2013-2017年中国药妆行业市场调研与投资预测分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国药妆行业发展环境分析.....12
1.1 行业定义及分类.....12
1.1.1 行业定义.....12
1.1.2 产品分类.....13
1.1.3 药妆与普通化妆品及药品的区别.....13
（1）药妆与普通化妆品的区别.....13
（2）药妆与药品的区别.....14
1.2 行业经济环境分析.....15
1.2.1 中国GDP增长情况.....15
（1）中国GDP增长状况.....15
（2）行业与GDP的关联性分析.....15
1.2.2 居民人均收入变化.....16
（1）居民人均收入变化情况.....16
（2）行业与居民收入的关联性分析.....17
1.3 行业政策环境分析.....18
1.3.1 行业政策动向.....18
（1）国家引导防晒类护肤品消费.....18
（2）国家规范化妆品产品技术要求.....18
（3）国家完善化妆品安全风险评估.....18
（4）国家调控化妆品检验机构建设.....19
（5）国家规范化妆品相关产品的命名.....19
（6）国家规范非特殊用途化妆品的管理.....19
（7）国家推进化妆品安全风险控制体系建设.....20
1.3.2 行业发展规划.....20
（1）行业规模规划.....20
（2）行业企业规划.....21
（3）行业品牌规划.....21
（4）行业产品规划.....22
1.4 行业消费环境分析.....23
1.4.1 消费群体变化分析.....23
1.4.2 消费观念变化分析.....24
（1）从“节约”到“时尚”.....24
（2）从“关注质量”到“关注品牌文化”.....24
（3）从“整齐划一”到“追求个性与自我”.....25
1.4.3 不同人口特征城市居民化妆品购买比例.....25
（1）不同性别居民的化妆品购买分析.....25
1）女性消费者行为研究.....25
2）男性消费者行为研究.....26
3）不同性别居民化妆品购买分析.....26
（2）不同年龄居民的化妆品购买分析.....27
（3）不同学历居民的化妆品购买分析.....28
（4）不同收入居民的化妆品购买分析.....30
1）低收入消费者行为研究.....30
2）高收入消费者行为研究.....31
3）不同收入居民化妆品购买分析.....31
1.4.4 不同媒介接触频率居民化妆品消费情况.....34
（1）不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况.....34
（2）不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况.....35
（3）不同报纸媒介接触频率居民化妆品消费情况.....37
（4）不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费情况.....38
（5）不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况.....39

1.4.5 城市居民接触各类化妆品广告排名情况.....40
第2章：中国药妆行业发展状况分析.....42
2.1 国内药妆行业发展状况分析.....42
2.1.1 国内药妆行业市场规模.....42
2.1.2 国内药妆行业分布情况.....42
（1）行业区域分布.....42
（2）行业省市分布.....43
2.1.3 国内药妆主要省市情况.....44
（1）广东省药妆行业发展分析.....44
1）市场发展现状.....44
2）市场发展前景.....45
（2）上海市药妆行业发展分析.....46
1）市场发展现状.....46
2）市场发展前景分析.....46
（3）北京市药妆行业发展分析.....47
2.1.4 国内药妆行业存在问题.....48
2.2 国内药妆行业竞争现状分析.....49
2.2.1 药妆市场竞争格局.....49
（1）竞争层次.....49
（2）竞争格局.....50
2.2.2 行业五力模型分析.....51
（1）上游议价能力.....51
（2）下游议价能力.....51
（3）替代产品威胁.....52
（4）新进入者威胁.....52
（5）行业内部竞争.....53
2.3 国际药妆行业发展状况分析.....53
2.3.1 国际药妆市场规模分析.....53
2.3.2 国际药妆市场区域分布.....54
2.3.3 国际药妆市场发展分析.....55
（1）法国药妆市场发展分析.....55
（2）日本药妆市场发展分析.....56
（3）美国药妆市场发展分析.....57
2.3.4 国际药妆市场主要品牌.....58
2.3.5 国际药妆市场发展趋势.....59
2.4 国际药妆品牌在华竞争分析.....61
第3章：中国药妆行业产业链分析.....64
3.1 药妆行业上游原料分析.....64
3.1.1 药妆原料市场分析.....64
（1）油质原料.....64
（2）粉质原料.....64
（3）中草药.....67
3.1.2 药妆包材市场分析.....70
（1）药妆品包装特点.....70
（2）药妆品包装趋势.....72
3.2 药妆行业下游消费分析.....72
3.2.1 零售行业分析.....72
3.2.2 网络零售市场分析.....73
3.2.3 药妆市场消费行为分析.....75
（1）药妆行业消费特点.....75
（2）药妆消费人群分析.....75
（3）药妆消费结构分析.....76
第4章：中国药妆主要产品市场分析.....78
4.1 保湿类药妆市场分析.....78
4.1.1 保湿类药妆独特成分分析.....78
4.1.2 保湿类药妆主要品牌分析.....79
4.1.3 保湿类药妆消费需求分析.....79
4.2 祛斑类药妆市场分析.....82
4.2.1 祛斑类药妆独特成分分析.....82

