

2015-2020年中国补钙保健 品市场运行动势及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国补钙保健品市场运行态势及投资前景研究报告》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.bosidata.com/baojian1502/P74380OILT.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2025-03-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告目录：

第一部分 行业市场发展现状

第一章 2014-2020年中国补钙保健品行业分析 1

第一节 2014-2020年中国补钙保健品行业发展概况 1

一、2014年中国补钙保健品行业发展概况 1

二、2014年中国补钙保健品行业发展概况 67

第二节 2014-2020年中国补钙保健品行业总体运行情况 75

一、2013-2014年中国补钙保健品企业数量及分布 75

二、2013-2014年中国补钙保健品行业从业人员统计 76

第二部分 行业经济运行分析

第二章 2014-2020年中国补钙保健品行业规模分析 77

第一节 2014-2020年中国补钙保健品行业资产负债状况分析 77

一、2013-2014年中国补钙保健品行业总资产状况分析 77

二、2013-2014年中国补钙保健品行业应收账款状况分析 78

三、2013-2014年中国补钙保健品行业负债状况分析 78

第二节 2014-2020年中国补钙保健品行业销售及利润分析 79

一、2013-2014年中国补钙保健品行业销售收入分析 79

二、2013-2014年中国补钙保健品行业利润增长情况 79

三、2013-2014年中国补钙保健品行业亏损情况 80

第三章 2014-2020年中国补钙保健品行业成本费用分析 81

第一节 2013-2014年中国补钙保健品行业成本费用结构分析 81

第二节 2013-2014年中国补钙保健品行业销售成本情况 82

第三节 2013-2014年中国补钙保健品行业销售费用情况 82

第四节 2013-2014年中国补钙保健品行业管理费用情况 83

第五节 2013-2014年中国补钙保健品行业财务费用情况 83

第四章 2014-2020年中国补钙保健品行业区域结构分析 84

第一节 2014-2020年东北地区补钙保健品行业市场现状分析 84

第二节 2014-2020年华北地区补钙保健品行业市场现状分析 85

第三节 2014-2020年华东地区补钙保健品行业市场现状分析 87

第四节 2014-2020年华南地区补钙保健品行业市场现状分析 87

第五节 2014-2020年华中地区补钙保健品行业市场现状分析	88
第六节 2014-2020年西北地区补钙保健品行业市场现状分析	88
第七节 2014-2020年西南地区补钙保健品行业市场现状分析	89
第五章 2014-2020年中国补钙保健品行业整体评价	90
第一节 2014-2020年中国补钙保健品行业盈利能力	90
一、2014-2020年中国补钙保健品行业毛利率	90
二、2014-2020年中国补钙保健品行业资产利润率	90
三、2014-2020年中国补钙保健品行业销售利润率	91
四、2014-2020年中国补钙保健品行业成本费用利润率	91
第二节 2014-2020年中国补钙保健品行业偿债能力	92
第三部分 行业趋势预测分析	
第六章 中国补钙保健品行业投资与趋势预测分析	93
第一节 中国补钙保健品行业投资机会分析	93
一、可以投资的中国补钙保健品模式	93
二、2014-2020年中国补钙保健品投资机会	97
第二节 2014-2020年中国补钙保健品行业发展预测分析	102
一、未来中国补钙保健品发展分析	102
二、未来中国补钙保健品行业技术开发方向	105
三、总体行业“十二五”预测	107
第三节 2014-2020年中国补钙保健品行业市场规模预测	109
第四部分 行业投资前景及建议	
第七章 2014-2020年投资前景分析	111
第一节 竞争风险	111
第二节 市场风险	112
第三节 管理风险	114
第四节 投资前景	116
第八章 专家观点与结论	118
第一节 中国补钙保健品行业营销策略分析及建议	118
一、中国补钙保健品行业营销模式	118
二、中国补钙保健品行业营销策略	122
第二节 行业应对策略	309
一、把握国家投资的契机	309

