

2017-2022年中国中药化妆品行业市场运营态势及 投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国中药化妆品行业市场运营态势及投资前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/304191.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

化妆品指的是美容及个人护理品的概念，包括11大细分子品类。按照2015年子品类容量大小，依次为：护肤品、护发产品、口腔护理品类、沐浴用品、彩妆、男士护理用品、婴幼儿与儿童专用产品、香水、防晒用品、止汗香体、脱毛产品。

2015年我国化妆品行业市场容量为3,156.3亿元，2011-2015年的年均复合增长率达到8.2%。

2011-2015年我国化妆品行业市场容量

以中药理论为指导，这应该是中药化妆品不同于其他化妆品的一个显著特点，故其具有明显的功能性，针对性强，以预防为主，有确切的美容养颜效果；历史传承，绿色天然，安全可靠，中药拥有几千年的人体临床应用经验，积累了许多作用独特、效果显著的单品和复方，并且中药来源于大自然，纯正温和，毒副作用小，相对于化学合成品更加安全可靠；品类齐全，剂型多样，中药化妆品几乎涵盖了现代化妆品的各种类别，有特色的是中药化妆品的剂型更加丰富多样，不同的身体部位、不同的功效需求和不同的使用偏好都有其针对性。

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 2016年全球化妆品行业状况及发展趋势预测 15

第一节 2016年全球化妆品市场运行动态分析 15

一、全球化妆品市场规模分析 15

二、全球化妆品品牌市场结构 17

1、北美 17

2、欧洲 20

三、天然化妆品的产品及市场销售情况 23

四、国际化妆品产品研发潮流 24

第二节 2016年全球药妆品市场分析 25

一、药妆品的概念 25

二、全球药妆品市场规模 26

三、药妆品市场潜力分析 27

四、化妆品回归天然 中草药全球受宠 27

第三节 2017-2022年全球化妆品的发展趋势 29

一、化妆品流行趋势 29

二、全球化妆品原料市场的流行新趋势 31

第二章2016年中国化妆品行业运行情况分析 33

第一节2016年国内化妆品市场发展现状分析 33

一、2016年中国化妆品市场需求分析 33

二、2016年中国化妆品行业消费结构分析 33

2015 年化妆品细分品类交易规模占比

三、2016年中国化妆品企业发展分析 34

四、2016年化妆品外资品牌分析 34

五、中国化妆品年销售情况分析 39

第二节2016年中国化妆品市场用户与品牌调查分析 39

一、中国化妆品渗透率分析 39

二、不同化妆品品牌市场占有率分析 39

2015 年国内化妆品市场Top10 企业市占率

三、化妆品用户特征与结构分析 42

第三章2016年中国药妆品产业运行环境解析 46

第一节2016年中国药妆政策环境分析 46

一、“药妆”市场，政策仍扑朔迷离 46

二、《化妆品生产企业卫生规范》 48

三、《化妆品卫生监督条例》 59

四、《化妆品卫生监督条例实施细则》 65

五、《进出口化妆品监督检验管理办法》 79

第二节2016年中国宏观经济环境分析 84

一、国民经济运行情况GDP 84

二、消费价格指数CPI、PPI 86

三、全国居民收入情况 91

四、恩格尔系数 93

五、工业发展形势 94

六、固定资产投资情况 102

七、财政收支状况 106

八、中国汇率调整 113

九、存贷款基准利率调整情况 114

十、存款准备金率调整情况 115

十一、社会消费品零售总额 120

十二、对外贸易&进出口 122

第三节2016年中国药妆社会环境分析 124

一、人口环境分析 124

二、教育环境分析 125

三、文化环境分析 127

四、居民的各种消费观念和习惯 128

第四章2016年中国药妆品产业运行态势分析 129

第一节2016年中国药妆品市场规模分析 129

第二节2016年药妆品市场发展驱动因素 129

一、消费者功能性需求 129

二、制药企业经营困境突现 130

三、药妆品行业进入壁垒及盈利性 130

第三节2016年中药化妆品市场现状分析 130

一、中药化妆品的开发应用 130

二、中药化妆品市场现状 140

三、中药化妆品出口形势 141

第四节2016年中国药妆品行业发展存在的问题 144

一、中国药妆品定义缺位 144

二、消费者药妆品接受程度分析 145

三、药妆品目标战略失重 146

四、药妆品行业竞争混乱 146

第五章 2007-2016年中国化妆品制造行业数据监测分析 149

第一节 2013-2016年中国化妆品制造行业规模分析 149

一、企业数量增长分析 149

二、从业人数增长分析 149

三、资产规模增长分析 150

第二节2016年中国化妆品制造行业结构分析 151

一、企业数量结构分析 151

二、销售收入结构分析 152

第三节2013-2016年中国化妆品制造行业产值分析 153

一、产成品增长分析 153

二、工业销售产值分析 154

三、出口交货值分析 155

第四节2013-2016年中国化妆品制造行业成本费用分析 155

一、销售成本统计 155

二、费用统计 156

第五节2013-2016年中国化妆品制造行业盈利能力分析 157

一、主要盈利指标分析 157

二、主要盈利能力指标分析 157

第六章2016年中药提取物在化妆品中的研究应用及现状分析 159

第一节2016年中药提取物的分类及其在化妆品中的应用现状 159

一、中药提取物概念 159

二、中药提取物的分类 159

三、中药提取物在化妆品中的应用 159

第二节2016年中药化妆品与国外"绿色化妆品"对比 161

一、生产工艺和生产设备方面 161

二、质量控制方面 161

三、在中药功效化妆品应用方面 161

第七章2016年中草药添加剂标准体系研究分析 162

第一节2016年中草药添加剂标准体系的意义 162

第二节2016年中草药添加剂质量研究 163

一、中草药添加剂质量稳定性、可控性和均一性的研究 163

