

2007-2008年中国补钙产品 市场研究年度报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2007-2008年中国补钙产品市场研究年度报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/H47750DXKR.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2007-2008年中国[b]补钙产品[/b]市场研究年度报告 内容介绍：[/b]

本报告由公司医药行业资深研究员全力打造，深入分析补钙产品市场发展历程和发展现状，洞悉补钙产品市场发展规律，揭示补钙产品市场的发展机会及潜在的风险，并预测补钙产品市场的未来发展趋势，是政府、银行、企业及其他金融机构进行产业规划、商业信贷、投融资和经营管理等活动所必备的高端信息产品。报告注重时效性，致力于提供最全面的2007年数据和信息；报告共七大部分，全文在3万字以上，涉及图表高达60多个。

当前中国补钙产品行业发展趋势

- 1、产品发展趋势
- 2、价格水平发展趋势
- 3、营销模式发展趋势
- 4、渠道发展趋势
- 5、技术发展趋势

(二) 销售额预测

- 1、影响补钙产品销售额的主要因素分析
- 2、模型构造及预测

[b]七、行业（市场）发展策略与建议[/b]

- (一) 中国补钙产品行业4P's策略的分析
- (二) 补钙产品产业SWOT分析

- 1、优势（Strength）
- 2、劣势行业生命周期示意图

图30 2007年上半年健康元药业集团主营业务收入构成（按产品分）

图31 2007年上半年健康元药业集团主营业务收入构成（按区域分）

图32 补钙产品总销售额与城镇居民人均可支配收入的散点图

图33 补钙产品总销售额与GDP的散点图与相关图

图34 补钙产品总销售额与总人数的散点图

[b]表目录[/b]

表1 保健食品与药品(包括保健药品)的区别

表2 补钙产品行业发展历程

表3 2007年06月居民消费价格统计数据

- 表4 补钙产品按用途分类
- 表5 2006年北京市零售市场补钙产品销售金额排行榜
- 表6 2006年上海市零售市场补钙产品销售金额排行榜
- 表7 蜂类产品品牌分析
- 表8 参类产品品牌分析
- 表9 滋补补钙产品品牌分析
- 表10 美容养颜类补钙产品广告接触率
- 表11 以女性为基准的购买率，知名度与购买知名比
- 表12 以男性为基准的购买率，知名度，购买知名比
- 表13 大脑神经类补钙产品品牌分析
- 表14 补肾类补钙产品品牌分析
- 表15 中国补钙产品品牌排行榜
- 表16 不同城市的补钙产品购买率
- 表17 不同年龄消费者的补钙产品购买比例
- 表18 消费者对补钙产品价格的想法
- 表19 我国已获批准的保健食品产品剂型分布
- 表20 2006年最受关注补钙产品
- 表21 健康元药业集团财务状况分析
- 表22 占公司报告期主营业务收入10%以上的行业和产品的情况
- 表23 健康元药业集团财务状况分析
- 表24 权威机构对未来五年内GDP 的预测
- 表25 2007年—2011年国内生产总值预测值

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/H47750DXKR.html>