

# 2012-2016年中国药妆行业 运营状况分析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

《2012-2016年中国药妆行业运营状况分析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/rihua1206/S927161RNE.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】2012-06-08

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国药妆行业运营状况分析与投资前景研究报告》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。

通过《2012-2016年中国药妆行业运营状况分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

化妆品是结合化妆品及药品二字组合而成，意思是即可以清洁、保养、美化、修饰和改变皮肤的外观，还可以深入皮肤深层，调整黑色素生成，甚至刺激真皮组织的增生，达到美容、去斑、养颜的效果。药妆又称医学护肤品，是指从医学的角度来解决皮肤美容问题，由医生配伍应用的化妆品。

## 第一章 药妆产业相关概述 1

### 第一节 药妆起源与兴起 1

### 第二节 药妆基础概述 1

#### 一、药妆的特性 1

#### 二、药妆功能 2

##### 1、活化功效 2

##### 2、辅助医疗 2

##### 3、修护保养 2

##### 4、术后护理 2

#### 三、药妆与化妆品有什么区别 2

### 第三节 药妆品牌的识别性 3

#### 一、品牌识别 3

#### 二、药妆品牌的识别的重要性 3

### 第四节 药妆皮肤抗药性 4

## 第二章 国内外药妆成分探析 5

### 第一节 药妆&mdash;保湿类 5

#### 一、透明质酸 5

#### 二、神经酰胺(分子丁) 7

#### 三、聚麸胺酸 (POLYGLUTAMIC ACID) 8

#### 四、甘油 9

#### 五、水 10

### 第二节 祛斑类 12

#### 一、杜鹃花酸 12

#### 二、维他命C(维生素C) 12

### 第三节 美白类 13

#### 一、熊果素 13

#### 二、左旋维他命C (L-ASCORBIC ACID) 13

### 第四节 抗氧化类 14

#### 一、辅酶Q10 (UBIQUINONE Q10) 14

#### 二、艾地苯(IDEBENONE) 15

### 第五节 抗衰老类 16

#### 一、人类生长因子-TNS 16

#### 二、肉毒桿菌 (CLOSTRIDIUM BOTULINUM) 17

#### 三、胶原蛋白 (COLLAGEN PEPTIDE) 18

#### 四、ARGIRELINE(六角缩氨酸 也就是六胜肽) 19

## 第三章 2011-2012年国内外化妆品业整体运行态势分析 21

### 第一节 2011-2012年全球化妆品市场运行分析 21

#### 一、国际化妆品产品研发潮流 21

#### 二、国际化妆品原料市场的新趋势 22

#### 三、全球化妆品品牌占有率 24

### 第二节 2011-2012年中国化妆品市场运行概况 24

#### 一、国内化妆品市场结构分析 24

#### 二、化妆品市场渠道呈现新特征 26

#### 三、化妆品市场消费的特点 26

#### 四、化妆品市场居民消费的构成 27

五、美容化妆品市场的消费状况调查 28

六、女性购买化妆品的心理因素研究 29

#### 第四章 2011-2012年中国化妆品市场营销透析 31

##### 第一节 中国化妆品行业主要市场渠道 31

一、批发市场 31

二、零售终端市场 31

三、专业市场 31

四、黑市对化妆品销售市场的影响 32

##### 第二节 化妆品直复营销与网络营销 32

一、直复营销的概念 32

二、化妆品网络营销的特征和优势 33

三、网络营销理论 34

四、化妆品网络营销的现状 34

##### 第三节 化妆品直销 35

一、化妆品直销的概述 35

二、欧瑞莲化妆品成为中国第9家获得直销牌照的企业 36

三、中国化妆品直销发展存在的瓶颈 36

##### 第四节 化妆品专卖店经营 40

一、美容化妆品业连锁特许经营的简析 40

二、化妆品专卖店经营面临的挑战及经营策略 41

三、化妆品行业连锁经营的发展趋势 45

##### 第五节 化妆品梯度营销渠道的策略 49

一、化妆品实行梯度营销的必要性 49

二、渠道梯度 50

三、目标消费者梯度 51

四、品牌梯度 53

五、价格梯度 55

六、促销梯度 55

七、服务梯度 55

#### 第五章 2011-2012年世界药妆产业运行态势分析 57

第一节 2011-2012年世界药妆市场运行分析	57
一、世界药妆市场特点分析	57
二、全球药妆品牌市场分析	58
三、席卷全球的药妆风潮解读	60
四、全球药妆新技术瞭望	61
第二节 2011-2012年世界药妆部分国家运行分析	62
一、专业制胜的美国药妆	62
二、有名的德国药妆	63
三、长于推广的日本药妆	63
四、别样的法国药妆	65
第三节 2012-2016年世界药妆产业发展趋势分析	66

