

# 2014-2019年中国药妆市场 深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2014-2019年中国药妆市场深度调研与投资前景研究报告》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/rihua1406/W450434T9E.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】2014-06-18

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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《2014-2019年中国药妆市场深度调研与投资前景研究报告》共八章。介绍了药妆行业相关概述、中国药妆产业运行环境、分析了中国药妆行业的现状、中国药妆行业竞争格局、对中国药妆行业做了重点企业经营状况分析及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。

目前我国对药妆行业没有较为清晰的概念，也不存在行业、产品标准，在企业发展期间，经常会遇到各种阻力。

如全新上市的药妆产品刚刚进入药店终端并开展宣传推广，相关主管部门发出通知要求药店将非药品的产品一律下架，而且恢复期遥遥无期；明明产品具备一定的药用功效，却因为国家在化妆品方面的严格规定，无法正规申报产品功效，只能以普通化妆品的形式进行销售。

在国外如日本、韩国本国极富盛名的药妆产品在进入中国市场时，由于无法申报功效，只能无奈进行配方调整，降低药用成分，作为普通化妆品进行市场，完全无法发挥产品自身的特点。

而中国，正规的药妆企业也发展得相当艰难，经常会遇到虽然投放合法的广告，各级主管都会到企业中检查产品的性能及生产情况，并且每个部门的说法和尺度不一。

由于国家目前在药妆领域存在检测空白，对于申报的药妆产品只能采取不鼓励、不承认的态度，因为企业申报上来的产品功效，在没有合适的、科学的检测方时，无法证明其产品的功效确实有效。

国家药监局作为政策制定方和行业主管部门，必须要对消费者和市场负责。在无法证明药妆的实际功效前，肯定是不批准的。现在政府制定政策是非常透明和公开的，一个行业的准入和标准制定，必须要经过详细、缜密的研究和分析，召集相关领域的人进行若干次研讨之后，才有可能制定得出。

