

# 2011-2015年中国补钙产品 市场深度调研与投资前景预测报告

## 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

《2011-2015年中国补钙产品市场深度调研与投资前景预测报告》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/201009/50141.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

当前我国补钙产品市场呈现以下特点：随着国家对产业管理的规范和加强，整个保健品行业将进入一个比较健康、比较规范的层面。今后的市场竞争主要以企业管理、产品科技含量为主；健康教育的普及下，消费者变得更加理性和成熟，依靠广告来赢得巨额利润的日子将不再复返；市场容量继续扩大。从消费者人数来看，16%的原来不吃钙产品的消费者将会加入补钙市场，而原来吃补钙产品的消费者中则有3%的消费者不再吃，市场大约增长10%左右；钙产品中仍然是几大品牌争霸，各品牌的市场占有率不相上下。

随着我国补钙产品行业运行下游需求市场的不断扩大，我国补钙产品行业运行迎来一个新的发展机遇。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国补钙产品市场深度调研与投资前景预测报告》共九章。首先介绍了补钙行业相关概述、产业运行环境等，接着分析了中国补钙产品的现状，然后介绍了中国补钙产品市场竞争格局。随后，报告对中国补钙产品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国补钙产品行业发展前景与投资预测。您若想对补钙产品产业有个系统的了解或者想投资补钙产品行业，本报告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。

### 第一章 补钙行业相关概述

#### 第一节 保健食品行业概述

##### 一、保健食品分类

##### 二、保健食品的定义

##### 三、保健品与药品的区别

##### 四、保健食品的基本特征

##### 五、中国保健品行业发展现状

#### 第二节 补钙行业概述

##### 一、人体中的钙

##### 二、人体缺钙与补钙分析

##### 三、补钙方法分析

##### 四、钙制剂的应用及探讨

### 第二章 2010年中国补钙产业运行环境分析

## 第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 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、2010年中国宏观经济发展预测分析

## 第二节 2010年中国补钙产业政策环境分析

- 一、相关产业政策分析
- 二、相关产业政策影响分析
- 三、进出口政策分析

## 第三节 2010年中国补钙产业社会环境分析

## 第三章 2010年中国补钙行业市场运行走势分析

### 第一节 2010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 2008-2009年中国补钙市场进出口分析

- 一、中国保健品进出口分析
- 二、中国药品进出口总量统计

### 第三节 2011-2015年中国补钙市场规模预测

- 一、2011-2015年市场规模
- 二、2011-2015年不同类型补钙产品市场规模

## 第四章 2010年中国补钙需求与消费者偏好调查分析

### 第一节 2009年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 2009年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

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、消费者补钙方式偏好调查

### 第四节 补钙产品的品牌市场调查

- 一、消费者对补钙品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对补钙产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对补钙品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、补钙品牌忠诚度调查
- 六、补钙前十名品牌市场占有率调查
- 七、补钙前十名品牌竞争力比较分析
- 八、消费者的群体构成调查
- 九、消费者的购买动机调查
- 十、消费者的接受价格范围分析
- 十一、消费者的喜好规格范围分析
- 十二、消费者对补钙的认识

#### 第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、广告的影响程度
- 四、渠道选择

### 第五章 2010年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 2009年中国品牌补钙产品平均价格趋向势分析

- 一、2009年补钙市场主要产品价格分析
- 二、2011-2015年产品价格走势

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

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

- 一、2008年中国营养、保健食品制造行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国营养、保健食品制造行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国营养、保健食品制造行业全部企业数据分析

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

- 一、2008年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国营养、保健食品制造行业不同规模企业数据分析

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

一、2008年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数据分析

第七章 2010年中国补钙产品市场竞争格局分析

第一节 2010年中国行业竞争现状分析

一、细分市场之争补现端倪

二、外企看好中国补钙市场

三、品牌、价格竞争分析

四、营销方式竞争分析

第二节 2010年中国补钙产品产业集中度分析

一、补钙产品市场集中度分析

二、补钙产品区域集中度分析

第三节 2010年中国补钙产品竞争策略分析

第八章 2010年中国补钙产品优势企业竞争力分析

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有限公司（南海岸鳊钙）

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

第九章 2011-2015年中国补钙产品行业发展前景与投资预测分析

第一节 2011-2015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 2011-2015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 2010-2015年中国补钙产品行业投资机会分析