## 第六章 2011-2012年中国药妆市场运行环境分析 68

第一节 国内宏观经济环境分析	68
一、GDP历史变动轨迹分析	68
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	75
三、2012年中国经济发展预测分析	77
第二节 2011-2012年中国药妆政策环境分析	80
一、《化妆品生产企业卫生规范》	80
二、《化妆品卫生监督条例》	90
三、《化妆品卫生监督条例实施细则》	94
四、《进出口化妆品监督检验管理办法》	107
第三节 2011-2012年中国药妆社会环境分析	114

## 第七章 2011-2012年中国药妆产业运行状况分析 118

第一节 2011-2012年中国药妆市场运行概况	118
一、中国药妆四大亮点呈现	118
二、中国民族药妆步履维艰	119
三、中国药妆市场进口品牌占大部分江山	121
四、药妆品持续行业主题	121
第二节 2011-2012年中国药妆市场销售情况	124
一、中国药妆市场容量	124

二、中国药妆消费群体 126

三、药妆品牌的差异化营销 128

四、植物药妆大受青睐 133

第三节 2011-2012年中国药妆市场运营中面临的阻碍 134

一、供应链缺乏 134

二、商品结构的缺陷 134

三、经营人才缺位 135

四、创新缺失 135

第八章 2011-2012年中国药妆产业运行状况分析 136

第一节 2011-2012年中国药妆市场品牌营销解析 136

一、欧莱雅妆品公司旗下品牌薇姿 136

二、肤螨灵霜 139

三、“康美欣”祛痘产品“痤疮净”打开药妆市场 139

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 140

第二节 2011-2012年中国药妆市场营销模式弊端 140

第三节 2011-2012年中国药妆市场经营新方向 141

一、经营独立 141

二、托管经营 141

第九章 2011-2012年中国药妆消费者行为及心理调研 143

第一节 药妆市场调查对象情况分析 143

一、调查对象性别构成 143

二、年龄结构调查 143

三、消费者肌肤类型情况 144

四、消费者主要肌肤问题调查结果 145

五、消费者对自身肌肤状况满意度分析 146

第二节 药妆消费者消费习惯调查 146

一、药妆品消费者购买频次调查 146

二、消费者对药妆产品价格认同情况调查 147

三、消费者购买渠道情况调查 147

四、消费者对药妆品功效情况调查 148

### 第三节 药妆品消费者品牌状况调查 148

#### 一、消费者品牌忠诚度调查 148

#### 二、消费者对各国药妆品牌偏好调查 149

#### 三、中国最受欢迎的药妆品牌分析 150

## 第十章 2011-2012年中国药妆产业市场竞争格局分析 152

### 第一节 2011-2012年中国药妆产业竞争现状分析 152

#### 一、药妆巨大市场的抢夺 152

#### 二、中国内地药妆市场的渠道竞争分析 153

#### 三、国产药妆市场的竞争分析 155

### 第二节 2011-2012年中国药妆品企业品牌战略分析 158

#### 一、品牌在市场营销中的功能 158

#### 二、品牌化经营是药妆品企业生存根本之道 160

#### 三、商标是创造品牌的关键 160

### 第三节 2011-2012年中国药妆品包装策略探讨 160

## 第十一章 2011-2012年全球药妆品牌在中国市场运作分析 162

### 第一节 法国 VICHY 薇姿 162

### 第二节 法国 LA ROCHE-POSAY 理肤泉 163

### 第三节 法国 URIAGE 依泉 164

### 第四节 法国 AVENE 雅漾 165

### 第五节 意大利 RILASTIL 维纳斯蒂尔 166

### 第六节 日本 FREEPLUS 芙丽芳丝 166

### 第七节 德国 EUCERIN 优色林 168

### 第八节 法国 ELANCYL 伊兰纤姿 169

### 第九节 法国 PLANTE SYSTEM 欧萃碧 169

### 第十节 日本 FUTURELABO 芙玖 170

### 第十一节 德国 SEBAMED 施巴 170

### 第十二节 法国 MUSTELA 妙思乐 171

### 第十三节 法国 SAFORELLE 舒卉蕾 171

### 第十四节 英国 SIMPLE 清妍 172

### 第十五节 德国 DOLIVA 德丽芙 173



## 第十二章 2011-2012年中国药妆优势企业竞争力对比分析 174

### 第一节 同仁堂 174

- 一、企业概况 174
- 二、企业主要经济指标分析 175
- 三、企业盈利能力分析 176
- 四、企业偿债能力分析 177
- 五、企业运营能力分析 178
- 六、企业成长能力分析 179
- 七、药妆产品 179

