

2014-2018年中国药妆市场 竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国药妆市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/rihua1311/M46510XNC7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-11-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国药妆市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了药妆产业相关概述、中国药妆市场运行环境等，接着分析了中国药妆产业运行的现状，然后介绍了中国药妆产业市场竞争格局。随后，报告对中国药妆产业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国药妆产业发展前景与投资预测。您若想对药妆产业有个系统的了解或者想投资药妆行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

未来的药妆经营将会在薇姿把美容顾问专业服务带进药店的基础上，进一步发展到“药妆顾问”（药学基础+美容知识）的服务时代，通过专业诊断，使用药妆（功能性化妆）结合药物（皮肤科用药）调理进行专业关联营销，整体解决皮肤问题，满足消费者肌肤的需求。而伴随着消费者消费观念的成熟，主流连锁专业药店的药妆店、超市药店、店中店（专柜）的药妆经营也将走向成熟。

“连锁药店与品牌工业合作模式:与一线品牌厂家展开全方位深度合作,实现强强结合下的成果快速持续放大;与潜力型非一线品牌厂家展开长期战略合作共同成长,培植未来一线品牌厂家。”虽然讲的是药品，但我们认为套在药妆产品身上亦然。

第一章 药妆产业相关概述

第一节 药妆起源与兴起

第二节 药妆基础概述

一、药妆的特性

二、药妆功能

1、活化功效

2、辅助医疗

3、修护保养

4、术后护理

三、药妆与化妆品有什么区别

第三节 药妆品牌的识别性

一、品牌识别

二、药妆品牌的识别的重要性

第四节 药妆皮肤抗药性

第二章 国内外药妆成分探析

第一节 药妆——保湿类

一、透明质酸

二、神经酰胺(分子丁)

三、聚麸胺酸 (Polyglutamic acid)

四、甘油

五、水

第二节 祛斑类

一、杜鹃花酸

二、维他命C(维生素C)

第三节 美白类

一、熊果素

二、左旋维他命C (L-Ascorbic Acid)

第四节 抗氧化类

一、辅酶Q10 (Ubiquinone Q10)

二、艾地苯(Idebenone)

第五节 抗衰老类

一、人类生长因子-TNS

二、肉毒桿菌 (Clostridium Botulinum)

三、胶原蛋白 (Collagen Peptide)

四、ARGIRELINE(六角缩氨酸 也就是六胜肽)

第三章 2012-2013年国内外化妆品业整体运行态势分析

第一节 2012-2013年全球化妆品市场运行分析

一、国际化妆品产品研发潮流

二、国际化妆品原料市场的新趋势

三、全球化妆品品牌占有率

第二节 2012-2013年中国化妆品市场运行概况

一、国内化妆品市场结构分析

二、化妆品市场渠道呈现新特征

三、化妆品市场消费的特点

四、化妆品市场居民消费的构成

五、美容化妆品市场的消费状况调查

六、女性购买化妆品的心理因素研究

第四章 2012-2013年中国化妆品市场营销透析

第一节 中国化妆品行业主要市场渠道

一、批发市场

二、零售终端市场

三、专业市场

四、黑市对化妆品销售市场的影响

第二节 化妆品直复营销与网络营销

一、直复营销的概念

二、化妆品网络营销的特征和优势

三、网络营销理论

四、化妆品网络营销的现状

第三节 化妆品直销

一、化妆品直销的概述

二、欧瑞莲化妆品成为中国第9家获得直销牌照的企业

三、中国化妆品直销发展存在的瓶颈

第四节 化妆品专卖店经营

一、美容化妆品业连锁特许经营的简析

二、化妆品专卖店经营面临的挑战及经营策略

三、化妆品行业连锁经营的发展趋势

第五节 化妆品梯度营销渠道的策略

一、化妆品实行梯度营销的必要性

二、渠道梯度

三、目标消费者梯度

第五章 2012-2013年世界药妆产业运行态势分析

第一节 2012-2013年世界药妆市场运行分析

一、世界药妆市场特点分析

二、全球药妆品牌市场分析

三、席卷全球的药妆风潮解读

四、全球药妆新技术瞭望

第二节 2012-2013年世界药妆部分国家运行分析

一、专业制胜的美国药妆

二、有名的德国药妆

三、长于推广的日本药妆

四、别样的法国药妆

第三节 2014-2018年世界药妆产业发展趋势分析

第六章 2012-2013年中国药妆市场运行环境分析

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、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012-2013年中国药妆政策环境分析

