



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2015年中国补钙产品市场 深度研究与发展前景预测报告

# 一、调研说明

《2010-2015年中国补钙产品市场深度研究与发展前景预测报告》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/144936.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

### 第一章 补钙产品相关概述

#### 第一节 补钙产品概况

##### 一、补钙产品分类

##### 二、补钙产品特点

##### 三、保健品与药品的区别

#### 第二节 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

### 第二章 2009-2010年世界补钙产品行业整体运营状况分析

#### 第一节 2009-2010年世界补钙产品行业市场发展格局

##### 一、世界补钙产品市场特征分析

##### 二、世界主要补钙产品品牌综述

##### 三、世界补钙产品市场发展动态分析

#### 第二节 2009-2010年世界主要国家补钙产品运行分析

##### 一、美国

##### 二、日本

#### 第三节 2010-2015年世界补钙产品行业发展趋势分析

### 第三章 2009-2010年中国补钙产品行业市场发展环境解析

#### 第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

##### 一、中国GDP分析

##### 二、城乡居民家庭人均可支配收入

##### 三、恩格尔系数

##### 四、工业发展形势分析

##### 五、存贷款利率变化

## 六、财政收支状况

### 第二节 2009-2010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、进出口政策分析

### 第三节 2009-2010年中国补钙产品市场社会环境分析

## 第四章 2009-2010年中国补钙产品行业市场运行态势剖析

### 第一节 2009-2010年中国补钙产品市场发展综述

- 一、补钙产品呈现新特点分析
- 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

### 第二节 2009-2010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
- 三、钙剂市场呈现明显的品牌消费意识

### 第三节 2009-2010年中国补钙产品业存在的问题分析

## 第五章 2009-2010年中国补钙产品市场运行态势分析

### 第一节 2009-2010年中国补钙产品市场现状分析

- 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

### 第二节 2009-2010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

### 第三节 2009-2010年中国补钙产品价格分析

- 一、补钙产品中低端产品价格分析
- 二、影响市场价格波动的因素分析

## 第六章 2006-2009年中国营养、保健食品制造业主要指标监测分析

## 第一节 2006-2008年中国营养、保健食品制造业数据统计与监测分析

- 一、2006-2008年中国营养、保健食品制造业企业数量增长分析
- 二、2006-2008年中国营养、保健食品制造业从业人数调查分析
- 三、2006-2008年中国营养、保健食品制造业总销售收入分析
- 四、2006-2008年中国营养、保健食品制造业利润总额分析
- 五、2006-2008年中国营养、保健食品制造业投资资产增长性分析

## 第二节 2009年中国营养、保健食品制造业最新数据统计与监测分析

- 一、企业数量与分布
- 二、销售收入
- 三、利润总额
- 四、从业人数

## 第三节 2009年中国营养、保健食品制造业投资状况监测

- 一、行业资产区域分布
- 二、主要省市投资增速对比

## 第七章 2001-2009年中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进出口贸易分析

### 第一节 2001-2009年中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进出口数据监测

- 一、供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品(3001)进口数据分析
- 二、供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品出口数据分析
- 三、供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进出口单价分析

### 第二节 2008-2009年供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进出口国家及地区分析

- 一、供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进口来源国家及地区
- 二、供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品出口国家及地区

### 第三节 2008-2009年供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进出口省市分析

- 一、供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品主要进口省市分析
- 二、供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品主要出口省市分析

