

2013-2017年中国药妆市场 现状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

《2013-2017年中国药妆市场现状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/rihua1303/O62853C73J.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】2013-03-28

【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《2013-2017年中国药妆市场现状分析及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了全球化妆品行业状况及发展趋势预测、中国药妆品产业运行环境等，接着分析了中国药妆品产业运行的现状，然后介绍了中国中药化妆品行业竞争格局。随后，报告对中国药妆品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《2013-2017年中国药妆市场现状分析及投资前景研究报告》，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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

我国药妆行业中存在的定义的缺乏、标准的缺失严重的阻碍了药妆行业的健康可持续发展，标准的出台已经迫在眉睫。而众多的药妆企业在走了众多的弯路之后，也开始意识到开拓药妆市场仅仅凭借一腔热情是不够的，只有通过体制创新营造适合药妆发展的氛围与体制机制，才能朝着良性方向发展。

第一章 2012年全球化妆品行业状况及发展趋势预测分析

第一节 2012年全球化妆品市场运行动态分析

- 一、全球化妆品市场规模分析
- 二、全球化妆品品牌市场结构
- 三、天然化妆品的产品及市场销售情况
- 四、国际化妆品产品研发潮流

第二节 2012年全球药妆品市场分析

- 一、药妆市场研究动态
- 二、全球药妆品市场规模及增长
- 三、主要国家药妆市场运行分析
- 四、化妆品回归天然中草药全球受宠

第三节 2013-2017年全球化妆品的发展趋势

- 一、化妆品流行趋势
- 二、全球化妆品原料市场的流行新趋势

第二章 2012年中国化妆品行业运行情况分析

第一节 2012年中国化妆品市场发展现状分析

一、中国化妆品市场规模分析

二、中国化妆品行业消费结构分析

三、中国化妆品企业发展分析

四、国内化妆品外资品牌分析

五、中国化妆品市场特点分析

第二节 2012年中国化妆品市场用户与品牌调查分析

一、化妆品人均消费水平分析

二、化妆品市场消费者调查分析

三、不同化妆品品牌市场占有率分析

第三章 2012年中国药妆品产业运行环境解析

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年中国药妆政策环境分析

一、“药妆”市场，政策仍扑朔迷离

二、《化妆品生产企业卫生规范》

三、《化妆品卫生监督条例》

四、《化妆品卫生监督条例实施细则》

五、《进出口化妆品监督检验管理办法》

六、药妆品急需建立监管机制

第三节 2012年中国药妆社会环境分析

第四章 2012年中国药妆品产业运行态势分析

第一节 2012年中国药妆品市场规模分析

第二节 2012年药妆品市场发展驱动因素

一、消费者功能性需求

二、制药企业经营困境突现

三、药妆品行业进入壁垒及盈利性

第三节 2012年中国中药化妆品市场现状分析

一、中药化妆品的开发应用

二、中药化妆品市场现状

三、中药化妆品出口形势

第四节 2012年中国药妆品行业发展存在的问题

一、中国药妆品定义缺位

二、消费者药妆品接受程度分析

三、药妆品目标战略失重

四、药妆连锁企业面临的难题

第五章 2010-2012年中国化妆品制造行业数据监测分析

第一节 2010-2012年中国化妆品制造行业总体数据分析

一、2010年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

二、2011年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

三、2012年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 中药提取物在化妆品中的研究应用及现状分析

第一节 中药提取物的分类及其在化妆品中的应用现状

一、中药提取物概念

二、中药提取物的分类

三、中药提取物在化妆品中的应用

第二节 中药化妆品与国外“绿色化妆品”对比

一、生产工艺和生产设备方面

二、质量控制方面

三、在中药功效化妆品应用方面

四、中国中药化妆品的优势

第七章 中草药添加剂标准体系研究分析

第一节 中草药添加剂标准体系的意义

第二节 中草药添加剂质量研究

一、中草药添加剂质量稳定性、可控性和均一性的研究

二、工艺的可重复性和可控制性研究

三、功效的可评价性和安全性的研究

四、质量保证体系的研究

第三节 2013-2017年中药添加剂在化妆品中的应用展望

第八章 2012年中国中药化妆品市场销售解析

第一节 中国中药化妆品营销渠道

一、药妆店分析

二、专业美容机构分析

三、直销分析

四、电商分析

第二节 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

五、佰草集

六、上海家化家的清妃

七、片仔癀

第三节 中国药妆市场营销模式弊端

第四节 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年中国中药化妆品行业竞争格局分析

第一节 2012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年中国中药化妆品竞争优劣势分析

一、中药化妆品竞争优势

二、中药化妆品竞争劣势

第三节 2013-2017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

第十章 2012年中国药妆品产业优势企业竞争力分析

第一节 广州药业股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第二节 北京同仁堂股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第三节 马应龙药业集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第四节 漳州片仔癀药业股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第五节 上海家化联合股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第六节 上海相宜本草化妆品股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

第七节 成都地奥集团

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第八节 广州敬修堂（药业）股份有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十一章 2012年中国中药化妆品产业运行分析

第一节 2012年中药行业运行概况

一、中药产业增长态势平稳

二、行业整体素质明显提高

三、技术平台建设不断加强

四、国家重视中药产业的发展

第二节 2013-2017年中国中药行业发展趋势

第十二章 2013-2017年中国药妆产业发展前景预测分析

第一节 2013-2017年中国中药现代化发展纲要

一、中药现代化发展的战略目标

二、主要措施

第二节 2013-2017年中国药妆行业发展前景分析

一、药妆品行业的发展方向

二、药妆市场的发展潜力巨大

第三节 2013-2017年中国药妆市场发展预测

一、中国药妆市场年平均增长率预测分析

二、药妆市场销售规模预测

三、药妆市场格局预测分析

第四节 2013-2017年中国药妆行业市场盈利预测分析

第十三章 2013-2017年中药化妆品行业投资前景预测分析

第一节 2013-2017年中国药妆行业投资环境分析

一、中药化妆品在化妆品市场的定位

二、制药企业不断进入

第二节 2013-2017年中药化妆品行业投资机会分析

一、祛斑化妆品的配方设计和应用前景

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 2013-2017年中药化妆品行业投资风险分析

一、市场风险

二、产品研发风险

第四节 2013-2017年中药化妆品的投资策略与建议

一、化妆品营销渠道模式研究

二、化妆品企业发展策略研究

三、中药化妆品投资意见及建议

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：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/rihua1303/O62853C73J.html>