二、工艺的可重复性和可控制性研究 163

三、功效的可评价性和安全性的研究 163

四、质量保证体系的研究 163

第三节 2016年中药添加剂在化妆品中的应用展望 164

第八章2016年中国中药化妆品市场销售解析 166

第一节 2016年中国中药化妆品营销渠道 166

一、药店分析 166

二、医院分析 166

三、专业美容机构分析 167

四、直销分析 167

第二节 2016年中国药妆市场品牌营销解析 167

- 一、欧莱雅妆品公司旗下品牌薇姿 167
- 二、肤螨灵霜 169
- 三、“康美欣”祛痘产品“痤疮净”打开药妆市场 170
- 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 170
- 五、佰草集 171
- 六、上海家化家的清妃 173
- 第三节2016年中国药妆市场营销模式弊端 173
- 第四节 2016年中国药妆市场经营新方向 174
 - 一、经营独立 174
 - 二、托管经营 175

第九章2016年中国中药化妆品行业竞争格局分析 176

- 第一节 2016年中国药妆产业竞争现状分析 176
 - 一、药妆巨大市场的抢夺 176
 - 二、中国内地药妆市场的渠道竞争分析 177
 - 三、国产药妆市场的竞争分析 179
- 第二节2016年中国中药化妆品竞争优劣势分析 183
 - 一、中药化妆品竞争优势 183
 - 二、中药化妆品竞争劣势 184
- 第三节2016年中国药妆品企业品牌战略分析 184
 - 一、品牌在市场营销中的功能 184
 - 二、品牌化经营是药妆品企业生存根本之道 186
 - 三、商标是创造品牌的关键 186

第十章2016年中国药妆品产业市场竞争者分析 188

- 第一节 广州敬修堂（药业）股份有限公司 188
 - 一、企业概况 188
 - 二、企业主要经济指标分析 189
- 第二节 广州药业股份有限公司 195
 - 一、企业概况 195
 - 二、企业主要经济指标分析 196
- 第三节 北京同仁堂股份有限公司 202
 - 一、企业概况 202
 - 二、企业主要经济指标分析 203
- 第四节 成都地奥集团有限公司 210

一、企业概况 210

二、企业主要经济指标分析 211

第五节 广东顺峰药业有限公司 216

一、企业概况 216

二、企业主要经济指标分析 217

第六节 养颜堂制药有限公司 223

一、企业现状 223

二、化妆品品种结构 230

三、企业发展战略 231

第七节 健康元药业 231

一、企业现状 231

二、化妆品品种结构 239

三、企业发展战略 240

第十一章 2016年中国中药化妆品产业运行分析 241

第一节 2016年中药行业运行概况 241

一、中药产业增长态势平稳 241

二、行业整体素质明显提高 241

三、技术平台建设不断加强 242

四、国家重视中药产业的发展 242

第二节 2016年行业关联性竞争者分析 243

第三节 2017-2022年中国中药行业发展趋势 243

第十二章 2017-2022年中国药妆产业发展前景预测分析 245

第一节 2017-2022年中国中药现代化发展纲要 245

一、中药现代化发展的战略目标 245

二、主要措施 246

第二节 2017-2022年中国药妆行业发展前景分析 249

一、药妆品行业的发展方向 249

二、药妆市场的发展潜力巨大 250

第三节 2017-2022年中国药妆市场发展前景分析 251

一、中国药妆市场年平均增长率预测分析 251

二、药妆市场的销售预测 252

三、药妆产业需求预测分析 252

第四节 2017-2022年中国药妆行业市场盈利预测分析 253

第十三章 2017-2022年中药化妆品行业投资前景预测 254(AK WZY)

第一节2016年中国药妆行业投资环境分析 254

一、中药护肤在化妆品市场的定位 254

二、制药企业不断进入 255

第二节2017-2022年中药化妆品行业投资机会分析 256

一、祛斑化妆品的配方设计和应用前景 256

二、原生态植物化妆品市场的发展前景广阔 259

三、新概念化妆品市场前景广阔 260

第三节 2017-2022年中药化妆品行业投资风险分析 261

一、市场风险 261

二、产品研发风险 261

第四节 2017-2022年中药化妆品的投资策略与建议 262

一、化妆品营销模式研究 262

二、企业发展策略研究 264

三、中药化妆品投资意见及建议 266

图表目录

图表 1 2008-2015年全球化妆品市场规模走势图 15

图表 2 2015年全球各区域化妆品市场规模对比 16

图表 3 2010-2015年全球各区域化妆品市场规模变动趋势 16

图表 4 全球&中国药妆市场规模预测对比（单位：亿美元，亿元） 26

图表 5 2010-2019年中国化妆品零售交易规模 39

图表 6 2011-2015年CR30品牌排名与市占率 39

图表 7 2015年GDP初步核算数据 84

图表 8 2015年GDP环比和同比增长速度 84

图表 9 2016年1季度GDP初步核算数据 85

图表 10 2016年1季度GDP环比和同比增长速度 85

图表 11 2014-2016年6月全国居民消费价格涨跌幅 87

图表 12 2014-2016年6月猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 88

图表 13 2014-2016年6月鲜菜、鲜果价格变动情况 88

图表 14 2014-2016年6月居民消费价格分类别同比涨跌幅 89

图表 15 2016年6月居民消费价格分类别环比涨跌幅 90

图表 16 2016年6月居民消费价格主要数据 90

图表 17 1978-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表 93

图表 18 2014-2016年规模以上工业增加值同比增长速度 95

图表 19 2016年6月份规模以上工业生产主要数据 96

图表 20 2014-2016年钢材日均产量及同比增速 98

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/304191.html>