

2013-2018年中国补钙保健品行业走势及投资价值研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2013-2018年中国补钙保健品行业走势及投资价值研究报告》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/201309/98652.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

钙是人体内最重要的矿物质之一，人体中99%的钙集中在骨骼和牙齿里，而其他1%的钙则分布在血液、肌肉和细胞液中。钙能保持血管的正常收缩力以及促进某些激素和酶的合成，使神经传递质保持正常释放。

截至2012年底，我国已审批保健食品11862个，其中国产11197个，进口665个。保健用品和保健服务业也迅速崛起，产值达3000亿元左右。我国已成为世界保健（功能）食品产业重要的原料供应和委托生产国。预计到2015年整个市场的规模将超过美国成为全球第一，而到2020年，市场总量将突破4500亿元。而众多的保健品中，钙类是最受欢迎的保健品，位居保健食品接受度最高的前十大品种的首位。

中企顾问发布的《2013-2018年中国补钙保健品行业走势及投资价值研究报告》共十二章。内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

在数据处理方面，报告以调研数据和国家统计局数据、海关进出口数据、公司调研数据等为基础数据，为保证报告的翔实、准确可靠、数据之间具有可比性，报告对统计样本数据进行必要的筛选、分组，将宏观样本数据、微观样本数据紧密结合,并采用定量分析为主（包括经济统计模型的应用），定量与定性分析相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息。同时采用统计图表等多种形式将分析结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度为企业系统完整的参考信息，同时也增加了报告研究结论的客观性和可靠性。

第一章 钙的相关知识

第一节 补钙原理

一、钙的基本知识

二、钙是生命的资本

三、人体内的钙是如何存在

四、钙在体内是如何保持平衡

五、钙在人体中有什么作用

第二节 有关人体钙的问题研究

一、人体缺钙对健康有什么影响

二、为什么年轻时的骨骼状况会影响人的一生

三、人体每日需要摄入多少钙

四、人每天的膳食能否解决钙的足量摄入

五、很多人为什么没有缺钙的感觉

六、钙吃多了会不会引起结石

七、如何才能补充人体所需要的钙质

八、人体吸收钙的方式

九、钙RDA值与钙日生理需要量有什么不同

第二章2012-2013年世界补钙保健品行业发展现状分析

第一节 2012-2013年世界补钙保健品行业概况

一、世界补钙保健品市场供需分析

二、世界补钙保健品行业运行特征分析

三、世界补钙保健品价格走势分析

第二节 2012-2013年世界补钙保健品行业主要国家运行情况分析

一、欧洲

二、韩国

三、美国

第三节 2013-2018年世界补钙保健品行业发展趋势分析

第三章 中国补钙保健品行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

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年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国补钙保健品行业政策环境分析

第四章 2012-2013年中国补钙保健品市场运行动态分析

第一节 2012-2013年中国补钙保健品市场规模分析

一、补钙产品销售现状

二、未来市场规模分析

第二节 2012-2013年中国补钙保健品产品结构分析

一、我国补钙产品分类（按功能）

二、补钙产品基本分类

三、各类补钙产品发展现状

第三节 2012-2013年中国补钙保健品市场特征

第四节 2012-2013年中国补钙保健品品牌市场结构

第五章 2012-2013年中国补钙保健品营销模式与消费者行为调查分析

第一节 2012-2013年中国补钙保健品营销模式分析

第二节 2012-2013年中国成功补钙产品营销探密

一、案例一：三精葡萄糖酸钙口服液

二、案例二：钙尔奇D

三、案例三：巨能钙

四、案例四：南海岸鳗钙

五、案例五：乐力胶囊

第三节 2012-2013年中国补钙保健品消费行为分析

一、消费者的区域性差异

二、消费群体的构成

三、消费者的购买目的

四、消费者对补钙产品价格的想法

五、消费者对补钙产品功效的想法

六、消费者对补钙产品的总体态度

第六章 2010-2012年国内补钙保健品行业（所属行业）数据监测分析

第一节 2010-2012年中国补钙保健品行业（所属行业）总体数据分析

一、2010年中国补钙保健品行业全部企业（所属行业）数据分析

二、2011年中国补钙保健品行业全部企业（所属行业）数据分析

三、2012年中国补钙保健品行业全部企业（所属行业）数据分析

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

一、2010年中国补钙保健品行业（所属行业）不同规模企业数据分析

二、2011年中国补钙保健品行业（所属行业）不同规模企业数据分析

三、2012年中国补钙保健品行业（所属行业）不同规模企业数据分析

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

一、2010年中国补钙保健品行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

二、2011年中国补钙保健品行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

三、2012年中国补钙保健品行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

第七章 2012-2013年中国补钙保健品行业市场竞争格局分析

第一节 2012-2013年中国补钙保健品集中度分析

一、企业集中度

二、集中度状态描述及趋势

第二节 2012-2013年中国补钙产品关注度分析

第三节 2012-2013年中国补钙保健品价值链分析

第四节 2012-2013年中国补钙保健品生命周期分析

第八章2012-2013年中国补钙保健品行业区域市场研究

第一节2012-2013年中国补钙保健品区域市场结构

一、我国补钙产品生产企业分布情况

二、补钙产品消费的区域性差异

第二节2012-2013年中国补钙保健品重点区域市场分析

一、中国补钙产品重点城市市场分析

二、中国农村补钙产品市场

第九章 2012-2013年中国补钙保健品主要厂商竞争力剖析

第一节 东盛科技股份有限公司（盖天力）

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

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 苏州惠氏制药有限公司（钙尔奇D）

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

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、企业基本情况

二、企业主要经济指标

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、企业基本情况

二、企业主要经济指标

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、企业基本情况

二、企业主要经济指标

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、企业基本情况

二、企业主要经济指标

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 液新疆特丰药业股份有限公司（佳加钙口服）

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

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、企业基本情况

二、企业主要经济指标

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 安盛药业有限公司（凯思立D）

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

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

第十节 襄樊巨力实业有限公司（巨能钙）

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

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

第十章 2013-2018年中国补钙保健品行业发展趋势分析

第一节 2013-2018年我国补钙产品行业发展趋势分析

一、产品发展趋势

二、价格水平发展趋势

三、营销模式发展趋势

四、渠道发展趋势

五、促销趋势

第二节 2013-2018年中国补钙保健品行业销售额预测

一、影响补钙产品销售额的主要因素分析

二、我国保健品市场规模预测

第十一章 2013-2018年中国补钙保健品行业投资机会与风险分析

第一节 2013-2018年中国补钙保健品行业投资环境分析

第二节 2013-2018年补钙保健品行业投资机会分析

一、规模的发展及投资需求分析

二、总体经济效益判断

三、与产业政策调整相关的投资机会分析

第三节 2013-2018年中国补钙保健品行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十二章 2013-2018年中国补钙保健品行业（市场）发展策略与建议

第一节 2013-2018年中国补钙产品行业4PS策略的分析

第二节 2013-2018年中国补钙产品产业SWOT分析

第三节 2013-2018年中国补钙产品行业投资建议

一、以成为行业领袖为目标的企业的战略建议

二、谋求一席之地的企业的战略建议

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：<http://www.cction.com/report/201309/98652.html>