在中国药妆不被承认、监管政策、行业及产品标准暂不能出台的时期，药妆产业发展之路的确比较艰难。但同时这也是行业草创时最容易成功时。

## 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、药妆与普通化妆品及药品的区别

### 1、药妆与普通化妆品的区别

### 2、药妆与药品的区别

## 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 2013年中国药妆产业市场运行环境分析

### 第一节 2013年中国经济环境分析

#### 一、国民经济运行情况GDP

#### 二、消费价格指数CPI、PPI

#### 三、全国居民收入情况

#### 四、恩格尔系数

#### 五、工业发展形势

#### 六、固定资产投资情况

#### 七、财政收支状况

#### 八、中国汇率调整

#### 九、社会消费品零售总额

#### 十、对外贸易&进出口

### 第二节 行业政策环境分析

#### 一、行业相关政策分析

(1) 《化妆品产品技术要求规范》印发

(2) 关于印发化妆品中二氧化钛等7种禁用物质或限用物质检测方法的通知

(3) 《关于印发化妆品命名规定和命名指南的通知》

(4) 《化妆品中可能存在安全性风险物质的评审原则》（征求意见稿）

(5) 《化妆品行政许可检验管理办法》及《化妆品行政许可检验机构资格认定管理办法》

(6) 《消费品使用说明 化妆品通用标签》

(7) 《化妆品标识管理规定》

## 二、行业发展规划

### 第三节 行业消费环境分析

一、居民人均收入增长情况分析

二、居民消费影响因素与消费倾向分析

三、居民消费信心分析

四、居民消费结构及演进特征

五、居民消费行为特征分析

### 第四节 行业贸易环境分析

一、行业产品贸易环境现状

(1) 我国对外贸易总体情况

(2) 药妆行业对外贸易情况

二、行业贸易环境发展趋势

## 第三章 2013年中国药妆行业发展状况分析

### 第一节 国际药妆行业发展状况分析

一、国际药妆市场规模分析

二、国际药妆市场发展分析

(1) 美国药妆市场发展分析

(2) 日本药妆市场发展分析

(3) 法国药妆市场发展分析

(4) 德国药妆市场发展分析

三、国际药妆市场竞争状况

四、国际药妆市场发展趋势

### 第二节 国际药妆品牌在华竞争分析

一、法国薇姿

二、法国理肤泉

三、法国雅漾

四、法国依泉

五、法国上士

六、法国欧翠碧

七、日本芙丽芳丝

八、英国清妍

九、资生堂DQ

### 第三节 国内药妆行业发展状况分析

一、国内药妆行业发展现状分析

二、国内药妆行业市场规模分析

三、国内药妆行业区域发展分析

(1) 广东省药妆行业发展分析

1) 市场发展现状

2) 市场竞争情况分析

3) 市场发展前景分析

(2) 上海市药妆行业发展分析

1) 市场发展现状

2) 市场竞争情况分析

3) 市场发展前景分析

(3) 北京市药妆行业发展分析

1) 市场发展现状

2) 市场竞争情况分析

3) 市场发展前景分析

四、国内药妆品牌竞争的优劣势

### 第四节 国内药妆行业五力竞争模型分析

一、行业上游议价能力分析

二、行业下游议价能力分析

三、行业替代品威胁分析

四、行业新进入者威胁分析

五、行业竞争格局分析

### 第五节 国内药妆行业发展需要解决的问题

一、法规定义不规范

二、认证机构不完善

三、药妆品种良莠不齐

四、报道传播不加验证

## 五、销售渠道混乱

### 第四章 2013年中国药妆行业产业链分析

#### 第一节 药妆行业上游供应链分析

##### 一、药妆原料市场分析

###### (1) 药妆油质原料市场分析

###### (2) 药妆粉质原料市场分析

###### (3) 中草药市场分析

##### 二、包装市场发展分析

###### (1) 药妆品包装的特点

###### (2) 药妆品包装流行趋势

#### 第二节 药妆行业下游消费市场分析

##### 一、药妆市场的消费需求情况

##### 二、药妆市场消费者消费行为分析

###### (1) 药妆行业消费特点

###### (2) 药妆消费者人群分析

###### (3) 药妆消费产品结构分析

##### 三、药妆市场消费者消费心理分析

### 第五章 2013年中国药妆产品市场分析

#### 第一节 保湿类药妆市场分析

##### 一、保湿类药妆独特成分分析

##### 二、保湿类药妆品牌竞争状况分析

##### 三、保湿类药妆消费需求分析

#### 第二节 祛斑类药妆市场分析

##### 一、祛斑类药妆独特成分分析

##### 二、祛斑类药妆需求分析

#### 第三节 美白类药妆市场分析

##### 一、美白类药妆独特成分分析

##### 二、美白类药妆品牌竞争状况分析

##### 三、美白类药妆需求分析

#### 第四节 抗衰老类药妆市场分析

- 一、抗衰老类药妆独特成分分析
- 二、抗衰老类药妆品牌竞争状况分析
- 三、抗衰老类药妆需求分析

#### 第五节 祛痘类药妆市场分析

- 一、祛痘类药妆独特成分分析
- 二、祛痘类药妆品牌竞争状况分析
- 三、祛痘类药妆需求分析

#### 第六节 去角质类药妆市场分析

- 一、去角质类药妆独特成分分析
- 二、去角质类药妆市场现状分析
- 三、去角质类药妆发展前景分析

#### 第七节 其它药妆产品市场分析

### 第六章 2013年中国药妆行业市场营销分析

#### 第一节 国际药妆销售渠道分析

- 一、法国药妆销售渠道分析
- 二、美国药妆销售渠道分析
- 三、日本药妆销售渠道分析

#### 第二节 国内药妆销售渠道分析

- 一、药妆销售特点分析
- 二、药妆销售渠道分析

(1) 药房渠道

(2) 美容院渠道

(3) 专卖店渠道

(4) 商超渠道

(5) 电子网络渠道

(6) 直销渠道

(7) 展会渠道

- 三、药妆销售渠道发展趋势

(1) 从药店渠道向商超渠道延伸

(2) 混合销售渠道成新趋势

#### 第三节 药妆销售渠道面临的问题与解决对策



## 一、药妆销售渠道存在的问题与对策

- (1) 药妆品类没有集成供应商
- (2) 终端渠道对药妆的定位不明确
- (3) 药妆渠道问题的解决对策

## 二、主要药妆销售渠道存在的问题与对策

### (1) 药店经营药妆需要解决的问题分析

- 1) 品类品规不足
- 2) 店员掌握的皮肤学知识不足
- 3) 药店宣传和促销力度不够

### (2) 药店经营药妆问题的解决策略分析

- 1) 扩大药妆陈列柜台
- 2) 培训教育店员
- 3) 长期加大促销和宣传活动

### (3) 药妆专卖店面临的问题

- 1) 两大政策难题
- 2) 专业的销售人员缺乏
- 3) 消费者接收难题

### (4) 药妆专卖店问题的解决策略分析

- 1) 品类与服务专业化
- 2) 开店地址差异化
- 3) 规避国家政策限制

