

# 2011-2015年中国补钙产品市场深度评估及未来趋势分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年中国补钙产品市场深度评估及未来趋势分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/100593100593.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

中国人口已达13亿，约占世界总人口的22%，13亿人口普遍存在着不同程度的缺钙，缺钙较严重的人口达3.2亿。据不完全统计，全球钙产品市场销售额，2005年达455亿美元，其国际市场约420亿美元，国内约35亿美元。即中国占全球市场份额为7.8%。由此可见，钙产品市场是一个庞大的蓬勃兴起的市场。

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。

中国报告网发布的《2011-2015年中国补钙产品市场深度评估及未来趋势分析报告》共九章。首先介绍了中国补钙产品行业的概念，接着分析了中国补钙产品行业发展环境，然后对中国补钙产品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国补钙产品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国补钙产品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

### 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 中国补钙产业运行环境分析

#### 第一节 国内宏观经济环境分析

- 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、2011年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 中国补钙产品行业政策环境分析

- 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

#### 第三章 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

#### 第四章 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

## 第五章 中国补钙产品市场竞争格局透析

### 第一节 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 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 中国补钙产品竞争策略分析

## 第六章 中国补钙产品重点企业竞争性财务数据分析

### 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股份有限公司（南海岸鳗钙）

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

## 第七章 2011-2015年中国补钙产品行业发展趋势与前景展望分析

### 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

#### 三、补钙产品进出口预测分析

### 第三节 2011-2015年中国补钙产品市场盈利预测分析

## 第八章 2011-2015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

## 第九章 2011-2015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：2008-2010年5月中国营养、保健食品制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2008-2010年5月中国营养、保健食品制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2008-2010年5月中国营养、保健食品制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2008-2010年5月中国营养、保健食品制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国营养、保健食品制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国营养、保健食品制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国营养、保健食品制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国营养、保健食品制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2008-2010年5月中国营养、保健食品制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2008-2010年5月中国营养、保健食品制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2008-2010年5月中国营养、保健食品制造出口交货值分析 单位：亿元



- 图表：2008-2010年5月中国营养、保健食品制造行业销售成本分析 单位：亿元
- 图表：2008-2010年5月中国营养、保健食品制造行业费用分析 单位：亿元
- 图表：2008-2010年5月中国营养、保健食品制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元
- 图表：2008-2010年5月中国营养、保健食品制造行业主要盈利能力指标分析
- 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：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股份有限公司主要经济指标走势图
- 图表：福州南海岸生物工程股份有限公司经营收入走势图
- 图表：福州南海岸生物工程股份有限公司盈利指标走势图
- 图表：福州南海岸生物工程股份有限公司负债情况图
- 图表：福州南海岸生物工程股份有限公司负债指标走势图
- 图表：福州南海岸生物工程股份有限公司运营能力指标走势图
- 图表：福州南海岸生物工程股份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：强势品牌的益处

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

图表：2011-2015年中国补钙产品进出口预测分析

图表：2011-2015年中国补钙产品市场盈利预测分析

图表：略.....

更多目录见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/100593100593.html>