4.2.2 祛斑类药妆消费需求分析.....83
4.3 美白类药妆市场分析.....84
4.3.1 美白类药妆独特成分分析.....84
4.3.2 美白类药妆主要品牌分析.....84
4.3.3 美白类药妆消费需求分析.....84
4.4 抗衰老类药妆市场分析.....85
4.4.1 抗衰老类药妆独特成分分析.....85
4.4.2 抗衰老类药妆主要品牌分析.....86
4.4.3 抗衰老类药妆消费需求分析.....86
4.5 祛痘类药妆市场分析.....86
4.5.1 祛痘类药妆独特成分分析.....86
4.5.2 祛痘类药妆主要品牌分析.....87
4.5.3 祛痘类药妆消费需求分析.....87
4.6 去角质类药妆市场分析.....88
4.6.1 去角质类药妆独特成分分析.....88
4.6.2 去角质类药妆主要品牌分析.....88
4.6.3 去角质类药妆消费需求分析.....88
4.7 其它药妆产品市场分析.....89
第5章：中国药妆行业市场营销分析.....90
5.1 主要国家药妆销售渠道分析.....90
5.1.1 法国药妆销售渠道分析.....90
5.1.2 美国药妆销售渠道分析.....90
5.1.3 日本药妆销售渠道分析.....91
5.2 国内药妆销售渠道特点与趋势分析.....92
5.2.1 药妆销售渠道特点分析.....92
5.2.2 药妆主要销售渠道分析.....93
（1）药妆主要销售渠道介绍.....93
（2）药妆品牌销售渠道选择.....94
5.2.3 药妆销售渠道发展趋势.....95
（1）从药店向商超渠道延伸.....95
（2）混合销售渠道成新趋势.....95
5.3 药妆销售渠道面临问题与解决对策.....96
5.3.1 药妆销售渠道存在的问题与对策.....96
（1）药妆品类没有集成供应商.....96
（2）终端对药妆的定位不明确.....96
（3）药妆渠道问题的解决对策.....96
5.3.2 药店销售渠道存在的问题与对策.....97
（1）药店经营药妆需要解决的问题分析.....97
1）品类品规不足.....97
2）两大政策难题.....97
3）消费者接收难题.....98
4）店员掌握的皮肤学知识不足.....98
5）药店宣传和促销力度不够.....98
（2）药店经营药妆问题的解决策略分析.....98
1）品类与服务专业化.....98
2）扩大药妆陈列柜台.....99
3）系统培训教育店员.....99
4）加大促销宣传活动.....99
5）开店地址差异化.....100
5.4 药妆企业市场营销策略与案例分析.....100
5.4.1 药妆企业市场营销策略分析.....100
（1）广告促销策略.....100
（2）活动促销策略.....102
5.4.2 药妆企业市场营销案例介绍.....103
第6章：中国药妆主要企业经营分析.....106
6.1 中国药妆企业发展总体状况分析.....106
6.2 中国药妆行业重点企业个案分析.....106
6.2.1 北京同仁堂科技发展股份有限公司经营情况分析.....106
（1）企业发展简况分析.....107

（2）企业经营状况分析.....107
1）主要经济指标分析.....107
2）企业盈利能力分析.....108
3）企业运营能力分析.....108
4）企业偿债能力分析.....109
5）企业发展能力分析.....109
（3）企业产品结构分析.....110
（4）企业销售渠道建设.....111
（5）企业经营状况优劣势.....111
6.2.2 云南白药集团股份有限公司经营情况分析.....112
（1）企业发展简况分析.....112
（2）企业经营状况分析.....113
1）主要经济指标分析.....113
2）企业盈利能力分析.....113
3）企业运营能力分析.....114
4）企业偿债能力分析.....115
5）企业发展能力分析.....115
（3）企业产品结构分析.....116
（4）企业销售渠道建设.....116
（5）企业经营状况优劣势.....117
6.2.3 浙江康恩贝制药股份有限公司经营情况分析.....117
（1）企业发展简况分析.....117
（2）企业经营状况分析.....119
1）主要经济指标分析.....119
2）企业盈利能力分析.....119
3）企业运营能力分析.....120
4）企业偿债能力分析.....120
5）企业发展能力分析.....121
（3）企业产品结构分析.....121
（4）企业销售渠道建设.....122
（5）企业经营状况优劣势.....122
6.2.4 上海家化联合股份有限公司经营情况分析.....123
（1）企业发展简况分析.....123
（2）企业经营状况分析.....124
1）主要经济指标分析.....124
2）企业盈利能力分析.....125
3）企业运营能力分析.....126
4）企业偿债能力分析.....127
5）企业发展能力分析.....127
（3）企业产品结构分析.....128
（4）企业销售渠道建设.....128
（5）企业经营状况优劣势.....129

