2009-2010年中国补钙产品
行业市场研究及投资发展预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2009-2010年中国补钙产品行业市场研究及投资发展预测报告》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/200907/20029.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

第一章 2008-2009年中国补钙产品行业市场发展环境解析
一、2008年中国经济发展环境分析
（一）2008年中国宏观经济运行情况
（二）全球金融危机对中国产业格局影响
（三）中国应对金融危机的措施
二、2008-2009年中国补钙产品市场政策环境分析
（一）《保健食品命名规定（试行）》
（二）《保健食品检验机构确定管理办法（征求意见稿）》
三、2008-2009年中国补钙产品市场技术环境分析
（一）利君采用高新科技破解补钙吸收难题
（二）纳米技术在补钙产品中的应用
第二章 补钙产品相关概术
一、补钙产品范围界定
（一）补钙产品分类
（二）补钙产品特点
（三）保健品与药品的区别
二、人体所需钙质的介绍
（一）碳酸钙
（二）乳酸钙
（三）磷酸氨钙
（四）枸缘酸钙
（五）活性钙
（六）有机钙
第三章2008-2009年全球补钙产品行业整体运营状况分析
一、2008-2009年全球补钙产品行业市场发展格局
（一）全球补钙产品市场特征分析
（二）全球主要补钙产品品牌综述
（三）全球补钙产品市场发展动态分析
二、2008-2009年全球主要国家补钙产品运行分析
（一）美国

（二）日本
三、2009-2012年全球补钙产品行业发展趋势分析
第四章 2008-2009年中国补钙产品行业市场运行态势剖析
一、2008-2009年中国补钙产品市场现状
（一）市场容量继续扩大
（二）市场集中度逐年提高
（三）钙剂市场品牌繁多
二、2008年中国补钙保健品需求状况分析
（一）不同的细分人群对“缺钙”和“补钙”的认识差异较大
（二）老年人市场是钙产品最大市场，其次为孩子市场
（三）消费者对“高效吸收”概念持怀疑态度
三、2008-2009年中国补钙制剂零售市场用药分析
（一）五大城市补钙制剂零售市场总体分析
（二）零售市场主要品牌分析
四、2008-2009年中国补钙产品业存在的问题
第五章2008-2009年中国补钙产品市场产销统计分析
一、2008年中国补钙产品市场供需分析
（一）补钙产品供给状况
（二）补钙产品需求状况
二、影响补钙产品行业供需关系的主要因素
三、2008-2009年中国补钙产品行业进出口市场分析
四、2008-2009年中国补钙产品价格分析
第六章 2008年中国补钙产品市场营销模式与策略分析
一、2008-2009年中国补钙产品市场营销分析
（一）品牌补钙产品营销现状
（二）补钙产品营销渠道分析
（三）佳加钙的品牌规划突围
二、2008年中国成功补钙产品营销模式分析
（一）三精葡萄糖酸钙口服液：广告开路，服务护驾
（二）钙尔奇D：学术推广，以医（院）带零（售）
（三）巨能钙：分众营销，社区为王
（四）南海岸鳗钙：产品创新，细分领先

（五）乐力胶囊：概念铺路，泊来造势
三、2008年中国补钙产品经营策略分析
（一）渠道策略多元化
（二）重视各种促销手段
（三）价格多层次
（四）服务营销浮出水面
（五）融资方式多样化
第七章2008-2009年中国补钙产品消费者市场调查分析
一、中国补钙消费者调查分析
（一）儿童
（二）妇女
（三）老人
二、中国消费者对补钙产品满意度调查分析
（一）价格
（二）功效
（三）品牌
三、中国消费者认为给儿童补钙的功能利益调查分析
（一）增加体重
（二）帮助孩子长高
（三）提高孩子食欲
（四）促进孩子骨骼健壮
四、影响消费者购买的因素分析
（一）品牌
（二）吸收率
（三）价格
（四）效果
（五）质量
第八章 2008-2009年中国补钙产品市场竞争格局透析
一、2008-2009年中国行业竞争现状
（一）品牌竞争分析
（二）价格竞争分析
（三）营销方式竞争分析

二、2008-2009年中国补钙产品市场竞争格局
（一）细分市场之争补现端倪
（二）外企看好中国补钙市场
三、2008-2009年中国补钙产品竞争策略分析
四、2009-2012年中国补钙产品行业竞争趋势分析
第九章 中国补钙产品行业重点企业分析
一、东盛科技股份有限公司（盖天力）
（一）企业概况
（二）企业财务分析
二、苏州惠氏制药有限公司（钙尔奇D）
（一）企业概况
（二）企业财务分析
三、四川维奥制药有限公司（乐力）
（一）企业概况
（二）企业财务分析
四、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）企业财务分析
五、杭州民生药业集团有限公司（21金维他）
（一）企业概况
（二）企业财务分析
六、山东健民药业有限公司（龙牡壮骨颗粒）
（一）企业概况
（二）企业财务分析
七、液新疆特丰药业股份有限公司（佳加钙口服）
（一）企业概况
（二）企业财务分析
八、福州南海岸生物工程有限公司（南海岸鳗钙）
（一）企业概况
（二）企业财务分析
九、安盛药业有限公司（凯思立D）
（一）企业概况

（二）企业财务分析
十、襄樊巨力实业有限公司（巨能钙）
（一）企业概况
（二）企业财务分析
第十章 2009-2012年中国补钙产品行业发展及投资分析
一、2009-2012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
二、2009-2012年中国补钙产品行业发展趋势分析
（一）产品发展趋势
（一）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）技术发展趋势
三、2009-2012年中国补钙产品行业投资分析
（一）中国补钙产品行业投资环境分析
（二）中国补钙产品行业投资机会分析
（三）中国补钙产品行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2008年中国GDP增长情况
图表：2001-2008年中国工业增加值与发电量
图表：2005-2008年中国投资、消费、出口走势
图表：2001-2008年中国CPI、PPI走势
图表：2001-2008年中国进出口走势
图表：2001-2008年中国失业率走势
图表：2007-2008年中国货币供应量
图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）
图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）
图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）
图表：近期公布的刺激经济的政策一览表
图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：http://www.cction.com/report/200907/20029.html