

中国补钙产品产业发展格局与发展规划分析报告(2013-2017)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国补钙产品产业发展格局与发展规划分析报告(2013-2017)》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/152797152797.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

据调查：我国每年有700万新增的骨质疏松患者，40%的儿童需要补钙，每10个中老年人有6个人需要补钙，我国缺钙的两大人群（小孩和中老年人）已经达到几亿人。巨大的需求孕育了巨大的补钙品市场，如果每人每年的补钙消费100元，那么全国补钙品市场就将达到数百亿元。随着居民消费水平的增长，这个数字还会进一步上升。

中国报告网发布的《中国补钙产品产业发展格局与发展规划分析报告(2013-2017)》。首先介绍了补钙产品行业的概念，接着分析了中国补钙产品行业发展环境，然后对中国补钙产品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国补钙产品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国补钙产品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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

第一节保健食品行业概述

第二节补钙产品市场概述

第二章中国补钙产业运行环境分析

第一节国内补钙经济环境分析

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年中国补钙经济发展预测分析

第二节中国补钙行业政策环境分析

第三节中国补钙行业政策环境分析

一、行业监管体制分析

二、补钙行业相关标准分析

第三章中国补钙市场运行走势分析

第一节2012年中国补钙市场规模分析

一、整体规模分析

二、历年销售情况分析

三、不同地区补钙产品分析

第二节2013-2017年中国补钙市场规模预测

一、2013-2017年市场规模

二、2013-2017年不同类型补钙产品市场规模

第四章中国补钙需求与消费者偏好调查分析

第一节中国补钙产品产量统计分析

一、补钙产品产量分析

二、中国药品整体产量分析

第二节中国补钙产品消费量统计分析

一、整体规模

二、不同品种补钙产品消费量

第三节补钙产品目标客户群体调查

第四节不同客户购买相关的态度及影响分析

第五章中国品牌补钙产品市场价格分析

第一节价格形成机制分析

一、价格机制概述

二、价格形成机制概述

三、中国补钙产品的价格形成机制

第二节中国品牌补钙产品平均价格趋向势分析

一、补钙市场主要产品价格分析

二、2013-2017年产品价格走势

第六章中国补钙产品所属行业数据监测分析

第一节2010-2012年中国补钙产品所属行业总体数据分析

一、2010年中国补钙产品所属行业全部企业数据分析

二、2011年中国补钙产品所属行业全部企业数据分析

三、2012年中国补钙产品所属行业全部企业数据分析

第二节2010-2012年中国补钙产品所属行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国补钙产品所属行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国补钙产品所属行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国补钙产品所属行业不同规模企业数据分析

第三节2010-2012年中国补钙产品所属行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国补钙产品所属行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国补钙产品所属行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国补钙产品所属行业不同所有制企业数据分析

第七章中国补钙产品重点企业分析

第一节东盛科技股份有限公司（盖天力）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

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

第二节惠氏制药有限公司（钙尔奇D）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

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、企业概况

二、企业主要经济指标分析

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、企业概况

二、企业主要经济指标分析

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、企业概况

二、企业主要经济指标分析

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、企业概况

二、企业主要经济指标分析

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

第七节新疆特丰药业有限责任公司（佳加钙口服液）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

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股份有限公司（南海岸鳗钙）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

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

第九节襄樊巨力实业有限公司（巨能钙）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

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

第八章2013-2017年中国品牌补钙营销策略分析

第一节补钙产品营销策略分析

一、产品营销基准分析

二、补钙市场营销的差异化诉求分析

三、补钙产品附加价值分析

四、补钙产品广告宣传策略分析

五、保健品营销趋势分析

第二节补钙产品渠道策略分析

一、“推拉”式促销分析

二、终端和品牌形象分析

三、产品渠道选择分析

第三节补钙产品品牌策略分析

一、品牌的重要性

二、补钙产品品牌的现状分析

三、补钙产品品牌战略管理的策略

第九章2013-2017年中国补钙产品行业发展趋势与前景展望分析

第一节2013-2017年中国补钙产品行业发展前景分析

一、中国补钙产品市场潜力巨大

二、老人与妇女补钙产品前景可期

三、价格水平发展趋势

第二节2013-2017年中国补钙产品行业市场预测分析

一、补钙产品供给预测分析

二、补钙产品需求预测分析

第三节2013-2017年中国补钙产品市场盈利预测分析

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

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/152797152797.html>