

2011-2015年中国药妆市场 竞争格局与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2011-2015年中国药妆市场竞争格局与投资战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/J68941SM6N.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

药妆是指目前世界上公认的最安全、最有效，并能让使用者的皮肤在生理上发生改变的化妆品；随着国家政策对中医药大力的发展与支持，很多企业都敏锐的意识到，以传统中医中药配方为支撑点，以中药的自然性、滋养性和化妆品的时尚性结合而成的“中国式药妆”，将会为中国的药妆行业打开一个新局面。

智研数据研究中心发布的《2011-2015年中国药妆市场竞争格局与投资战略咨询报告》共十五章。首先介绍了药妆相关概述、中国药妆市场运行环境等，接着分析了中国药妆市场发展的现状，然后介绍了中国药妆重点区域市场运行形势。随后，报告对中国药妆重点企业经营状况分析，最后分析了中国药妆行业发展趋势与投资预测。您若想对药妆产业有个系统的了解或者想投资药妆行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 药妆相关基础概述

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 国内外化妆品业整体运行态势分析

第一节 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 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 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 世界药妆产业运行态势分析

第一节 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 世界药妆部分国家运行分析

一、专业制胜的美国药妆

二、知名的德国药妆

三、长于推广的日本药妆

四、别样的法国药妆

第三节 2011-2015年世界药妆产业发展趋势分析

第六章 中国药妆行业发展环境分析

第一节 国内药妆经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国药妆经济发展预测分析

第二节 中国药妆行业政策环境分析

第七章 中国药妆产业运行状况分析

第一节 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 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 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

第四节 中国药妆行业面临的困境及应对策略解读

- 一、有药妆批号
- 二、药店出售
- 三、治药企业生产
- 四、添加了药用成分

第八章 中国药妆产业运行状况分析

第一节 中国药妆市场品牌营销分析

- 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 中国药妆市场营销模式弊端

第三节 中国药妆市场经营新方向

一、经营独立

二、托管经营

第九章 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 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

第十一章 中国式药妆全面解读

第一节 中国式药妆的历史

第二节 中国式药妆的特点

- 一、是真正基于中国人肌肤需求而开发的药妆品牌
- 二、是采用中草药成分的活性化妆品
- 三、是把握中国药店通路转型等新兴渠道的医学护肤品牌
- 四、是瞄准某一细分市场的补缺品牌

第二节 “中国的药妆年”期间药妆行业动态分析

- 一、国外品牌大举进军中国药妆市场
- 二、中国诸多企业纷纷涉足药妆届
- 三、中外药妆行业产业模式及盈利模式同期对比分析

第三节 中国式药妆的发展

- 一、药妆以天然中药为原料，以中医平衡理论为组方原则
- 二、中医用药
- 三、生产与销售渠道
- 四、中医学研发背景

第四节 中国式药妆的未来展望

第十二章 中国药妆市场竞争格局透析

第一节 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 中国药妆行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、生产企业的集中分布

第三节 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

第四节 中国药妆品包装策略探讨

第五节 2011-2015年中国药妆行业竞争趋势分析

第十三章 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 佰草集

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 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

第六节 李医生

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

第七节 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

第八节 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

第十四章 2011-2015年中国药妆产业发展前景预测分析

第一节 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015年中国药妆行业市场盈利预测分析

第十五章 2011-2015年中国药妆行业投资机会与风险分析

第一节 2011-2015年中国药妆行业投资机会分析

一、祛斑化妆品的配方设计和应用前景

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

第二节 2011-2015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

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

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：略……

本报告对我国的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。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。

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/J68941SM6N.html>