

# 中国药妆行业市场调研与投资策略研究报告（2015-2020）

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国药妆行业市场调研与投资策略研究报告（2015-2020）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/201290201290.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

在我国，药妆品指的是以天然成分为原料，具有针对性较强的疗效性化妆品，其配方精简且必须完全公开，所有有效成分及安全性须经医学文献和皮肤科临床测试证明，且不含公认的致敏源，较一般的护肤品功效显着。药妆在国际上很流行，在中国一些大城市也有趋热表现，但国内药妆品质量良莠不齐、鱼龙混杂，药用护肤品的消费水平与国外相比也存在很大差距。

而值得注意的是，药妆市场一直有一线品牌强势涉足，宝洁，联合利华、柏丽丝、索芙特、舒蕾等都有药妆产品。这样也导致一方面厂家之间鏖战，大家都在争国内市场，厂家成本在提高，带来了经销代理商的直接压力，现在利润空间被压缩得很小，而对经销代理商的回款压力却是与日俱增；另一方面，众多一线品牌的强力出击，也进一步强化了消费者对于品牌的认可和忠诚度。

首先，化妆品定义中并无药妆品的说法。目前我国并没有针对药妆的批准文号，国家对化妆品的管理规范中，对用于染发、烫发、祛斑、防晒等用途的化妆品统称为特殊用途化妆品，批号“卫妆特”，而普通的化妆品批号为“卫妆准”。特殊用途化妆品的申报程序比较严格，投放市场前必须进行产品卫生安全评价，包括卫生学检验、毒理学试验、人体安全试验、相关功效成分及使用依据等。但目前国内药妆品宣传的功效已明显超出特殊用途化妆品的范畴，如宣传包括美白、保湿、抗炎和抗氧化等作用。

国内化妆品主要通过药店销售，但安全性及功效性评价缺乏法律监管，没有统一标准。药妆品标签主要以“卫妆准”字为主，极少数是“卫妆特”字，更没有“药准字”的化妆品。

其次，在我国，药妆市场多由传统药企涉猎。由于受传统业务增速放缓、降价等原因的影响，药品业务的发展空间正在不断被压缩。据悉，截至目前，包括同仁堂、白云山、康恩贝等上市药企均已涉足日化领域。然而，在日化领域，药企的药妆战略并不乐观。

业内专家表示，作为传统医药企业，步入药妆产业还是稳健并且有一定优势的。传统医药研发风险大，药妆品介于化妆品和药品之间，不像药品那么严格且风险大，利润空间高些，也可以形成一定的关联资源，销售上可以连锁店销售，更加简易化。但是，传统医药企业做药妆，最重要的还是怎样切入，不仅仅是依靠品牌的影响力去让消费者去认知，因为那样的话有可能适得其反。

中国报告网发布的《中国药妆行业市场调研与投资策略研究报告（2015-2020）》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

## 第一章 药妆产业相关概述

### 第一节 化妆品的相关概述

- 一、化妆品的定义
- 二、化妆品的分类
- 三、化妆品的主要作用
- 四、化妆品的发展历程

### 第二节 药妆的相关概述

- 一、药妆的定义及分类
- 二、药妆的特点和功能
- 三、药妆的起源

## 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 药妆：祛斑类

- 一、杜鹃花酸
- 二、维他命C(维生素C)

### 第三节 药妆：美白类

- 一、熊果素
- 二、左旋维他命C(L-Ascorbic Acid)

### 第四节 药妆：抗氧化类

- 一、辅酶Q10(Ubiquinone Q10)
- 二、艾地苯(Idebenone)

### 第五节 药妆：抗衰老类

- 一、人类生长因子(TNS)
- 二、肉毒杆菌(Clostridium Botulinum)
- 三、胶原蛋白(Collagen Peptide)

## 第三章 世界药妆行业发展分析

## 第一节 世界药妆市场运行分析

- 一、世界药妆市场概况
- 二、世界药妆品牌市场分析

## 第二节 世界部分国家药妆市场运行分析

- 一、美国药妆市场分析
- 二、德国药妆市场分析
- 三、日本药妆市场分析
- 四、法国药妆市场分析

## 第四章 中国药妆产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

### 第三节 中国药妆行业政策环境分析

### 第四节 中国药妆产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

### 第五节 中国化妆品网购行业分析

- 一、化妆品电商市场发展现状
- 二、化妆品电商发展模式分析
- 三、化妆品电商典型平台分析
  - (一) 天猫/淘宝
  - (二) 京东商城
  - (三) 乐蜂网
  - (四) 聚美优品

