

2017-2022年中国补钙产品行业市场供需预测及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国补钙产品行业市场供需预测及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/300755.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

我国属低钙摄入国家，建国以来四次大规模的膳食调查结果一致表明，我国居民每天钙平均摄入量不足500毫克，远低于营养学会制定的营养素膳食供给量标准（RDA）中规定的成人每日800毫克的标准，因而当今大有中国人普遍缺钙，全民补钙的趋势。

补钙产品排行榜8强

第1名

国珍松花钙粉

第2名

美国Childlife童年时光钙镁锌婴幼儿液体钙

第3名

恩贝施牛乳钙软胶囊/婴儿钙胶囊/液体钙/婴幼儿补钙

第4名

朵望新西兰进口乳钙软胶囊

第5名

恩贝施婴儿钙软胶囊/乳钙儿童婴幼儿钙/补钙液体钙宝宝钙

第6名

法国汉臣氏儿童初乳螯合钙

第7名

神豆铠尔欣婴幼儿乳钙软胶囊

第8名

盖中盖补钙

2013年我国保健品销售市场规模1574.81亿元，补钙保健品占比保健品销售结构的9.5%，约149.61亿元。

2009-2014年我国补钙保健品行业市场规模情况

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
- 2009-2015年我国保健品市场规模

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2017-2022年中国补钙市场规模预测56

- 一、2017-2022年市场规模56
- 二、2017-2022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、2017-2022年产品价格走势79

第六章2014-2016年中国补钙产品制造行业数据监测分析80

第一节2014-2016年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（南海岸鳊钙）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2017-2022年中国补钙产品行业发展趋势与前景展望分析164

第一节2017-2022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2017-2022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2017-2022年中国补钙产品市场盈利预测分析166

第十章2017-2022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2017-2022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

图表目录：

- 图表1：2011-2016年国内生产总值及其增长速度39
- 图表2：2011-2016年三次产业增加值占国内生产总值比重39
- 图表3：2011-2016年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7：2012-2016年我国补钙市场规模分析54
- 图表8：2012-2016年我国补钙产品销售额分析55
- 图表9：2017-2022年中国补钙市场规模预测56
- 图表10：2012-2016年我国补钙产品产量分析58
- 图表11：2015-2016年中国化学药品原药产量数据统计（分省市）58
- 图表12：2012-2016年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16：2012-2016年我国补钙产品市场平均价格分析78
- 图表17：2017-2022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122：2017-2022年中国补钙产品市场供给预测165

图表123：2017-2022年中国补钙产品市场需求量预测165

图表124：2017-2022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.huaon.com/detail/300755.html>