一、《化妆品生产企业卫生规范》

二、《化妆品卫生监督条例》

三、《化妆品卫生监督条例实施细则》

四、《进出口化妆品监督检验管理办法》

第三节 2012-2013年中国药妆社会环境分析

第七章 2012-2013年中国药妆产业运行状况分析

第一节 2012-2013年中国药妆市场运行概况

一、中国药妆四大亮点呈现

二、中国民族药妆步履维艰

三、中国药妆市场进口品牌占大部分江山

四、药妆品持续行业主题

第二节 2012-2013年中国药妆市场销售情况

一、中国药妆市场容量

二、中国药妆消费群体

三、药妆品牌的差异化营销

四、植物药妆大受青睐

第三节 2012-2013年中国药妆市场运营中面临的阻碍

一、供应链缺乏

- 二、商品结构的缺陷
- 三、经营人才缺位
- 四、创新缺失

第八章 2012-2013年中国药妆产业运行状况分析

第一节 2012-2013年中国药妆市场品牌营销解析

- 一、欧莱雅化妆品公司旗下品牌薇姿
- 二、肤螨灵霜
- 三、“康美欣”祛痘产品“痤疮净”打开药妆市场
- 四、“白大夫”选择OTC（药妆市场）作为加强其医学美白的功能定位

第二节 2012-2013年中国药妆市场营销模式弊端

第三节 2012-2013年中国药妆市场经营新方向

- 一、经营独立
- 二、托管经营

第九章 2012-2013年中国药妆消费者行为及心理调研

第一节 药妆市场调查对象情况分析

- 一、调查对象性别构成
- 二、年龄结构调查
- 三、消费者肌肤类型情况
- 四、消费者主要肌肤问题调查结果
- 五、消费者对自身肌肤状况满意度分析

第二节 药妆消费者消费习惯调查

- 一、化妆品消费者购买频次调查
- 二、消费者对药妆产品价格认同情况调查
- 三、消费者购买渠道情况调查
- 四、消费者对药妆品功效情况调查

第三节 药妆品消费者品牌状况调查

- 一、消费者品牌忠诚度调查
- 二、消费者对各国药妆品牌偏好调查
- 三、中国最受欢迎的药妆品牌分析

第十章 2012-2013年中国药妆产业市场竞争格局分析

第一节 2012-2013年中国药妆产业竞争现状分析

- 一、药妆巨大市场的抢夺
- 二、中国内地药妆市场的渠道竞争分析
- 三、国产药妆市场的竞争分析

第二节 2012-2013年中国药妆品企业品牌战略分析

- 一、品牌在市场营销中的功能
- 二、品牌化经营是药妆品企业生存根本之道
- 三、商标是创造品牌的关键

第三节 2012-2013年中国药妆品包装策略探讨

第十一章 2012-2013年全球药妆品牌在中国市场运作分析

第一节 法国 VICHY 薇姿

第二节 法国 LA ROCHE-POSAY 理肤泉

第三节 法国 URIAGE 依泉

第四节 法国 AVENE 雅漾

第五节 意大利 Rilastil 维纳斯蒂尔

第六节 日本 freeplus 芙丽芳丝

第七节 德国 Eucerin 优色林

第八节 法国 ELANCYL 伊兰纤姿

第九节 法国 PLANTE SYSTEM 欧萃碧

第十节 日本 Futurelabo 芙玖

第十一节 德国 Sebamed 施巴

第十二节 法国 Mustela 妙思乐

第十三节 法国 Saforelle 舒卉蕾

第十四节 英国 Simple 清妍

第十五节 德国 Doliva 德丽芙

第十二章 2012-2013年中国药妆优势企业竞争力对比分析

第一节 同仁堂

- 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

七、药妆产品

第二节 云南白药

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

七、药妆产品五大系列产品市场竞争力分析

第三节 康恩贝——植物药妆（母婴领域）

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 协和

一、企业概况

二、药妆产品市场竞争力分析

三、企业经营状况分析

第五节 王老吉药业——祛痘类草本药妆

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 其它

- 一、马应龙药业——针对黑眼圈的眼部护肤产品
- 二、昆明圣火药业——护肤类中药药妆
- 三、敬修堂

第十三章 2014-2018年中国药妆产业发展前景预测分析

第一节 2014-2018年中国药妆行业发展前景分析

- 一、化妆品行业的发展方向
- 二、药妆市场的发展潜力巨大

第二节 2014-2018年中国药妆市场发展前景分析

- 一、中国药妆市场年平均增长率预测分析
- 二、药妆市场的销售预测
- 三、药妆产业需求预测分析

第三节 2014-2018年中国药妆行业市场盈利预测分析

第十四章 2014-2018年中国药妆行业投资机会与风险分析

第一节 2012-2013年中国药妆行业投资环境分析

第二节 2014-2018年中国药妆行业投资机会分析

- 一、祛斑化妆品的配方设计 and 应用前景
- 二、原生态植物化妆品市场的发展前景广阔
- 三、新概念化妆品市场前景广阔

第三节 2014-2018年中国药妆行业投资风险分析

- 一、竞争风险
- 二、原材料风险
- 三、技术风险
- 四、政策风险
- 五、信誉风险

第四节 博思数据投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1311/M46510XNC7.html>