## 第八章 2009-2010年中国补钙产品市场营销模式与策略分析

### 第一节 2009-2010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

## 第二节 2009-2010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、南海岸鳘钙：产品创新，细分领先

五、乐力胶囊：概念铺路，泊来造势

## 第三节 2009-2010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

## 第九章 2009-2010年中国补钙产品消费者市场调查分析

### 第一节 中国补钙消费者调查分析

一、儿童

二、妇女

三、老人

### 第二节 中国消费者对补钙产品满意度调查分析

### 第三节 中国消费者认为给儿童补钙的功能利益调查分析

### 第四节 影响消费者购买的因素分析

## 第十章 2009-2010年中国补钙产品市场竞争格局透析

### 第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国补钙产品竞争策略分析

## 第十一章 2009-2010年中国补钙产品优势企业竞争力及关键性数据分析

### 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、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

### 第二节 苏州惠氏制药有限公司（钙尔奇D）

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

### 第三节 四川维奥制药有限公司（乐力）

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

### 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、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

### 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、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

### 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、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

## 第七节 液新疆特丰药业股份有限公司（佳加钙口服）

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

## 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、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

## 第九节 安盛药业有限公司（凯思立D）

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

## 第十节 襄樊巨力实业有限公司（巨能钙）

- 一、企业概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

## 第十二章 2010-2015年中国补钙产品行业投资机会与风险规避指引

### 第一节 2010-2015年中国补钙产品行业投资周期分析

### 第二节 2010-2015年中国补钙产品行业投资机会分析

- 一、市场投资热点分析
- 二、区域投资潜力分析

### 第三节 2010-2015年中国补钙产品行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、源料供给风险
- 四、市场运营机制风险

### 第四节 2010-2015年中国补钙产品行业投资规划指引



## 第十三章 2010-2015年中国补钙产品行业发展趋势与前景展望分析

### 第一节 2010-2015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 2010-2015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
- 三、补钙产品进出口预测分析

### 第三节 2010-2015年中国补钙产品市场盈利预测分析

#### 图表目录：

图表：2006-2008年营养、保健食品制造业企业数量增长趋势图

图表：2006-2008年中国营养、保健食品制造业亏损企业数量及亏损面情况变化图

图表：2006-2008年营养、保健食品制造业累计从业人数及增长情况对比图

图表：2005-2008年中国营养、保健食品制造业销售收入及增长趋势图

图表：2005-2008年中国营养、保健食品制造业毛利率变化趋势图

图表：2005-2008年中国营养、保健食品制造业利润总额及增长趋势图

图表：2006-2008年中国营养、保健食品制造业总资产利润率变化图

图表：2005-2008年中国营养、保健食品制造业总资产及增长趋势图

图表：2008-2009年中国营养、保健食品制造业亏损企业对比图

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业不同规模企业分布结构图

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业不同所有制企业比例分布图

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业主营业务收入与上年同期对比表

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业收入前五位省市比例对比表

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业销售收入排名前五位省市对比图

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业收入前五位省区占全国比例结构图

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业主营入同比增速前五省市对比 单位：千元

图表：中国营养、保健食品制造业主营业务收入增长速度前五省市增长趋势图

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业利润总额及与上年同期对比图

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业利润总额前五位省市统计表 单位：千元

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业利润总额前五位省市对比图

图表：2009年中国营养、保健食品制造业利润总额增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2009年中国营养、保健食品制造业利润总额增长最快省市变化趋势图

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业从业人数与上年同期对比图

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业资产总计及与上年同期对比图

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业资产总计前五位省市统计表

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业资产总计前五省市资产情况对比图

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业资产总计前五位省市分布结构图

图表：中国营养、保健食品制造业资产增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2009年1-11月中国营养、保健食品制造业资产增速前五省市资产总计及增长趋势

图表：2001-2009年中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进口量增长趋势图

图表：2001-2009年中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进口金额增长趋势图

图表：2001-2009年中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品出口量增长趋势图

图表：2001-2009年中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品出口金额增长趋势图

图表：中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进口来源地及量值统计表

图表：2008-2009年中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品进口来源结构

图表：中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品出口去向国家和地区统计表

图表：2008-2009年中国供治疗或预防疾病的未列名的人体或动物制品出口去向分布图

图表：2006-2009年东盛科技股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2006-2009年东盛科技股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2006-2009年东盛科技股份有限公司利润率走势图

