



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国补钙保健品行业运营态势及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2011-2015年中国补钙保健品行业运营态势及投资前景分析报告》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/188169.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

### 目录

#### 第一章 钙的相关知识 1

##### 第一节 补钙原理 1

###### 一、钙的基本知识 1

###### 二、钙是生命的资本 1

###### 三、人体内的钙是如何存在 2

###### 四、钙在体内是如何保持平衡 3

###### 五、钙在人体中有什么作用 3

##### 第二节 有关人体钙的问题研究 4

###### 一、人体缺钙对健康有什么影响 4

###### 二、为什么年轻时的骨骼状况会影响人的一生 5

###### 三、人体每日需要摄入多少钙 5

###### 四、人每天的膳食能否解决钙的足量摄入 6

###### 五、很多人为什么没有缺钙的感觉 6

###### 六、钙吃多了会不会引起结石 7

###### 七、如何才能补充人体所需要的钙质 7

###### 八、人体吸收钙的方式 8

###### 九、钙RDA值与钙日生理需要量有什么不同 9

#### 第二章 2010-2011年世界补钙保健品行业整体运营状况分析 11

##### 第一节 2010-2011年世界补钙保健品行业发展环境分析 11

##### 第二节 2010-2011年世界补钙保健品行业市场发展格局 11

###### 一、世界补钙保健品市场供需分析 11

###### 二、世界补钙保健品行业运行特征分析 12

###### 三、世界补钙保健品价格走势分析 12

##### 第三节 2010-2011年世界补钙保健品行业主要国家运行情况分析 13

###### 一、英国 13

###### 二、韩国 13

###### 三、加拿大 13

##### 第四节 2011-2015年世界补钙保健品行业发展趋势分析 13

### 第三章 2010-2011年中国补钙保健品行业市场发展环境解析 15

#### 第一节 国内宏观经济环境分析 15

##### 一、GDP历史变动轨迹分析 15

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 18

##### 三、2011年中国宏观经济发展预测分析 20

#### 第二节 中国补钙保健品行业政策环境分析 24

### 第四章 2010-2011年中国补钙保健品市场运行动态分析 26

#### 第一节 2010-2011年中国补钙保健品市场规模分析 26

##### 一、补钙产品销售现状 26

##### 二、未来市场规模分析 26

#### 第二节 2010-2011年中国补钙保健品产品结构分析 27

##### 一、我国补钙产品分类（按功能） 27

##### 二、补钙产品基本分类 27

##### 三、各类补钙产品发展现状 27

#### 第三节 2010-2011年中国补钙保健品市场特征 29

#### 第四节 2010-2011年中国补钙保健品品牌市场结构 31

### 第五章 2010-2011年中国补钙保健品营销模式与消费者行为调查分析 33

#### 第一节 2010-2011年中国补钙保健品营销模式分析 33

#### 第二节 2010-2011年中国成功补钙产品营销探密 33

##### 一、案例一：三精葡萄糖酸钙口服液 33

##### 二、案例二：钙尔奇D 34

##### 三、案例三：巨能钙 34

##### 四、案例四：南海岸鳗钙 35

##### 五、案例五：乐力胶囊 35

#### 第三节 2010-2011年中国补钙保健品消费行为分析 36

##### 一、消费者的区域性差异 36

##### 二、消费群体的构成 37

##### 三、消费者的购买目的 37

##### 四、消费者对补钙产品价格的想法 38

##### 五、消费者对补钙产品功效的看法 39

## 六、消费者对补钙产品的总体态度 40

## 第六章 2008-2010年中国营养、保健食品制造行业数据监测分析 41

### 第一节 2008-2010年中国营养、保健食品行业总体数据分析 41

#### 一、2008年中国营养、保健食品行业全部企业数据分析 41

#### 二、2009年中国营养、保健食品行业全部企业数据分析 44

#### 三、2010年中国营养、保健食品行业全部企业数据分析 45

### 第二节 2008-2010年中国营养、保健食品行业不同规模企业数据分析 47

#### 一、2008年中国营养、保健食品行业不同规模企业数据分析 47

#### 二、2009年中国营养、保健食品行业不同规模企业数据分析 48

#### 三、2010年中国营养、保健食品行业不同规模企业数据分析 48

### 第三节 2008-2010年中国营养、保健食品行业不同所有制企业数据分析 49

#### 一、2008年中国营养、保健食品行业不同所有制企业数据分析 49

#### 二、2009年中国营养、保健食品行业不同所有制企业数据分析 49

#### 三、2010年中国营养、保健食品行业不同所有制企业数据分析 50

## 第七章 2010-2011年中国补钙保健品行业市场竞争格局分析 51

### 第一节 2010-2011年中国补钙保健品集中度分析 51

#### 一、企业集中度 51

#### 二、集中度状态描述及趋势 51

### 第二节 2010-2011年中国补钙产品关注度分析 51

### 第三节 2010-2011年中国补钙保健品价值链分析 52

### 第四节 2010-2011年中国补钙保健品生命周期分析 54

### 第五节 2011-2015年中国补钙保健品行业竞争趋势分析 56

## 第八章 2010-2011年中国补钙保健品行业区域市场研究 57

### 第一节 2010-2011年中国补钙保健品区域市场结构 57

#### 一、我国补钙产品生产企业分布情况 57

#### 二、补钙产品消费的区域性差异 57

### 第二节 2010-2011年中国补钙保健品重点区域市场分析 58

#### 一、北京补钙产品市场分析 58

#### 二、上海补钙产品市场分析 59

三、南京市补钙产品市场分析 59

