

2017-2022年中国药妆行业市场深度调查评估及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国药妆行业市场深度调查评估及投资方向研究报告》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/305200.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

我国化妆品行业分布最大的省份为广东省，其次为江苏省、上海市、浙江省、安徽省，典型的以珠三角和长三角为中心。化妆品作为奢侈品，省市分布具有明显的区域性，主要集中于经济较发达的省市。

目前我国药妆市场主要分为三个层次，其中，以薇姿、理肤泉、雅漾为代表的外资品牌占据高端市场。虽然中国药妆行业已被国外品牌占据了主导地位，但据不完全统计，中国已有170多家企业涉足药妆市场，其中有不少是国内著名医药企业，如云南白药、片仔癀、同仁堂、康恩贝、敬修堂、仁和药业等。

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1章：中国药妆行业发展环境分析 9

1.1 行业定义及分类 9

1.1.1 行业定义 9

1.1.2 行业产品分类 9

1.1.3 药妆与普通化妆品及药品的区别 10

(1) 药妆与普通化妆品的区别 10

(2) 药妆与药品的区别 10

1.2 行业经济环境分析 11

1.2.1 宏观经济环境分析 11

(1) 宏观经济走势分析 11

(2) 2016年宏观经济走势预测 13

1.2.2 宏观经济环境对相关行业的影响 14

(1) 宏观经济对上游产业的影响 14

(2) 宏观经济对行业的影响 15

1.3 行业政策环境分析 16

1.3.1 行业相关政策分析 16

(1) 《化妆品产品技术要求规范》印发 16

(2) 关于印发化妆品中二氧化钛等7种禁用物质或限用物质检测方法的通知 16

(3) 《关于印发化妆品命名规定和命名指南的通知》 16

(4) 《化妆品中可能存在安全性风险物质的评审原则》（征求意见稿）	17
(5) 《化妆品行政许可检验管理办法》及《化妆品行政许可检验机构资格认定管理办法》	18
(6) 《消费品使用说明 化妆品通用标签》	19
(7) 《化妆品标识管理规定》	19
1.3.2 行业发展规划	20
1.4 行业消费环境分析	21
1.4.1 居民人均收入增长情况分析	21
2008-20156年我国城乡居民人均可支配收入稳步增长	
1.4.2 居民消费影响因素与消费倾向分析	21
1.4.3 居民消费信心分析	23
1.4.4 居民消费结构及演进特征	25
1.4.5 居民消费行为特征分析	26
1.5 行业贸易环境分析	28
1.5.1 行业产品贸易环境现状	28
(1) 上半年我国对外贸易总体情况	28
(2) 上半年药妆行业对外贸易情况	30
1) 2016年行业出口分析	30
2) 2016年行业进口分析	33
1.5.2 行业贸易环境发展趋势	37
第2章：药妆行业发展状况分析 38	
2.1 国际药妆行业发展状况分析	38
2.1.1 国际药妆市场规模分析	38
2.1.2 国际药妆市场发展分析	38
(1) 美国药妆市场发展分析	38
(2) 日本药妆市场发展分析	39
(3) 法国药妆市场发展分析	40
(4) 德国药妆市场发展分析	40
2.1.3 国际药妆市场竞争状况	41
2.1.4 国际药妆市场发展趋势	43
2.2 国际药妆品牌在华竞争分析	43
2.2.1 法国薇姿	43
2.2.2 法国理肤泉	44

