



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2010年中国补钙保健品市 场分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2009-2010年中国补钙保健品市场分析及发展趋势研究报告》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/55830.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

### 2009-2010年中国补钙保健品市场分析及发展趋势研究报告

#### 目录

#### 第一章 钙的相关知识 1

##### 1.1.1 钙的基本知识 1

##### 1.1.2 钙是生命的资本 1

##### 1.1.3 人体内的钙是如何存在 2

##### 1.1.4 钙在体内是如何保持平衡 3

##### 1.1.5 钙在人体中有什么作用 4

##### 1.1.6 人体缺钙对健康有什么影响 5

##### 1.1.7 为什么年轻时的骨骼状况会影响人的一生 6

##### 1.1.8 人体每日需要摄入多少钙 7

##### 1.1.9 人每天的膳食能否解决钙的足量摄入 7

##### 1.1.10 很多人为什么没有缺钙的感觉 8

##### 1.1.11 钙吃多了会不会引起结石 8

##### 1.1.12 如何才能补充人体所需要的钙质 9

##### 1.1.13 人体吸收钙的方式 10

##### 1.1.14 钙RDA值与钙日生理需要量有什么不同 12

#### 第二章 钙与疾病 13

##### 2.1 钙与心血管疾病 13

##### 2.2 钙与预防肿瘤 13

##### 2.3 儿童与钙 15

##### 2.3.1 小儿佝偻病 15

##### 2.3.2 补钙与儿童的牙齿 16

##### 2.3.3 缺钙与儿童的智商 16

##### 2.4 青少年与钙 17

##### 2.4.1 钙缺乏发育和成长 17

##### 2.4.2 缺钙对身体的影响 18

##### 2.5 妇女与钙 19

- 2.5.1 钙和受孕的关系 19
- 2.5.2 妊娠期的钙营养影响两代人的健康 19
- 2.5.3 缺钙会影响孩子的出生 20
- 2.5.4 妇女哺乳期要补充两倍以上钙 20
- 2.5.5 钙缺乏与绝经期的妇女 21
- 2.6 中、老年人与钙 22
- 2.6.1 中、老年人的健康和补钙的关系 22
- 2.6.2 钙缺乏引起中老年疾病 23
- 2.6.3 缺钙会导致软组织硬化 23
- 2.6.4 缺钙和老年骨质疏松 24

### 第三章 钙产品的市场情况 25

- 3.1.1 第一代产品 25
  - 3.1.1.1 产品特点、代表产品 25
- 3.1.2 第二代产品 27
  - 3.1.2.1 产品特点、代表产品 27
- 3.1.3 第三代产品 28

### 第四章 补钙保健品行业现状 29

- 4.1 市场特征 29
  - 4.1.1 市场容量及成长性 29
  - 4.1.2 市场竞争情况 29
- 4.2 促销 31
- 4.3 渠道 32

### 第五章 市场动态分析 33

- 5.1 补钙市场倾力“纠偏” 33
- 5.2 双氧水搅乱补钙市场 35
  - 5.2.1 事件背景 35
  - 5.2.2 巨能反应及对策 35
  - 5.2.3 事件对补钙行业的影响 36

## 第六章 零售市场 37

### 6.1 全国情况 37

### 6.2 南京市场 40

### 6.3 杭州市场 40

### 6.4 广州市场 41

### 6.5 北京市场 41

## 第七章 补钙保健品的营销 45

### 7.1 中国成功补钙产品营销探密 45

#### 7.1.1 案例一：三精葡萄糖酸钙口服液 45

#### 7.1.2 案例二：钙尔奇D 46

#### 7.1.3 案例三：巨能钙 46

#### 7.1.4 案例四：南海岸鳗钙 47

#### 7.1.5 案例五：乐力胶囊 48

### 7.2 保健品营销八大趋势 49

## 第八章 消费者行为及心理 54

### 8.1 消费者所关注的问题 54

### 8.2 儿童补钙产品市场调查 55

#### 8.2.1 补钙型保健品市场背景分析： 55

#### 8.2.2 消费者行为分析 55

## 第九章 保健品行业的特点 57

### 9.1 盈利性分析 57

### 9.2 市场发展周期分析 57

### 9.3 投资壁垒分析 58

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/55830.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提供专业投资咨询报告、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。