四、成都补钙产品市场 59

五、中国农村补钙产品市场 59

## 第九章 2010-2011年中国补钙保健品优势生产企业竞争力及关键性数据分析（企业可自选） 60

### 第一节 安徽九星生物科技有限公司 60

一、企业概况 60

二、企业主要经济指标分析 60

三、企业盈利能力分析 61

四、企业偿债能力分析 61

五、企业运营能力分析 62

六、企业成长能力分析 62

### 第二节 安徽珠峰生物生物科技有限公司 62

一、企业概况 62

二、企业主要经济指标分析 63

三、企业盈利能力分析 63

四、企业偿债能力分析 64

五、企业运营能力分析 64

六、企业成长能力分析 64

### 第三节 泗水佰仕特养身堂有限公司 65

一、企业概况 65

二、企业主要经济指标分析 65

三、企业盈利能力分析 66

四、企业偿债能力分析 66

五、企业运营能力分析 67

六、企业成长能力分析 67

### 第四节 东盛科技股份有限公司西安制药厂 67

一、企业概况 67

二、企业主要经济指标分析 68

三、企业盈利能力分析 68

四、企业偿债能力分析 69

五、企业运营能力分析 69

六、企业成长能力分析 69

#### 第五节 哈药集团有限公司 70

一、企业概况 70

二、企业主要经济指标分析 71

三、企业盈利能力分析 71

四、企业偿债能力分析 72

五、企业运营能力分析 72

六、企业成长能力分析 72

#### 第六节 惠氏制药有限公司 73

一、企业概况 73

二、企业主要经济指标分析 73

三、企业盈利能力分析 74

四、企业偿债能力分析 74

五、企业运营能力分析 75

六、企业成长能力分析 75

#### 第七节 武汉健民药业集团股份有限公司 75

一、企业概况 75

二、企业主要经济指标分析 76

三、企业盈利能力分析 77

四、企业偿债能力分析 78

五、企业运营能力分析 78

六、企业成长能力分析 79

#### 第八节 四川维奥制药有限公司 79

一、企业概况 79

二、企业主要经济指标分析 80

三、企业盈利能力分析 81

四、企业偿债能力分析 81

五、企业运营能力分析 81

六、企业成长能力分析 82

#### 第九节 新疆特丰药业有限责任公司 82

一、企业概况 82

二、企业主要经济指标分析 82

三、企业盈利能力分析 83

四、企业偿债能力分析 84

五、企业运营能力分析 84

六、企业成长能力分析 84

第十节 河北三九爱德福药业有限公司 85

一、企业概况 85

二、企业主要经济指标分析 86

三、企业盈利能力分析 86

四、企业偿债能力分析 87

五、企业运营能力分析 87

六、企业成长能力分析 87

第十章 2010-2011年世界保健品行业运行状况分析 89

第一节 2010-2011年世界保健品产业发展概述 89

一、全球营养保健品市场概况 89

二、美国对保健品的态度 89

三、日本保健品研究开发浅谈 93

第二节 2010-2011年中国保健品产业发展分析 94

一、中国保健品市场的亚健康状态 94

二、中国农村保健品市场 95

三、保健市场的细分策略 96

第三节 2010-2011年中国保健品产业发展存在的问题分析 98

第十一章 2011-2015年中国补钙保健品行业发展趋势分析 100

第一节 2011-2015年我国补钙产品行业发展趋势分析 100

一、产品发展趋势 100

二、价格水平发展趋势 100

三、营销模式发展趋势 101

四、渠道发展趋势 101

五、技术发展趋势 102

第二节 2011-2015年中国补钙保健品行业销售额预测 103



一、影响补钙产品销售额的主要因素分析 103

二、模型构造及预测 103

第十二章2011-2015年中国补钙保健品行业投资机会与风险分析 105

第一节 2011-2015年中国补钙保健品行业投资环境分析 105

第二节 2011-2015年补钙保健品行业投资机会分析 105

一、规模的发展及投资需求分析 105

二、总体经济效益判断 106

三、与产业政策调整相关的投资机会分析 107

第三节 2011-2015年中国补钙保健品行业投资风险分析 107

一、市场竞争风险 107

二、原材料压力风险分析 108

三、技术风险分析 108

四、政策和体制风险 108

五、外资进入现状及对未来市场的威胁 109

第十三章2011-2015年中国补钙保健品行业（市场）发展策略与建议 110

第一节2011-2015年中国补钙产品行业企业策略的分析 110

第二节2011-2015年中国补钙产品产业SWOT分析 111

第三节2011-2015年中国补钙产品行业投资建议 112

一、以成为行业领袖为目标的企业的战略建议 112

二、谋求一席之地的企业的战略建议 112

通过《2011-2015年中国补钙保健品行业运营态势及投资前景分析报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/188169.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。