二、竞争性战略联盟的实施 310

三、企业自身应对策略 311

第三节 市场的重点客户战略实施 312

一、实施重点客户战略的必要性 312

二、合理确立重点客户 316

三、重点客户战略管理 317

四、重点客户管理功能 319

图表目录：

图表：2008-2014年乳酸钙下游产品产量增长 2

图表：2009-2014年1-2月化学药品原药产量及增长 3

图表：2009-2014年1-2月中成药产量及增长 3

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业企业单位数 3

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业亏损企业单位数 4

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业亏损企业亏损总额 4

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业从业人员平均人数 5

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业工业销售产值及增长 5

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业出口交货值 5

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业应收帐款净额 6

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业存货 6

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业产成品 6

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业流动资产 7

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业资产 7

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业负债 8

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业主营业务收入 8

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业主营业务成本 8

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业主营业务税金及附加 9

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业营业费用 9

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业管理费用 10

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业财务费用 10

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业利息支出 10

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业利润总额 11

图表：2011-2013年化学药品原药制造行业应交增值税 11

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业企业单位数 11

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业亏损企业单位数 12

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业亏损企业亏损总额 12

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业从业人员平均人数 12

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业工业销售产值 13

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业出口交货值 13

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业应收帐款净额 13

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业存货 14

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业产成品 14

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业流动资产 14

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业资产 15

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业负债 15

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业主营业务收入 16

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业主营业务成本 16

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业主营业务税金及附加 16

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业营业费用 17

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业管理费用 17

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业财务费用 17

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业利息支出 18

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业利润总额 18

图表：2011-2013年化学药品制剂制造行业应交增值税 18

图表：2008-2014年乳酸钙产品产量增长 19

图表：对辅食保健品市场的评价 36

图表：消费者补钙来源分布 69

图表：城市居民家庭购买率列前十位的补钙类保健品 70

图表：2011-2013年补钙保健品行业企业数量 75

图表：2011-2013年补钙保健品行业从业人员 76

图表：2011-2013年补钙保健品行业总资产 77

图表：2011-2013年补钙保健品行业应收账款 78

图表：2011-2013年补钙保健品行业负债 78

图表：2011-2013年补钙保健品行业主营业务收入 79

图表：2011-2013年补钙保健品行业利润总额 79

图表：2011-2013年补钙保健品行业亏损面 80

图表：2014年补钙保健品行业成本费用结构 81

图表：2011-2013年补钙保健品行业主营业务成本 82

图表：2011-2013年补钙保健品行业销售费用 82

图表：2011-2013年补钙保健品行业管理费用 83

图表：2011-2013年补钙保健品行业财务费用 83

图表：2011-2013年东北地区补钙保健品市场规模 84

图表：2011-2013年华北地区补钙保健品市场规模 86

图表：2011-2013年华东地区补钙保健品市场规模 87

图表：2011-2013年华南地区补钙保健品市场规模 87

图表：2011-2013年华中地区补钙保健品市场规模 88

图表：2011-2013年西北地区补钙保健品市场规模 88

图表：2011-2013年西南地区补钙保健品市场规模 89

图表：2011-2013年补钙保健品行业毛利率 90

图表：2011-2013年补钙保健品行业资产利润率 90

图表：2011-2013年补钙保健品行业销售利润率 91

图表：2011-2013年补钙保健品行业成本费用利润率 91

图表：2011-2013年补钙保健品行业资产负债比率 92

图表：2014-2020年补钙保健品市场规模预测 110

图表：市场中主要补钙药品调查 124

图表：补钙需求人群调查 125

图表：消费者购买补钙产品意见调查 125

图表：补钙时间调查 126

图表：补钙保健品消费动机与满足点 133

图表：东盛科技股份有限公司架构图 160

图表：2014年东盛科技股份有限公司经营分析（按行业构成） 161

图表：2014年东盛科技股份有限公司经营分析（按产品构成） 161

图表：2014年东盛科技股份有限公司经营分析（按地区构成） 162

图表：2011-2013年东盛科技股份有限公司偿债能力 162

图表：2011-2013年东盛科技股份有限公司资本结构 162

图表：2011-2013年东盛科技股份有限公司经营效率 163

图表：2011-2013年东盛科技股份有限公司获利能力 163

图表：2011-2013年东盛科技股份有限公司发展能力	164
图表：2011-2013年东盛科技股份有限公司现金流量	164
图表：2011-2013年东盛科技股份有限公司投资收益	164
图表：2014年哈药集团三精制药股份有限公司经营分析（按行业构成）	198
图表：2014年哈药集团三精制药股份有限公司经营分析（按产品构成）	198
图表：2014年哈药集团三精制药股份有限公司经营分析（按地区构成）	199
图表：2013-2014年哈药集团三精制药股份有限公司偿债能力	199
图表：2013-2014年哈药集团三精制药股份有限公司资本结构	199
图表：2013-2014年哈药集团三精制药股份有限公司经营效率	200
图表：2013-2014年哈药集团三精制药股份有限公司获利能力	200
图表：2013-2014年哈药集团三精制药股份有限公司发展能力	201
图表：2013-2014年哈药集团三精制药股份有限公司现金流量	201
图表：2013-2014年哈药集团三精制药股份有限公司投资收益	201
图表：2014年武汉健民药业集团股份有限公司前五名客户销售收入合计	222
图表：2014年武汉健民药业集团股份有限公司前五名客户采购金额合计	222
图表：2014年武汉健民药业集团股份有限公司研发支出情况表	222
图表：2014年武汉健民药业集团股份有限公司主要子公司、参股公司情况	225
图表：2014年武汉健民药业集团股份有限公司非募集资金项目情况	226
图表：2014年武汉健民药业集团股份有限公司经营分析（按行业构成）	226
图表：2014年武汉健民药业集团股份有限公司经营分析（按产品构成）	226
图表：2014年武汉健民药业集团股份有限公司经营分析（按地区构成）	227
图表：2011-2013年武汉健民药业集团股份有限公司偿债能力	227
图表：2011-2013年武汉健民药业集团股份有限公司资本结构	228
图表：2011-2013年武汉健民药业集团股份有限公司经营效率	228
图表：2011-2013年武汉健民药业集团股份有限公司获利能力	229
图表：2011-2013年武汉健民药业集团股份有限公司发展能力	229
图表：2011-2013年武汉健民药业集团股份有限公司现金流量	230
图表：2011-2013年武汉健民药业集团股份有限公司投资收益	230
图表：福建南海岸生物工程股份有限公司组织架构	245
图表：福建南海岸生物工程股份有限公司商业模式	253
图表：福建南海岸生物工程股份有限公司会员渠道平台	254
图表：福建南海岸生物工程股份有限公司核心能力	254

图表：福建南海岸生物工程股份有限公司保健品的生产、研发及销售结构图 256

图表：福建南海岸生物工程股份有限公司营销网络 257

图表：营养保健品调查受访者人群特征 258

图表：各地购买保健品的首要考虑因素 260

图表：购买保健品的首要考虑因素 260

图表：消费者对保健品满意度调查 261

图表：消费者对保健品不满意方面的调查 262

图表：店员经常推荐的钙制剂品牌提及率前十位 314

图表：消费者指定购买的钙制剂品牌提及率前十位 315

图表：消费者判断和选择钙制剂的因素

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baojian1502/P74380OILT.html>