



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2010年中国补钙产品行业 市场调查及投资预测报告

## 一、调研说明

《2009-2010年中国补钙产品行业市场调查及投资预测报告》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/97783.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

### 目录

#### 第一章 补钙产品相关概念

##### 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）磷酸氢钙

###### （四）枸橼酸钙

###### （五）活性钙

###### （六）有机钙

#### 第二章 2008-2009年全球补钙产品行业整体运营状况

##### 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

###### （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

##### 二、2008-2009年全球主要国家补钙产品运行

###### （一）美国

###### （二）日本

##### 三、2009-2012年全球补钙产品行业发展趋势

#### 第三章 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

###### （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

（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

（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

（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

（一）五大城市补钙制剂零售市场总体

（二）零售市场主要品牌

### 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

### 一、2008年中国补钙产品市场供需

（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

### 四、2008-2009年中国补钙产品价格

## 第六章 2008年中国补钙产品市场营销模式与策略

### 一、2008-2009年中国补钙产品市场营销

（一）品牌补钙产品营销现状

（二）补钙产品营销渠道

(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

(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

(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

### 一、中国补钙消费者调查

(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

(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

(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

(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

(二) 价格竞争

(三) 营销方式竞争

### 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

### 四、2009-2012年中国补钙产品行业竞争趋势

## 第九章 中国补钙产品行业重点企业简介

### 一、东盛科技股份有限公司(盖天力)

(一) 企业概况

(二) 企业财务

### 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

### 三、四川维奥制药有限公司(乐力)

(一) 企业概况

(二) 企业财务

### 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

### 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

### 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

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

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

九、安盛药业有限公司(凯思立D)

(一) 企业概况

(二) 企业财务

十、襄樊巨力实业有限公司(巨能钙)

(一) 企业概况

(二) 企业财务

第十章 2009-2012年中国补钙产品行业发展及投资

一、2009-2012年中国补钙产品行业发展前景

(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

(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

(一) 中国补钙产品行业投资环境

(二) 中国补钙产品行业投资机会

(三) 中国补钙产品行业投资风险

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：提高出口退税率的清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/97783.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。