



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2014年中国补钙产品运行 走势及发展前景预测分析报告

一、调研说明

《2010-2014年中国补钙产品运行走势及发展前景预测分析报告》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/150259.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

摘要

钙在体内的存的形式主要以骨骼，牙齿的形式存在。人体中99%的钙质存在骨骼牙齿中，支持人体的运动和咀嚼能力。另外1%存在于血液和组织器官中称为血钙。

中国居民每日膳食中谷类和蔬菜约占食物的90%左右。而在这些食物中例如：谷类中含有大量植酸从而阻止钙吸收。

蔬菜中的草酸、膳食纤维也会阻止钙质的吸收。

中国居民的饮食习惯直接导致我国90%的人终生钙处于饥饿状态。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国补钙产品行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区补钙产品市场的发展状况、补钙产品消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国补钙产品市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对补钙产品未来发展趋势进行了研判，是补钙产品生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前补钙产品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

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

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 2009-2010年中国补钙产业运行环境分析

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分析
- 三、全社会固定资产投资分析
- 四、进出口总额及增长率分析
- 五、社会消费品零售总额
- 第二节 2009-2010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 2009-2010年中国补钙产业社会环境分析

第三章 2009-2010年中国补钙市场运行走势分析

- 第一节 2009-2010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 2010-2014年中国补钙市场规模预测
 - 一、2010-2014年市场规模
 - 二、2010-2014年不同类型补钙产品市场规模

第四章 2009-2010年中国补钙需求与消费者偏好调查

- 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 2009-2010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、2010-2014年产品价格走势

第六章 2005-2010年中国营养、保健食品制造行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节 2005-2010年（按季度更新）中国营养、保健食品制造行业数据监测回顾

- 一、竞争企业数量
- 二、亏损面情况
- 三、市场销售额增长
- 四、利润总额增长
- 五、投资资产增长性
- 六、行业从业人数调查分析

第二节 2005-2010年（按季度更新）中国营养、保健食品制造行业投资价值测算

- 一、销售利润率
- 二、销售毛利率
- 三、资产利润率
- 四、未来5年营养、保健食品制造盈利能力预测

第三节 2005-2010年（按季度更新）中国营养、保健食品制造行业产销率调查

- 一、工业总产值
- 二、工业销售产值
- 三、产销率调查
- 四、未来5年营养、保健食品制造产品产销衔接预测

第四节 2005-2010年（按季度更新）营养、保健食品制造出口交货值数据

- 一、出口交货值增长
- 二、出口交货值占工业产值的比重

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数据统计

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出口统计

第二节 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口统计

第三节 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价格对比

第四节 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主要来源地及出口目的地

第五节 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省市分析

第八章 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

第九章 2009-2010年中国补钙产品优势品牌企业分析

第一节 东盛科技股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2009年公司成长性分析

三、2008-2009年公司财务能力分析

四、2008-2009年公司偿债能力分析

五、2008-2009年公司现金流量分析表

六、2008-2009年公司经营能力分析

七、2008-2009年公司盈利能力分析

第二节 苏州惠氏制药有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第三节 四川维奥制药有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第四节 哈药集团有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第五节 杭州民生药业集团有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第六节 山东健民药业有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第七节 新疆特丰药业股份有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第八节 福州南海岸生物工程有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第九节 安盛药业有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十节 襄樊巨力实业有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十一节 略………………

第十章 2010-2014年中国补钙产品行业发展趋势与前景展望分析

第一节 2010-2014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 2010-2014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 2010-2014年中国补钙产品市场盈利预测分析

第十一章 2010-2014年中国品牌补钙投资策略分析

第一节 补钙行业投资策略分析

- 一、重点投资品种分析
- 二、重点投资地区分析

第二节 保健品行业赢利模式分析

- 一、产品竖三角赢利模式
- 二、解决消费者问题的赢利模式
- 三、创新营销速度赢利模式
- 四、几何级数赢利模式
- 五、突出优势赢利模式
- 六、品牌赢利模式
- 七、特异产品模式
- 八、区域优势赢利模式

第十二章 2010-2014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

图表名称：部分

图表 中国GDP分析

图表 城乡居民家庭人均可支配收入分析

图表 全社会固定资产投资分析

图表 进出口总额及增长率分析

图表 社会消费品零售总额

图表 2006-2009年中国营养、保健食品制造行业企业数量增长趋势图

图表 2006-2009年中国营养、保健食品制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2006-2009年中国营养、保健食品制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2006-2009年中国营养、保健食品制造行业总体利润总额增长

图表 2006-2009年中国营养、保健食品制造行业总体从业人数分析

图表 2006-2009年中国营养、保健食品制造行业投资资产增长性分析

图表 2010年2月中国各省市营养、保健食品制造行业企业数量统计表

图表 2010年2月中国各省市营养、保健食品制造行业企业数量分布图

图表 2010年1-2月中国各省市营养、保健食品制造行业销售收入统计表

图表 2010年1-2月中国各省市营养、保健食品制造行业销售收入分布图

图表 2010年1-2月中国各省市营养、保健食品制造行业利润总额统计表

图表 2010年1-2月中国各省市营养、保健食品制造行业利润总额分布图

图表 2010年1-2月中国各省市营养、保健食品制造行业利润总额增长最快的省市对比图

图表 2010年2月底中国各省市营养、保健食品制造行业资产统计表

图表 2010年2月底中国各省市营养、保健食品制造行业资产分布图

图表 2010年1-2月中国各省市营养、保健食品制造行业资产增长速度对比图

图表 2010年1-2月中国各省市营养、保健食品制造行业工业总产值

图表 2010年1-2月中国各省市营养、保健食品制造行业工业销售产值

图表 2010年营养、保健食品制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）

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统计

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统计

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出口价格对比

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出口主要来源地及出口目的地

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出口省市分析

图表 2008-2009年东盛科技股份有限公司成长性分析

图表 2008-2009年东盛科技股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2009年东盛科技股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2009年东盛科技股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2009年东盛科技股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2009年东盛科技股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2009年东盛科技股份有限公司盈利能力分析

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盈利能力情况

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成本费用构成情况

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盈利能力情况

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成本费用构成情况

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 哈药集团有限公司盈利能力情况

图表 哈药集团有限公司销售收入情况

图表 哈药集团有限公司成本费用构成情况

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盈利能力情况

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成本费用构成情况

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盈利能力情况

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成本费用构成情况

图表 新疆特丰药业股份有限公司盈利指标情况

图表 新疆特丰药业股份有限公司资产运行指标状况

图表 新疆特丰药业股份有限公司资产负债能力指标分析

图表 新疆特丰药业股份有限公司盈利能力情况

图表 新疆特丰药业股份有限公司销售收入情况

图表 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股份有限公司盈利指标情况

图表 福州南海岸生物工程股份有限公司资产运行指标状况

图表 福州南海岸生物工程股份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股份有限公司盈利能力情况

图表 福州南海岸生物工程股份有限公司销售收入情况

图表 福州南海岸生物工程股份有限公司成本费用构成情况

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 安盛药业有限公司盈利能力情况

图表 安盛药业有限公司销售收入情况

图表 安盛药业有限公司成本费用构成情况

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盈利能力情况

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成本费用构成情况
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 强势品牌的益处
图表 2010-2014年中国补钙产品供给预测分析
图表 2010-2014年中国补钙产品需求预测分析
图表 2010-2014年中国补钙产品进出口预测分析
图表 2010-2014年中国补钙产品市场盈利预测分析
图表 略。。。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/150259.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）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。