

# 2008-2009年中国补钙保健品市场趋势预测及投资策略分报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2008-2009年中国补钙保健品市场趋势预测及投资策略分报告》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/Y16189J1RE.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]2008-2009年中国[b]补钙保健品[/b]市场趋势预测及投资策略分报告 内容介绍：[/b]

### [b]一、补钙产品行业简介 [/b]

#### （一）补钙产品定义及范围界定

- 1、补钙产品定义与分类
- 2、补钙产品的特点
- 3、保健食品与药品的区别

#### （二）补钙产品行业发展史

### [b]二、宏观环境分析 [/b]

#### （一）政策法律分析

- 1、《中华人民共和国食品卫生法》
- 2、《保健食品注册管理办法》
- 3、《直销管理条例》
- 4、《保健食品命名规定（试行）》
- 5、《保健食品检验机构确定管理办法（征求意见稿）》等条例

#### （二）经济分析

- 1、经济增长
- 2、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 3、城镇人员就业状况
- 4、居民消费价格统计数据
- 4、存贷款利率变化
- 5、财政收支状况

#### （三）技术分析

#### （四）社会分析

- 1、人口规模分析
- 2、年龄结构分析
- 3、学历结构分析
- 4、人群健康状况

### [b]三、市场分析 [/b]

#### （一）市场规模

- 1、补钙产品销售现状

## 2、未来市场规模分析

### (二) 产品结构

#### 1、我国补钙产品分类(按功能)

#### 2、补钙产品基本分类

#### 3、各类补钙产品发展现状

### (三) 区域市场结构

#### 1、我国补钙产品生产企业分布情况

#### 2、补钙产品消费的区域性差异

### (四) 重点区域市场分析

#### 1、北京补钙产品市场分析

#### 2、上海补钙产品市场分析

#### 3、南京市补钙产品市场分析

#### 4、成都补钙产品市场

#### 5、中国农村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 2008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 2008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

## 表目录

- 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 2008年上半年居民消费价格统计数据
- 表4 补钙产品按用途分类
- 表5 2008年上半年北京市零售市场补钙产品销售金额排行榜
- 表6 2008年上半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 2008年上半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 2008年—2012年国内生产总值预测值

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/Y16189J1RE.html>