2.2.3 法国雅漾	44
2.2.4 法国依泉	45
2.2.5 法国上士	45
2.2.6 法国欧翠碧	45
2.2.7 日本芙丽芳丝	46
2.2.8 英国清妍	46
2.2.9 资生堂DQ	46
2.3 国内药妆行业发展状况分析	47
2.3.1 国内药妆行业发展现状分析	47
2.3.2 国内药妆行业市场规模分析	48
2009-2015年中国药妆行业市场规模	
2.3.3 国内药妆行业区域发展分析	48
(1) 广东省药妆行业发展分析	48
1) 市场发展现状	48
2) 市场竞争情况分析	49
3) 市场发展前景分析	52
(2) 上海市药妆行业发展分析	52
1) 市场发展现状	52
2) 市场竞争情况分析	53
3) 市场发展前景分析	54
(3) 北京市药妆行业发展分析	54
1) 市场发展现状	54
2) 市场竞争情况分析	55
3) 市场发展前景分析	56
2.3.4 国内药妆品牌竞争的优劣势	56
2.4 国内药妆行业五力竞争模型分析	57
2.4.1 行业上游议价能力分析	57
2.4.2 行业下游议价能力分析	57
2.4.3 行业替代品威胁分析	57
2.4.4 行业新进入者威胁分析	57
2.4.5 行业竞争格局分析	57
2.5 国内药妆行业发展需要解决的问题	58
2.5.1 法规定义不规范	58
2.5.2 认证机构不完善	58