……另有6家企业分析

第7章：中国药妆行业投资前景分析.....168
7.1 中国药妆行业投资风险分析.....168
7.1.1 药妆行业政策风险.....168
7.1.2 药妆行业技术风险.....169
7.1.3 药妆行业竞争风险.....169
7.1.4 行业供求变动风险.....170
7.1.5 宏观经济波动风险.....170
7.1.6 行业产品结构风险.....170
7.1.7 规模及所有制风险.....171
7.1.8 药妆行业其他风险.....171
7.2 中国药妆行业投资特性分析.....171
7.2.1 药妆行业投资壁垒.....171
7.2.2 药妆行业经营模式.....172
7.3 中国药妆发展趋势与投资建议.....173

7.3.1 药妆行业发展趋势分析.....173
7.3.2 药妆行业主要投资方向.....173
7.3.3 前瞻药妆行业投资建议.....175

图表目录

图表1：我国对药妆产品的不同定义.....10
图表2：药妆产品分类.....11
图表3：药妆与普通化妆品的区别.....11
图表4：药妆与药品的区别.....12
图表5：2007-2012年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）.....13
图表6：2007-2012年中国GDP与化妆品行业产值对比图（单位：亿元，万亿元）.....13
图表7：2006-2012年中国城乡居民收入水平（单位：元）.....14
图表8：2007-2012年居民人均收入与化妆品行业销售收入对比图（单位：亿元，万亿元）.....15
图表9：2010-2015年中国化妆品行业销售收入规划图（单位：亿元，%）.....18
图表10：化妆品行业规划品牌目标.....19
图表11：化妆品行业新产品份额规划.....20
图表12：中国消费者的主要分类（单位：%）.....22
图表13：不同心理的女性消费者行为研究.....23
图表14：男性消费者的购买动机形成分析.....24
图表15：六大城市不同性别居民化妆品购买比例（单位：%，人）.....25
图表16：六大城市不同年龄居民化妆品的购买比例1（单位：%，人）.....25
图表17：六大城市不同年龄居民化妆品的购买比例2（单位：%，人）.....26
图表18：六大城市不同学历居民化妆品的购买比例1（单位：%，人）.....26
图表19：六大城市不同学历居民化妆品的购买比例2（单位：%，人）.....27
图表20：中低收入消费者消费行为研究.....28
图表21：六大城市不同收入居民化妆品的购买比例1（单位：%，人）.....29
图表22：六大城市不同收入居民化妆品的购买比例2（单位：%，人）.....30
图表23：六大城市不同收入居民化妆品的购买比例3（单位：%，人）.....31
图表24：不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况（一）（单位：%，人）.....32
图表25：不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况（二）（单位：%，人）.....33
图表26：不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况（一）（单位：%，人）.....33
图表27：不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况（二）（单位：%，人）.....34
图表28：六大城市居民化妆品的购买比例（一）（单位：%，人）.....35
图表29：六大城市居民化妆品的购买比例（二）（单位：%，人）.....35
图表30：不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：%，人）.....36
图表31：不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况（一）（单位：%，人）.....37
图表32：不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况（二）（单位：%，人）.....38
图表33：不同化妆品消费人群接触各类广告的排名及比例（单位：%，人）.....39
图表34：2004-2015年全球药妆市场规模及预测（单位：亿美元）.....40
图表35：国际药妆分布情况（单位：%）.....41
图表36：法国药妆市场概况.....41
图表37：日本药妆市场概况.....42
图表38：美国药妆市场概况.....43
图表39：国际药妆主要品牌及介绍.....44
图表40：2005-2020年全球药妆&化妆品市场规模增速对比（单位：%）.....45
图表41：2013-2020年不同国家药妆市场规模增速对比（单位：%）.....46
图表42：国际药妆主要品牌在华竞争分析.....47
图表43：2009-2015年中国药妆市场规模及预测（单位：亿元）.....49
图表44：2012年和2012年中国化妆品行业区域分布图（按市场规模）（单位：%）.....50
图表45：2012年中国化妆品行业省市分布示意图（按市场规模）.....51
图表46：广东省药妆主要企业及介绍.....52
图表47：上海市药妆主要企业及介绍.....54
图表48：上海市药妆市场发展前景分析.....55
图表49：北京市药妆市场发展现状.....55
图表50：国内药妆行业存在的问题.....56

