



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国药妆行业市场 深度分析与投资前景预测报告

# 一、调研说明

《2013-2018年中国药妆行业市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/235264.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

药妆的概念起源于日本，日本药妆市场也是全球发展速度最快、规模最大的市场。2012年日本本国内的药妆店铺数量新增至17144家，整个药妆行业的销售规模近6兆日元。日本成熟的药妆产业对中国化妆品市场有一定的参考作用。如果按照单位人口消费来换算，中国的药妆行业还有极大的发展空间，药妆产业规模可能达到63亿人民币之多。

一个常规的日本药妆店，含有普通药物、日用杂货和化妆品三个大品类。其中药物占比最高，大约在32%左右，其次是化妆品和杂货产品，后两种的占比系数相仿。为了配合这种产品结构，日本药妆店一般都会配备分工明确的驻店员工。具备职业资格的药剂师和普通药物售卖人员、膳食营养师、健康美容护理顾问等。一个店铺的日平均客流量为500人左右，一个顾客的逛店周期大约是9天左右。在日本，药妆店的客流量十分可观，所以整个药妆产业才能达到如此大的规模。

当然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，才能朝着良性发展方向发展。

《2013-2018年中国药妆行业市场深度分析与投资前景预测报告》根据对药妆产品监测统计数据指标体系，通过技术手段，形成的连续性监测数据，反映了一定时期内中国药妆产品生产消费的现状、变化及趋势。本报告以药妆行业作为切入点，通过对药妆行业特征和统计数据的全面分析，确定药妆行业发展概况和基本特征；运用科学的方法和模型，帮助企业掌握市场动向，明确药妆行业竞争趋势。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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、聚谷氨酸 (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、肉毒杆菌 (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年国内外化妆品业整体运行态势分析

### 第一节 2012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年世界药妆产业运行态势分析

### 第一节 2012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 2013-2018年世界药妆产业发展趋势分析

## 第六章 2012年中国药妆市场运行环境分析

### 第一节 2012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》

### 第二节 2012年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

### 第三节 2012年中国药妆社会环境分析

## 第七章 2012年中国药妆产业运行状况分析

### 第一节 2012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年中国药妆产业运行状况分析

### 第一节 2012年中国药妆市场品牌营销解析

- 一、欧莱雅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年中国药妆市场营销模式弊端

### 第三节 2012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年中国药妆产业市场竞争格局分析

### 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年中国药妆品包装策略探讨

## 第十一章 2012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 2013-2018年中国药妆产业发展前景预测分析

### 第一节 2013-2018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 2013-2018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 2013-2018年中国药妆行业市场盈利预测分析

## 第十四章 2013-2018年中国药妆行业投资机会与风险分析

### 第一节 2012年中国药妆行业投资环境分析

### 第二节 2013-2018年中国药妆行业投资机会分析

#### 一、祛斑化妆品的配方设计 and 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 2013-2018年中国药妆行业投资风险分析

一、竞争风险分析

二、原材料风险

三、技术风险

四、政策风险

五、信誉风险

第四节 专家建议

图表目录：

图表：2005-2012年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2012年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2012年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2012年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2012年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2012年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2012中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2012中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2012年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2012年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2012年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2012年我国财政收入支出走势图

图表：2012年1月-2012年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2012年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2012年1月-2012年3月中国货币供应量统计表      单位：亿元

图表：2012年1月-2012年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2012年中国外汇储备走势图

图表：2005-2012年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2012年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2012年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2012年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2012年中国就业人数走势图

图表：2005-2012年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2012年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2012年我国总人口数量增长趋势图

图表：2012年人口数量及其构成

图表：1978-2012年中国城镇化率走势图

图表：2005-2012年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

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

图表：2013-2018年中国药妆市场发展前景分析

图表：2013-2018年中国药妆行业市场盈利预测分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/235264.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。