2.5.3 药妆品种良莠不齐 58

2.5.4 报道传播不加验证 59

2.5.5 销售渠道混乱 59

第3章：中国药妆行业产业链分析 60

3.1 药妆行业上游供应链分析 60

3.1.1 药妆原料市场分析 60

(1) 药妆油质原料市场分析 60

(2) 药妆粉质原料市场分析 62

(3) 中草药市场分析 64

3.1.2 包装市场发展分析 66

(1) 药妆品包装的特点 66

(2) 药妆品包装流行趋势 68

3.2 药妆行业下游消费市场分析 69

3.2.1 药妆市场的消费需求情况 69

3.2.2 药妆市场消费者消费行为分析 69

(1) 药妆行业消费特点 69

(2) 药妆消费者人群分析 70

(3) 药妆消费产品结构分析 71

3.2.3 药妆市场消费者消费心理分析 71

第4章：药妆产品市场分析 73

4.1 保湿类药妆市场分析 73

4.1.1 保湿类药妆独特成分分析 73

4.1.2 保湿类药妆品牌竞争状况分析 74

4.1.3 保湿类药妆消费需求分析 75

4.2 祛斑类药妆市场分析 76

4.2.1 祛斑类药妆独特成分分析 76

4.2.2 祛斑类药妆需求分析 76

4.3 美白类药妆市场分析 77

4.3.1 美白类药妆独特成分分析 77

4.3.2 美白类药妆品牌竞争状况分析 78

4.3.3 美白类药妆需求分析 78

4.4 抗衰老类药妆市场分析 78

4.4.1 抗衰老类药妆独特成分分析 78

4.4.2 抗衰老类药妆品牌竞争状况分析 80

4.4.3 抗衰老类药妆需求分析 80

4.5 祛痘类药妆市场分析 80

4.5.1 祛痘类药妆独特成分分析 80

4.5.2 祛痘类药妆品牌竞争状况分析 81

4.5.3 祛痘类药妆需求分析 81

4.6 去角质类药妆市场分析 82

4.6.1 去角质类药妆独特成分分析 82

4.6.2 去角质类药妆市场现状分析 82

4.6.3 去角质类药妆发展前景分析 82

4.7 其它药妆产品市场分析 83

第5章：中国药妆行业市场营销分析 84

5.1 国际药妆销售渠道分析 84

5.1.1 法国药妆销售渠道分析 84

5.1.2 美国药妆销售渠道分析 84

5.1.3 日本药妆销售渠道分析 85

5.2 国内药妆销售渠道分析 86

5.2.1 药妆销售特点分析 86

5.2.2 药妆销售渠道分析 86

(1) 药房渠道 87

(2) 美容院渠道 87

(3) 专卖店渠道 87

(4) 商超渠道 88

(5) 电子网络渠道 88

(6) 直销渠道 89

(7) 展会渠道 90

5.2.3 药妆销售渠道发展趋势 90

(1) 从药店渠道向商超渠道延伸 90

(2) 混合销售渠道成新趋势 90

5.3 药妆销售渠道面临的问题与解决对策 91

5.3.1 药妆销售渠道存在的问题与对策 91

(1) 药妆品类没有集成供应商 91

(2) 终端渠道对药妆的定位不明确 91

(3) 药妆渠道问题的解决对策 92

5.3.2 主要药妆销售渠道存在的问题与对策 92

(1) 药店经营药妆需要解决的问题分析 92

- 1) 品类品规不足 92
- 2) 店员掌握的皮肤学知识不足 93
- 3) 药店宣传和促销力度不够 93

(2) 药店经营药妆问题的解决策略分析 93

- 1) 扩大药妆陈列柜台 93
- 2) 培训教育店员 93
- 3) 长期加大促销和宣传活动 94

(3) 药妆专卖店面临的问题 94

- 1) 两大政策难题 94
- 2) 专业的销售人员缺乏 94
- 3) 消费者接收难题 94

(4) 药妆专卖店问题的解决策略分析 94

- 1) 品类与服务专业化 94
- 2) 开店地址差异化 95
- 3) 规避国家政策限制 95

5.4 药妆企业市场营销策略分析 96

5.4.1 差异化营销策略 96

5.4.2 生动化营销策略 97

5.4.3 人性化营销策略 98

5.5 药妆品牌市场营销案例分析 99

5.5.1 薇姿市场营销分析 99

5.5.2 理肤泉市场营销分析 99

5.5.3 芙丽芳丝市场营销分析 100

5.5.4 可采市场营销分析 100

5.5.5 白大夫市场营销分析 101

第6章：中国药妆行业主要企业经营分析 108

6.1 中国药妆企业发展总体状况分析 108

6.2 中国药妆行业领先企业个案分析 109

6.2.1 北京同仁堂科技发展股份有限公司经营情况分析 109

- (1) 企业发展简况分析 109
- (2) 企业经营状况分析 110
 - 1) 主要经济指标分析 110

- 2) 企业盈利能力分析 111
- 3) 企业运营能力分析 111
- 4) 企业偿债能力分析 112
- 5) 企业发展能力分析 112
 - (3) 企业产品结构及新产品动向 113
 - (4) 企业销售渠道与网络 113
 - (5) 企业经营状况优劣势分析 114
 - (6) 企业投资兼并与重组分析 115
 - (7) 企业最新发展动向分析 115
- 6.2.2 云南白药集团股份有限公司经营情况分析 115
 - (1) 企业发展简况分析 115
 - (2) 企业经营状况分析 117
 - 1) 主要经济指标分析 117
 - 2) 企业盈利能力分析 118
 - 3) 企业运营能力分析 119
 - 4) 企业偿债能力分析 119
 - 5) 企业发展能力分析 120
 - (3) 企业产品结构及新产品动向 120
 - (4) 企业销售渠道与网络 121
 - (5) 企业经营状况优劣势分析 121
 - (6) 企业投资兼并与重组分析 122
 - (7) 企业最新发展动向分析 122
- 6.2.3 浙江康恩贝制药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 125
 - 1) 主要经济指标分析 125
 - 2) 企业盈利能力分析 126
 - 3) 企业运营能力分析 127
 - 4) 企业偿债能力分析 127
 - 5) 企业发展能力分析 128
 - (3) 企业产品结构及新产品动向 128
 - (4) 企业销售渠道与网络 129
 - (5) 企业经营状况优劣势分析 130
 - (6) 企业投资兼并与重组分析 130
 - (7) 企业最新发展动向分析 130

6.2.4 上海家化联合股份有限公司经营情况分析 131

- (1) 企业发展简况分析 131
- (2) 企业经营状况分析 133
 - 1) 主要经济指标分析 133
 - 2) 企业盈利能力分析 134
 - 3) 企业运营能力分析 135
 - 4) 企业偿债能力分析 135
 - 5) 企业发展能力分析 136
- (3) 企业产品结构及新产品动向 136
- (4) 企业销售渠道与网络 137
- (5) 企业经营状况优劣势分析 137
- (6) 企业投资兼并与重组分析 138
- (7) 企业最新发展动向分析 138