### 第二节 云南白药 180

- 一、企业概况 180
- 二、企业主要经济指标分析 180
- 三、企业盈利能力分析 182
- 四、企业偿债能力分析 183
- 五、企业运营能力分析 184
- 六、企业成长能力分析 184
- 七、药妆产品五大系列产品市场竞争力分析 185

### 第三节 康恩贝&mdash;&mdash;植物药妆（母婴领域） 187

- 一、企业概况 187
- 二、企业主要经济指标分析 188
- 三、企业盈利能力分析 190
- 四、企业偿债能力分析 191
- 五、企业运营能力分析 191
- 六、企业成长能力分析 192

### 第四节 协和 193

- 一、企业概况 193
- 二、药妆产品市场竞争力分析 193
- 三、企业经营状况分析 193

### 第五节 广州药业&mdash;&mdash;王老吉祛痘类草本药妆 194

- 一、企业概况 194
- 二、企业主要经济指标分析 195
- 三、企业盈利能力分析 197

四、企业偿债能力分析 198

五、企业运营能力分析 198

六、企业成长能力分析 199

第六节 片仔癀 200

一、企业概况 200

二、企业主要经济指标分析 201

三、企业盈利能力分析 202

四、企业偿债能力分析 204

五、企业运营能力分析 204

六、企业成长能力分析 205

第七节 其它 205

一、马应龙药业——针对黑眼圈的眼部护肤产品 205

二、昆明圣火药业——护肤类中药药妆 208

三、敬修堂 209

第十三章 2012-2016年中国药妆产业发展前景预测分析 210

第一节 2012-2016年中国药妆行业发展前景分析 210

一、药妆品行业的发展方向 210

二、药妆市场的发展潜力巨大 211

第二节 2012-2016年中国药妆市场发展前景分析 212

一、中国药妆市场年平均增长率预测分析 212

二、药妆市场的销售预测 212

三、药妆产业需求预测分析 213

第三节 2012-2016年中国药妆行业市场盈利预测分析 213

第十四章 2012-2016年中国药妆行业投资机会与风险分析 214

第一节 2011-2012年中国药妆行业投资环境分析 214

第二节 2012-2016年中国药妆行业投资机会分析 215

一、祛斑化妆品的配方设计和应用前景 215

二、原生态植物化妆品市场的发展前景广阔 225

三、新概念化妆品市场前景广阔 226

第三节 2012-2016年中国药妆行业投资风险分析 227

一、竞争风险 227

二、原材料风险 227

三、技术风险 227

四、政策风险 227

五、信誉风险 227

第四节 博思数据投资建议 228

图表目录：（部分）

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：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：同仁堂主要经济指标走势图

图表：同仁堂经营收入走势图

图表：同仁堂盈利指标走势图

图表：同仁堂负债情况图

图表：同仁堂负债指标走势图

图表：同仁堂运营能力指标走势图

图表：同仁堂成长能力指标走势图

图表：云南白药主要经济指标走势图

图表：云南白药经营收入走势图

图表：云南白药盈利指标走势图

图表：云南白药负债情况图

图表：云南白药负债指标走势图

图表：云南白药运营能力指标走势图

图表：云南白药成长能力指标走势图

图表：康恩贝主要经济指标走势图

图表：康恩贝经营收入走势图

图表：康恩贝盈利指标走势图

图表：康恩贝负债情况图

图表：康恩贝负债指标走势图

图表：康恩贝运营能力指标走势图

图表：康恩贝成长能力指标走势图

图表：王老吉药业主要经济指标走势图

图表：王老吉药业经营收入走势图

图表：王老吉药业盈利指标走势图

图表：王老吉药业负债情况图

图表：王老吉药业负债指标走势图

图表：王老吉药业运营能力指标走势图

图表：王老吉药业成长能力指标走势图

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/rihua1206/S927161RNE.html>