定资产周转次数情况	134
图表71 近3年杭州民生药业有限公司固定资产周转次数情况	135
图表72 近4年杭州民生药业有限公司总资产周转次数变化情况	135
图表73 近3年杭州民生药业有限公司总资产周转次数变化情况	136
图表74 近4年山东健民药业有限公司流动资产周转次数变化情况	138
图表75 近3年山东健民药业有限公司流动资产周转次数变化情况	138
图表76 近4年山东健民药业有限公司销售毛利率变化情况	139
图表77 近3年山东健民药业有限公司销售毛利率变化情况	139

图表78 近4年山东健民药业有限公司资产负债率变化情况 140

图表79 近3年山东健民药业有限公司资产负债率变化情况 140

图表80 近4年山东健民药业有限公司产权比率变化情况 141

图表81 近3年山东健民药业有限公司产权比率变化情况 141

图表82 近4年山东健民药业有限公司固定资产周转次数情况 142

图表83 近3年山东健民药业有限公司固定资产周转次数情况 142

图表84 近4年山东健民药业有限公司总资产周转次数变化情况 142

图表85 近3年山东健民药业有限公司总资产周转次数变化情况 143

图表86 近4年新疆特丰药业股份有限公司流动资产周转次数变化情况 144

图表87 近3年新疆特丰药业股份有限公司流动资产周转次数变化情况 145

图表88 近4年新疆特丰药业股份有限公司销售毛利率变化情况 145

图表89 近3年新疆特丰药业股份有限公司销售毛利率变化情况 146

图表90 近4年新疆特丰药业股份有限公司资产负债率变化情况 146

图表91 近3年新疆特丰药业股份有限公司资产负债率变化情况 147

图表92 近4年新疆特丰药业股份有限公司产权比率变化情况 147

图表93 近3年新疆特丰药业股份有限公司产权比率变化情况 148

图表94 近4年新疆特丰药业股份有限公司固定资产周转次数情况 148

图表95 近3年新疆特丰药业股份有限公司固定资产周转次数情况 149

图表96 近4年新疆特丰药业股份有限公司总资产周转次数变化情况 149

图表97 近3年新疆特丰药业股份有限公司总资产周转次数变化情况 150

图表98 近4年福建南海岸生物工程股份有限公司流动资产周转次数变化情况 151

图表99 近3年福建南海岸生物工程股份有限公司流动资产周转次数变化情况 151

图表100 近4年福建南海岸生物工程股份有限公司销售毛利率变化情况 152

图表101 近3年福建南海岸生物工程股份有限公司销售毛利率变化情况 152

图表102 近4年福建南海岸生物工程股份有限公司资产负债率变化情况 153

图表103 近3年福建南海岸生物工程股份有限公司资产负债率变化情况 154

图表104 近4年福建南海岸生物工程股份有限公司产权比率变化情况 154

图表105 近3年福建南海岸生物工程股份有限公司产权比率变化情况 154

图表106 近4年福建南海岸生物工程股份有限公司固定资产周转次数情况 155

图表107 近3年福建南海岸生物工程股份有限公司固定资产周转次数情况 155

图表108 近4年福建南海岸生物工程股份有限公司总资产周转次数变化情况 156

图表109 近3年福建南海岸生物工程股份有限公司总资产周转次数变化情况 156

图表110 近4年襄樊巨力化工实业有限公司流动资产周转次数变化情况 157
图表111 近3年襄樊巨力化工实业有限公司流动资产周转次数变化情况 158
图表112 近4年襄樊巨力化工实业有限公司销售毛利率变化情况 158
图表113 近3年襄樊巨力化工实业有限公司销售毛利率变化情况 159
图表114 近4年襄樊巨力化工实业有限公司资产负债率变化情况 159
图表115 近3年襄樊巨力化工实业有限公司资产负债率变化情况 160
图表116 近4年襄樊巨力化工实业有限公司产权比率变化情况 160
图表117 近3年襄樊巨力化工实业有限公司产权比率变化情况 161
图表118 近4年襄樊巨力化工实业有限公司固定资产周转次数情况 161
图表119 近3年襄樊巨力化工实业有限公司固定资产周转次数情况 162
图表120 近4年襄樊巨力化工实业有限公司总资产周转次数变化情况 162
图表121 近3年襄樊巨力化工实业有限公司总资产周转次数变化情况 163
图表122 2016-2022年中国补钙产品市场供给预测 165
图表123 2016-2022年中国补钙产品市场需求量预测 165
图表124 2016-2022年补钙产品行业投资收益率预测 166
图表125 推式促销的过程图 179
图表126 推拉并举的促销战略图 180
图表127 四种基本的品牌战略 188

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277587.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）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专业提供投资咨询报告、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。