6.2.5 马应龙药业集团股份有限公司经营情况分析 139

- (1) 企业发展简况分析 139
- (2) 企业经营状况分析 140
 - 1) 主要经济指标分析 140
 - 2) 企业盈利能力分析 141
 - 3) 企业运营能力分析 142
 - 4) 企业偿债能力分析 142
 - 5) 企业发展能力分析 143
- (3) 企业组织架构分析 143
- (4) 企业产品结构及新产品动向 144
- (5) 企业销售渠道与网络 145
- (6) 企业经营状况优劣势分析 146
- (7) 企业投资兼并与重组分析 146
- (8) 企业最新发展动向分析 147

第7章：中国药妆行业投资与前景分析 231

7.1 中国药妆行业投资风险分析 231

- 7.1.1 药妆行业政策风险 231
- 7.1.2 药妆行业技术风险 231
- 7.1.3 药妆行业供求风险 232
- 7.1.4 药妆行业宏观经济波动风险 233
- 7.1.5 药妆行业关联产业风险 234

- 7.1.6 药妆行业产品结构风险 235
- 7.1.7 药妆企业生产规模及所有制风险 235
- 7.1.8 药妆行业其他风险 235
- 7.2 中国药妆行业投资特性分析 236
 - 7.2.1 药妆行业进入/退出壁垒分析 236
 - 7.2.2 药妆行业盈利模式分析 236
 - 7.2.3 药妆行业盈利因素分析 236
- 7.3 中国药妆行业发展趋势与前景预测 237
 - 7.3.1 药妆行业发展趋势分析 237
 - 7.3.2 药妆行业发展前景预测 238
- 7.4 中国药妆行业投资建议 238
 - 7.4.1 药妆行业投资现状分析 238
 - 7.4.2 药妆行业投资建议 239

图表目录：

- 图表1：2015年-2016年消费者信心指数、预期指数和满意指数走势 24
- 图表2：2016年化妆品行业产品出口月度数量走势图（单位：吨） 30
- 图表3：2016年化妆品行业产品出口月度金额走势图（单位：万美元） 30
- 图表4：2016年中国化妆品行业出口产品（单位：吨，万美元） 31
- 图表5：2015年化妆品行业出口产品结构（单位：%） 31
- 图表6：2016年其他美容品或化妆品及护肤品出口月度数量走势图（单位：吨） 32
- 图表7：2016年室内除臭制品出口月度数量走势图（单位：吨） 32
- 图表8：2015年眼用化妆品出口月度数量走势图（单位：吨） 33
- 图表9：2016年化妆品行业产品进口月度数量走势图（单位：吨） 33
- 图表10：2016年化妆品行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元） 34
- 图表11：2016年中国化妆品行业进口产品（单位：吨，万美元） 34
- 图表12：2016年化妆品行业进口产品结构（单位：%） 35
- 图表13：2016年其他美容品或化妆品及护肤品进口月度数量走势图（单位：吨） 36
- 图表14：2016年香水及花露水进口月度数量走势图（单位：吨） 36
- 图表15：2016年眼用化妆品进口月度数量走势图（单位：吨） 36
- 图表16：北京同仁堂科技发展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 109
- 图表17：2009-2015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） 110
- 图表18：2009-2015年北京同仁堂科技发展股份有限公司盈利能力分析（单位：%） 111

图表19：2009-2015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）	112
图表20：2009-2015年北京同仁堂科技发展股份有限公司偿债能力分析（单位：%）	112
图表21：2009-2015年北京同仁堂科技发展股份有限公司发展能力分析（单位：%）	113
图表22：2015年北京同仁堂科技发展股份有限公司地区分布（单位：%）	114
图表23：北京同仁堂科技发展股份有限公司优劣势分析	114

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/305200.html>