图表：2006-2009年东盛科技股份有限公司成长能力指标表

图表：2006-2009年东盛科技股份有限公司经营能力指标表

图表：2006-2009年东盛科技股份有限公司盈利能力指标表

图表：2006-2009年东盛科技股份有限公司偿债能力指标表

图表：苏州惠氏制药有限公司销售收入情况

图表：苏州惠氏制药有限公司盈利指标情况

图表：苏州惠氏制药有限公司盈利能力情况

图表：苏州惠氏制药有限公司资产运行指标状况

图表：苏州惠氏制药有限公司资产负债能力指标分析

图表：苏州惠氏制药有限公司成本费用构成情况

图表：四川维奥制药有限公司销售收入情况

图表：四川维奥制药有限公司盈利指标情况

图表：四川维奥制药有限公司盈利能力情况

图表：四川维奥制药有限公司资产运行指标状况

图表：四川维奥制药有限公司资产负债能力指标分析

图表：四川维奥制药有限公司成本费用构成情况

图表：哈药集团有限公司销售收入情况

图表：哈药集团有限公司盈利指标情况

图表：哈药集团有限公司盈利能力情况

图表：哈药集团有限公司资产运行指标状况

图表：哈药集团有限公司资产负债能力指标分析

图表：哈药集团有限公司成本费用构成情况

图表：杭州民生药业集团有限公司销售收入情况

图表：杭州民生药业集团有限公司盈利指标情况

图表：杭州民生药业集团有限公司盈利能力情况

图表：杭州民生药业集团有限公司资产运行指标状况

图表：杭州民生药业集团有限公司资产负债能力指标分析

图表：杭州民生药业集团有限公司成本费用构成情况

图表：山东健民药业有限公司销售收入情况

图表：山东健民药业有限公司盈利指标情况

图表：山东健民药业有限公司盈利能力情况

图表：山东健民药业有限公司资产运行指标状况

图表：山东健民药业有限公司资产负债能力指标分析

图表：山东健民药业有限公司成本费用构成情况

图表：液新疆特丰药业股份有限公司销售收入情况

图表：液新疆特丰药业股份有限公司盈利指标情况

图表：液新疆特丰药业股份有限公司盈利能力情况

图表：液新疆特丰药业股份有限公司资产运行指标状况

图表：液新疆特丰药业股份有限公司资产负债能力指标分析

图表：液新疆特丰药业股份有限公司成本费用构成情况

图表：福州南海岸生物工程有限公司销售收入情况

图表：福州南海岸生物工程有限公司盈利指标情况

图表：福州南海岸生物工程有限公司盈利能力情况

图表：福州南海岸生物工程有限公司资产运行指标状况

图表：福州南海岸生物工程有限公司资产负债能力指标分析  
图表：福州南海岸生物工程有限公司成本费用构成情况  
图表：安盛药业有限公司销售收入情况  
图表：安盛药业有限公司盈利指标情况  
图表：安盛药业有限公司盈利能力情况  
图表：安盛药业有限公司资产运行指标状况  
图表：安盛药业有限公司资产负债能力指标分析  
图表：安盛药业有限公司成本费用构成情况  
图表：襄樊巨力实业有限公司销售收入情况  
图表：襄樊巨力实业有限公司盈利指标情况  
图表：襄樊巨力实业有限公司盈利能力情况  
图表：襄樊巨力实业有限公司资产运行指标状况  
图表：襄樊巨力实业有限公司资产负债能力指标分析  
图表：襄樊巨力实业有限公司成本费用构成情况  
图表：2010-2015年中国补钙产品供给预测分析  
图表：2010-2015年中国补钙产品需求预测分析  
图表：2010-2015年中国补钙产品进出口预测分析  
图表：2010-2015年中国补钙产品市场盈利预测分析  
略&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/144936.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专业提供投资咨询报告、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。