第四节 2010-2015年中国补钙产品行业投资风险分析

第五节 中国补钙产品行业发展建议及投资策略分析

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备



图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：东盛科技股份有限公司主要经济指标走势图

图表：东盛科技股份有限公司经营收入走势图

图表：东盛科技股份有限公司盈利指标走势图

图表：东盛科技股份有限公司负债情况图

图表：东盛科技股份有限公司负债指标走势图

图表：东盛科技股份有限公司运营能力指标走势图

图表：东盛科技股份有限公司成长能力指标走势图

图表：惠氏制药有限公司主要经济指标走势图

图表：惠氏制药有限公司经营收入走势图

图表：惠氏制药有限公司盈利指标走势图

图表：惠氏制药有限公司负债情况图

图表：惠氏制药有限公司负债指标走势图

图表：惠氏制药有限公司运营能力指标走势图

图表：惠氏制药有限公司成长能力指标走势图

图表：四川维奥制药有限公司主要经济指标走势图

图表：四川维奥制药有限公司经营收入走势图

图表：四川维奥制药有限公司盈利指标走势图

图表：四川维奥制药有限公司负债情况图

图表：四川维奥制药有限公司负债指标走势图

图表：四川维奥制药有限公司运营能力指标走势图

图表：四川维奥制药有限公司成长能力指标走势图

图表：哈药集团有限公司主要经济指标走势图

图表：哈药集团有限公司经营收入走势图

图表：哈药集团有限公司盈利指标走势图

图表：哈药集团有限公司负债情况图

图表：哈药集团有限公司负债指标走势图

图表：哈药集团有限公司运营能力指标走势图

图表：哈药集团有限公司成长能力指标走势图

图表：杭州民生药业集团有限公司主要经济指标走势图

图表：杭州民生药业集团有限公司经营收入走势图

图表：杭州民生药业集团有限公司盈利指标走势图

图表：杭州民生药业集团有限公司负债情况图

图表：杭州民生药业集团有限公司负债指标走势图

图表：杭州民生药业集团有限公司运营能力指标走势图

图表：杭州民生药业集团有限公司成长能力指标走势图

图表：山东健民药业有限公司主要经济指标走势图

图表：山东健民药业有限公司经营收入走势图

图表：山东健民药业有限公司盈利指标走势图

图表：山东健民药业有限公司负债情况图

图表：山东健民药业有限公司负债指标走势图

图表：山东健民药业有限公司运营能力指标走势图

图表：山东健民药业有限公司成长能力指标走势图

图表：新疆特丰药业有限责任公司主要经济指标走势图

图表：新疆特丰药业有限责任公司经营收入走势图

图表：新疆特丰药业有限责任公司盈利指标走势图

图表：新疆特丰药业有限责任公司负债情况图

图表：新疆特丰药业有限责任公司负债指标走势图

图表：新疆特丰药业有限责任公司运营能力指标走势图

图表：新疆特丰药业有限责任公司成长能力指标走势图

图表：福州南海岸生物工程有限公司主要经济指标走势图

图表：福州南海岸生物工程有限公司经营收入走势图

图表：福州南海岸生物工程有限公司盈利指标走势图

图表：福州南海岸生物工程有限公司负债情况图

图表：福州南海岸生物工程有限公司负债指标走势图

图表：福州南海岸生物工程有限公司运营能力指标走势图

图表：福州南海岸生物工程有限公司成长能力指标走势图

图表：襄樊巨力实业有限公司主要经济指标走势图

图表：襄樊巨力实业有限公司经营收入走势图

图表：襄樊巨力实业有限公司盈利指标走势图

图表：襄樊巨力实业有限公司负债情况图

图表：襄樊巨力实业有限公司负债指标走势图

图表：襄樊巨力实业有限公司运营能力指标走势图

图表：襄樊巨力实业有限公司成长能力指标走势图

图表：店员首推产品品牌前十名

图表：影响消费者购买的首个提及因素比率

图表：定义产品和品牌

图表：强势品牌的好处

图表：2011-2015年中国补钙产品供给预测分析

图表：2011-2015年中国补钙产品需求预测分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201009/50141.html>