## 第五章 中国药妆产业运行状况分析

### 第一节 中国药妆市场运行概况

- 一、中国药妆市场投资动向
- 二、中国药妆市场现状分析
- 三、中国药妆零售规模分析
- 四、药企纷纷试水药妆行业
- 五、外资品牌垄断药妆市场
- 六、零售企业进入药妆市场

### 第二节 中国药妆消费情况分析

- 一、中国药妆消费者分析

## 二、药妆消费多元化发展

### 第三节 中国药妆关注度分析

#### 一、中国药妆总体关注度

#### 二、中国药妆品牌关注度

### 第四节 中国药妆市场营销分析

#### 一、中国药妆市场营销现状分析

#### 二、药妆营销三部曲

#### 三、药妆营销四要点

#### 四、药妆企业差异化营销

#### 五、药妆企业生动化营销

#### 六、药妆企业人性化营销

### 第五节 中国药妆市场运营中面临的问题

#### 一、中国药妆品牌定位缺失

#### 二、中国药妆行业目标战略失重

#### 三、中国药妆连锁经营的不足

#### 四、中国药妆连锁企业面临难题

#### 五、中国药妆经营瓶颈分析

### 第六节 中国药妆行业发展对策分析

#### 一、中国药妆应注重消费者教育

#### 二、中国药妆经营总体对策

#### 三、中国药妆连锁经营对策

## 第六章 中国中草药化妆品的市场发展分析

### 第一节 中草药提取物在化妆品中的研究应用及现状分析

#### 一、中草药提取物的概念及分类

#### 二、中草药提取物在化妆品中的应用

#### 三、中草药化妆品与国外绿色化妆品的比较

#### 四、中草药化妆品的成分介绍

#### 五、中草药提取物在化妆品中的应用展望

### 第二节 中国中草药化妆品市场现状分析

#### 一、中国中草药市场概况

#### 二、中草药化妆品市场定位分析

#### 三、中草药化妆品市场前景

## 第七章 世界著名药妆品牌分析

### 第一节 法国薇姿(Vichy)

#### 一、品牌简介

## 二、产品简介

## 三、薇姿在中国的营销策略

## 四、薇姿在中国的市场表现

### 第二节 法国理肤泉(La Roche-POSAY)

#### 一、品牌简介

#### 二、产品简介

#### 三、理肤泉在中国的市场表现

### 第三节 法国雅漾(AVENE)

#### 一、品牌简介

#### 二、产品简介

### 第四节 法国依泉(URIAGE)

#### 一、品牌简介

#### 二、产品简介

### 第五节 日本芙丽芳丝(FREENLUS)

#### 一、品牌简介

#### 二、产品简介

### 第六节 德国优色林(EUCERIN)

#### 一、品牌简介

#### 二、产品简介

### 第七节 意大利维纳斯蒂尔(RILISTIL)

#### 一、品牌简介

#### 二、产品简介

### 第八节 法国欧萃碧(PLANTE SYSTEM)

#### 一、品牌简介

#### 二、产品简介

### 第九节 法国妙思乐(MUSTEAL)

#### 一、品牌简介

#### 二、产品简介

### 第十节 法国舒卉蕾(SAFORELLE)

#### 一、品牌简介

#### 二、产品简介

## 第八章 中国药妆优势企业分析

### 第一节 北京同仁堂股份有限公司

#### 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 漳州片仔癀药业股份有限公司

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

## 第六节 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

第七节 广州药业股份有限公司

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

第九章 2015-2020年中国药妆产业发展前景预测分析

第一节 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、中药现代化发展的重点任务

三、中药现代化发展的主要措施

第二节 中国药妆行业发展前景分析

一、中国药妆行业的发展方向

二、中国药妆行业的发展前景

第三节 中国药妆市场发展前景分析

一、中国化妆品产品市场发展趋势

二、中国药妆市场发展趋势预测

三、中国药妆市场规模预测

第十章 2015-2020年中国药妆行业投资前景预测

第一节 中国药妆行业投资现状分析

一、中药化妆品成投资热点

二、制药企业不断进入药妆市场

三、外资药妆看好中国市场

四、中外药妆企业具体投资状况

第二节 中国药妆行业投资机会分析

一、药妆快速增长的商机

二、祛斑药妆应用和投资前景

三、植物药妆的投资前景广阔

四、新概念化妆品市场和投资前景广阔

第三节 中国药妆行业投资风险分析

- 一、中药企业投资药妆的风险分析
  - 二、风投投资药妆行业的风险分析
  - 第四节 中国药妆行业的投资策略与建议
    - 一、中药化妆品产品销售方面的建议
    - 二、中药化妆品产品开发方面的建议
    - 三、中国药企的药妆投资策略分析
- 图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/201290201290.html>