## 第四节 药妆企业市场营销策略分析

### 一、差异化营销策略

### 二、生动化营销策略

### 三、人性化营销策略

## 第五节 药妆品牌市场营销案例分析

### 一、薇姿市场营销分析

### 二、理肤泉市场营销分析

### 三、芙丽芳丝市场营销分析

### 四、可采市场营销分析

### 五、白大夫市场营销分析

## 第七章 2013年中国药妆行业主要企业经营分析

### 第一节 北京同仁堂科技发展股份有限公司

- 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 云南白药集团股份有限公司

- 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 浙江康恩贝制药股份有限公司

- 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 上海家化联合股份有限公司

- 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 马应龙药业集团股份有限公司

- 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

## 第八章 2014-2019年中国药妆行业投资与前景分析

### 第一节 2014-2019年中国药妆行业投资风险分析

- 一、药妆行业政策风险
- 二、药妆行业技术风险
- 三、药妆行业供求风险
- 四、药妆行业宏观经济波动风险
- 五、药妆行业关联产业风险
- 六、药妆行业产品结构风险
- 七、药妆企业生产规模及所有制风险
- 八、药妆行业其他风险

### 第二节 2014-2019年中国药妆行业投资特性分析

- 一、药妆行业进入/退出壁垒分析
- 二、药妆行业盈利模式分析
- 三、药妆行业盈利因素分析

### 第三节 2014-2019年中国药妆行业发展趋势与前景预测

- 一、药妆行业发展趋势分析
- 二、药妆行业发展前景预测

### 第四节 博思数据投资建议

#### 图表目录：（部分）

图表：2005-2013年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2013年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2013年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2013年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2013年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.12-2013.12年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2013年我国全社会固定资产投资额走势图（2013年不含农户）

图表：2005-2013年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2010.12-2013.12中国货币供应量月度数据统计

图表：2005-2013年中国外汇储备走势图

图表：1990-2013年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2013年央行贷款利率调整统计表

图表：我国近几年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2013年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2013年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2013年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2006-2013年我国人口及其自然增长率变化情况

图表：各年龄段人口比重变化情况

图表：北京同仁堂科技发展股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京同仁堂科技发展股份有限公司经营收入走势图

图表：北京同仁堂科技发展股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京同仁堂科技发展股份有限公司负债情况图

图表：北京同仁堂科技发展股份有限公司负债指标走势图

图表：北京同仁堂科技发展股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京同仁堂科技发展股份有限公司成长能力指标走势图

图表：云南白药集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：云南白药集团股份有限公司经营收入走势图

图表：云南白药集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：云南白药集团股份有限公司负债情况图

图表：云南白药集团股份有限公司负债指标走势图

图表：云南白药集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：云南白药集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司经营收入走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司盈利指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司负债情况图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司负债指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司成长能力指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司经营收入走势图

图表：上海家化联合股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司负债情况图

图表：上海家化联合股份有限公司负债指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司成长能力指标走势图

图表：马应龙药业集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：马应龙药业集团股份有限公司经营收入走势图

图表：马应龙药业集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：马应龙药业集团股份有限公司负债情况图

图表：马应龙药业集团股份有限公司负债指标走势图

图表：马应龙药业集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：马应龙药业集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

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/rihua1406/W450434T9E.html>