

# 2017-2022年中国补钙保健品 品市场监测与发展趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国补钙保健品市场监测与发展趋势预测报告》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/201701/139724.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

报告目录：

### 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 2014-2016年世界补钙保健品行业发展现状分析

#### 第一节 2014-2016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 2014-2016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 2017-2022年世界补钙保健品行业发展趋势分析

### 第三章 2014-2016年中国补钙保健品行业发展环境分析

#### 第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入分析
- 三、全社会固定资产投资分析
- 四、进出口总额及增长率分析
- 五、社会消费品零售总额

#### 第二节 2014-2016年中国补钙保健品政策法律分析

- 一、《中华人民共和国食品卫生法》
- 二、《保健食品注册管理办法》
- 三、《直销管理条例》
- 四、《保健食品命名规定（试行）》
- 五、《保健食品检验机构确定管理办法（征求意见稿）》等条例

#### 第三节 2014-2016年中国补钙保健品行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

### 第四章 2014-2016年中国补钙保健品市场运行动态分析

#### 第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国补钙保健品市场特征

#### 第四节 2014-2016年中国补钙保健品品牌市场结构

## 第五章 2014-2016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 2014-2016年中国补钙保健品营销模式分析

#### 第二节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国营养、保健食品制造行业数据监测分析

### 第一节 2014-2016年中国营养、保健食品制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

#### 第二节 2014-2016年中国营养、保健食品制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

#### 第三节 2014-2016年中国营养、保健食品制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

#### 第四节 2014-2016年中国营养、保健食品制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

#### 第五节 2014-2016年中国营养、保健食品制造行业盈利能力分析

## 一、主要盈利指标分析

## 二、主要盈利能力指标分析

### 第七章 2014-2016年中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进出口数据统计情况

#### 第一节 2014-2016年中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进口统计

##### 一、供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进口数量统计

##### 二、供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进口金额分析

#### 第二节 2014-2016年中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品出口统计

##### 一、供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品出口数量统计

##### 二、供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品出口金额统计

#### 第三节 2014-2016年中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进出口价格分析

### 第八章 2014-2016年中国补钙保健品行业市场竞争格局分析

#### 第一节 2014-2016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 2014-2016年中国补钙产品关注度分析

#### 第三节 2014-2016年中国补钙保健品价值链分析

#### 第四节 2014-2016年中国补钙保健品生命周期分析

### 第九章 2014-2016年中国补钙保健品行业区域市场研究

#### 第一节 2014-2016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 2014-2016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

### 第十章 2016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、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

### 三、企业经营优劣势分析

#### 第二节 苏州惠氏制药有限公司（钙尔奇D）

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

##### 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、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第四节 哈药集团有限公司（新盖中盖、三精葡萄糖酸钙）

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第五节 杭州民生药业集团有限公司（21金维他）

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第六节 山东健民药业有限公司（龙牡壮骨颗粒）

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第七节 液新疆特丰药业股份有限公司（佳加钙口服）

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第八节 福州南海岸生物工程股份有限公司（南海岸鳊钙）

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 第九节 安盛药业有限公司（凯思立D）

##### 一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十节 襄樊巨力实业有限公司（巨能钙）

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十一章 2017-2022年中国补钙保健品行业发展趋势分析

第一节 2017-2022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 2017-2022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

第十二章 2017-2022年中国补钙保健品行业投资机会与风险分析

第一节 2017-2022年中国补钙保健品行业投资环境分析

第二节 2017-2022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 2017-2022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

第十三章 2017-2022年中国补钙保健品行业（市场）发展策略与建议



第一节 2017-2022年中国补钙产品行业4PS策略的分析

第二节 2017-2022年中国补钙产品产业SWOT分析

第三节 2017-2022年中国补钙产品行业投资建议

部分图表目录：

图表 2014-2016年我国营养、保健食品制造行业企业数量增长趋势图

图表 2014-2016年我国营养、保健食品制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表 2014-2016年我国营养、保健食品制造行业从业人数增长趋势图

图表 2014-2016年我国营养、保健食品制造行业资产规模增长趋势图

图表 2016年我国营养、保健食品制造行业不同类型企业数量分布图

图表 2016年我国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数量分布图

图表 2016年我国营养、保健食品制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表 2016年我国营养、保健食品制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表 2014-2016年我国营养、保健食品制造行业产成品增长趋势图

图表 2014-2016年我国营养、保健食品制造行业工业销售产值增长趋势图

图表 2014-2016年我国营养、保健食品制造行业出口交货值增长趋势图

图表 2014-2016年我国营养、保健食品制造行业销售成本增长趋势图

图表 2014-2016年我国营养、保健食品制造行业费用使用统计图

图表 2014-2016年我国营养、保健食品制造行业主要盈利指标统计图

图表 2014-2016年我国营养、保健食品制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表 2014-2016年我国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进口数量走势图

图表 2014-2016年我国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进口金额走势图

图表 2014-2016年我国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品出口数量走势图

图表 2014-2016年我国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品出口金额走势图

图表 2014-2016年我国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进出口平均单价走势图

单位：美元/千克

图表 2014-2016年中国补钙保健品集中度CR4分析

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201701/139724.html>