



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国药妆市场需求 及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国药妆市场需求及投资前景分析报告》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/285309.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

数据显示，目前，中国的药妆品销售额仅占国内化妆品市场的 20%，而欧洲、美国和日本药妆品已占各自国内化妆品市场的 50%-60%。在美国、德国、法国和日本等化妆品产业大国，药妆品生产均已成为一种新兴产业，其药妆品销售额均有几十亿美元。根据前瞻产业研究院预计，到 2020 年，中国药妆市场销售额将达到 870 亿元。中国药妆市场规模及预测

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。

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、聚麸胺酸 (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 2015年国内外化妆品业整体运行态势分析

第一节 2015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 2015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 2015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 2015年世界药妆产业运行态势分析

第一节 2015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 2015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 2017-2022年世界药妆产业发展趋势分析

第六章 2015年中国药妆市场运行环境分析

第一节 2015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 2015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 2015年中国药妆社会环境分析

第七章 2015年中国药妆产业运行状况分析

第一节 2015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 2015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 2017-2022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 2015年中国药妆产业运行状况分析

第一节 2015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 2015年中国药妆市场营销模式弊端

第三节 2016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 2015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、化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 2015年中国药妆产业市场竞争格局分析

第一节 2015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 2016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 2017-2022年中国药妆品包装策略探讨

第十一章 2015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 2015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 2017-2022年中国药妆产业发展前景预测分析

第一节 2017-2022年中国药妆行业发展前景分析

- 一、化妆品行业的发展方向
- 二、药妆市场的发展潜力巨大

第二节 2017-2022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 2017-2022年中国药妆行业市场盈利预测分析

第十四章 2017-2022年中国药妆行业投资机会与风险分析

第一节 2015年中国药妆行业投资环境分析

第二节 2017-2022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 2017-2022年中国药妆行业投资风险分析

- 一、竞争风险
- 二、原材料风险
- 三、技术风险
- 四、政策风险
- 五、信誉风险

第四节 建议

图表目录：

图表：2005-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2016年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2016年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2016年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2016年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2016年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2016年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2016年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2016年我国财政收入支出走势图

图表：2009-2016年人民币兑美元汇率中间价

图表：2016年人民币汇率中间价对照表

图表：2009-2016年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009-2016年中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2016年中国外汇储备走势图

图表：2005-2016年中国外汇储备及增速变化图

图表：2015年中国人民银行利率调整表

图表：2007-2016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：2005-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2016年中国就业人数走势图

图表：2005-2016年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2016年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2016年我国总人口数量增长趋势图

图表：2015年人口数量及其构成

图表：1978-2016年中国城镇化率走势图

图表：2005-2016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：2017-2022年中国药妆市场发展前景分析
图表：2017-2022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/285309.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）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。