图表51：中国药妆市场竞争层次.....57
图表52：中国药妆市场竞争格局（单位：%）.....58
图表53：中国药妆行业对上游行业的议价能力分析列表.....59
图表54：中国药妆行业对下游行业的议价能力分析列表.....59
图表55：中国化妆品行业替代业务威胁分析列表.....60
图表56：中国化妆品行业潜在进入者威胁分析列表.....60
图表57：我国和全球药妆&化妆品行业利润率对比情况（单位：%）.....61
图表58：重点中药材产品种植面积及区域分布情况.....63
图表59：2012年初中药材价格情况（单位：元/kg，%）.....65
图表60：药妆品包装特点.....66
图表61：药妆品包装趋势分析.....67
图表62：2008-2012年中国社会消费品零售总额及增长情况（单位：亿元，%）.....68
图表63：2006-2015年中国网络市场交易规模及其预测（单位：亿元，%）.....69
图表64：2009-2015年中国网络购物市场交易规模结构及预测（单位：%）.....69
图表65：2012年中国网络购物市场各商品品类市场份额（单位：%）.....70
图表66：药妆消费者人群主要类别.....71
图表67：不同年龄层次对药妆的需求.....72
图表68：药妆消费结构（单位：%）.....72
图表69：保湿类药妆独特成分分析.....73
图表70：保湿类药妆主要品牌.....74
图表71：药妆&普通化妆品保湿认可度调查（单位：%）.....75
图表72：不同保湿产品购买意愿调查（单位：%）.....76
图表73：选购保湿药妆首要考虑因素调查（单位：%）.....76
图表74：不同价格保湿药妆购买意愿调查（单位：%）.....77
图表75：祛斑类药妆独特成分分析.....77
图表76：祛斑类药妆需求调查（单位：%）.....78
图表77：美白类药妆独特成分分析.....79
图表78：抗衰老类药妆独特成分分析.....80
图表79：祛痘类药妆独特成分分析.....82
图表80：法国主要药妆店介绍.....85
图表81：美国主要药妆店介绍.....86
图表82：日本药妆店特色介绍.....86
图表83：药妆产品药店销售渠道不成熟因素分析.....87
图表84：药妆销售渠道分析.....88
图表85：药妆品牌销售渠道选择.....89
图表86：药店销售渠道存在的政策问题.....92
图表87：药店渠道品类组合建设.....94
图表88：药店渠道地址选择.....95
图表89：2012年中国化妆及卫生用品行业品牌网络广告投放TOP20广告主（单位：万元，%）.....96
图表90：薇姿运营策略分析.....99
图表91：中药上市公司涉及药妆领域情况.....101
图表92：北京同仁堂科技发展股份有限公司基本信息表.....102
图表93：2010-2012年北京同仁堂科技发展股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）.....102
图表94：2010-2012年北京同仁堂科技发展股份有限公司盈利能力分析（单位：%）.....103
图表95：2010-2012年北京同仁堂科技发展股份有限公司运营能力分析（单位：次）.....103
图表96：2010-2012年北京同仁堂科技发展股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）.....104
图表97：2010-2012年北京同仁堂科技发展股份有限公司发展能力分析（单位：%）.....104
图表98：北京同仁堂股份有限公司主要产品.....105
图表99：2012年北京同仁堂科技发展股份有限公司地区分布（单位：%）.....106
图表100：北京同仁堂科技发展股份有限公司优劣势分析.....106
图表101：云南白药集团股份有限公司基本信息表.....107
图表102：云南白药集团股份有限公司业务能力简况表.....107
图表103：云南白药集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图.....107
图表104：2010-2012年云南白药集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）.....108
图表105：2010-2012年云南白药集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）.....109
图表106：2012年云南白药集团股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%）.....109
图表107：2010-2012年云南白药集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）.....110
图表108：2010-2012年云南白药集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）.....110
图表109：2010-2012年云南白药集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）.....111

图表110：云南白药集团股份有限公司主要产品.....111
图表111：2012年云南白药集团股份有限公司产品销售区域分布（单位：%）.....112
图表112：云南白药集团股份有限公司优劣势分析.....112
图表113：浙江康恩贝制药股份有限公司基本信息表.....112
图表114：浙江康恩贝制药股份有限公司业务能力简况表.....113
图表115：浙江康恩贝制药股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图.....113
图表116：2010-2012年浙江康恩贝制药股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）.....114
图表117：2010-2012年浙江康恩贝制药股份有限公司盈利能力分析（单位：%）.....114
图表118：2010-2012年浙江康恩贝制药股份有限公司运营能力分析（单位：次）.....115
图表119：2010-2012年浙江康恩贝制药股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）.....115
图表120：2010-2012年浙江康恩贝制药股份有限公司发展能力分析（单位：%）.....116

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！