

中国药妆市场现状分析及盈利空间研究报告（2014-2018）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国药妆市场现状分析及盈利空间研究报告（2014-2018）》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/176343176343.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

我国化妆品行业门槛比较低，在经过多年的无序竞争后，同质化越来越严重。我国化妆品行业受到研发落后、资金薄弱、营销理念滞后等多重不利因素的影响，市场空间越来越小，化妆品行业面临着新一轮的洗牌。各大化妆品企业在寻求新的增长点。大家都不约而同的将目光聚焦到了药妆行业上。

当前国内药妆企业的组成除了传统中药企业外，还有一部分是具有一定实力的医药企业。药妆从陌生到成为一种流行，只用了短短十年时间，而药妆热的背后，是医药行业与化妆品行业摆脱困境的一场战略突围。但尽管药妆行业看起来很诱人，但各企业的实际销售收入明显低于投资金额，行业整体处于严重的状态。

《中国药妆市场现状分析及盈利空间研究报告（2014-2018）》系统全面的调研了药妆的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，以产品微观部分作为调研重点，采用纵向分析和横向对比相结合的方法，分别对药妆产品的国内外生产消费情况、原材料市场情况、产品技术情况、产品市场竞争情况、重点企业发展情况、产品品牌价值以及产品营销策略等方面进行深入的调研分析。

报告目录：

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、聚麸氨酸 (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、药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、药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

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/176343176343.html>