

2016-2022年中国药妆品市 场前景展望及投资战略研究报告

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

《2016-2022年中国化妆品市场前景展望及投资战略研究报告》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/T61651NYU3.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

化妆品在一定程度上有护肤、缓解衰老表现、改善肤质的效果。但是这并不能代表可以完全对抗或者抑制人的自然衰老过程，同时由于化妆品针对性更强，成分稍有偏差就会导致效果大不相同，因此临床医师及消费者本身，应该对护肤品有所了解，对目前的流行词语“化妆品”有正确的认识，明确化妆品的作用和其局限性，选择合适的护肤品。最好能在购买之前和皮肤医师交流，听取相应意见后，根据自己的经济能力做出合适的选择，组合搭配最适合的产品，使产品功效得到最大限度的发挥。另外，维持健康的心态和生活方式，也同样是护肤的关键因素。

化妆品是近几年，在化妆品行业中有非常热门的概念。在化妆品行业，关于化妆品的解释也多种多样，更多的消费者将化妆品与药品混淆，认为化妆品就是具有治疗功效的特殊用途化妆品，比如祛斑、祛痘、治疗皮肤敏感等功效性产品。

中国在于市场监管落后于市场发展。对于“药妆”这个刚刚降临还来不及“上户口”的婴儿，由于暂时没有国家与行业管理的特殊品类，更加需要所有投身药妆市场的业者高度自律。这不仅仅是维护行业的整体利益，更是维护每一个有志于长久经营的药妆品牌的切身利益。

全力推进渠道再造。尽管中国药妆市场存在巨大发展空间，但随着越来越多的企业加入进来，竞争也必然更加激烈。未来，谁拥有更有效的营销平台、更有效的销售渠道，谁就将真正在市场上站稳脚跟。在最好的渠道已被三大品牌霸占的情况下，如何将不够强势的渠道改造得更具吸引力，是对新晋品牌最大的考验。

充分研究顾客需求。现在消费者具备了更高的鉴别能力，在互联网上也能轻松获得科学的信息，并且就各种产品和品牌的效果交换意见，我们正在面对越来越专业的消费者。因此我们不能在整个产品的企划上仍然是一副着急上马的状态，必须在整个的包装设计、品牌价值观以及对市场的过滤和挑选上下足真功夫。

尽管中国“药妆”市场还存在着这样或者那样因素的制约，面对中国药妆市场的快速扩大，如果运作得当，“化妆品”的发展空间将有巨大空间。但是，市场不会因为空间而自发形成，关键在于如何众多企业如何齐心协力开创出专业化的药妆市场，并在药妆培育的过程中，培育出全新的消费群体。

我们相信，面对药妆新十年的重要战略机遇，唯有用最大的决心沉下去，才能以最大的勇气打出来。推开思想之门，必将迎来宽阔无边的大道。

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 2015年全球化妆品行业状况及发展趋势预测

第一节 2015年全球化妆品市场运行动态分析

一、全球化妆品市场规模分析

二、全球化妆品品牌市场结构

1、北美

2、欧洲

三、天然化妆品的产品及市场销售情况

四、国际化妆品产品研发潮流

第二节 2015年全球药妆品市场分析

一、药妆品的概念

二、全球药妆品市场规模

三、药妆品市场潜力分析

四、化妆品回归天然 中草药全球受宠

第三节 2016-2022年全球化妆品的发展趋势

一、化妆品流行趋势

二、全球化妆品原料市场的流行新趋势

第二章 2015年中国化妆品行业运行情况分析

第一节 2015年国内化妆品市场发展现状分析

一、2015年中国化妆品市场需求分析

二、2015年中国化妆品行业消费结构分析

三、2015年中国化妆品企业发展分析

四、2015年化妆品外资品牌分析

五、中国化妆品年销售情况分析

第二节 2015年中国化妆品市场用户与品牌调查分析

一、中国化妆品渗透率分析

二、不同化妆品品牌市场占有率分析

三、化妆品用户特征与结构分析

第三章2015年中国药妆品产业运行环境解析

第一节2015年中国药妆政策环境分析

一、“药妆”市场，政策仍扑朔迷离

二、《化妆品生产企业卫生规范》

三、《化妆品卫生监督条例》

四、《化妆品卫生监督条例实施细则》

五、《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、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、社会消费品零售总额

八、对外贸易&进出口

第三节2015年中国药妆社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、居民的各种消费观念和习惯

第四章2015年中国药妆品产业运行态势分析

第一节2015年中国药妆品市场规模分析

第二节2015年药妆品市场发展驱动因素

一、消费者功能性需求

二、制药企业经营困境突现

三、药妆品行业进入壁垒及盈利性

第三节2015年中药化妆品市场现状分析

一、中药化妆品的开发应用

二、中药化妆品市场现状

三、中药化妆品出口形势

第四节2015年中国药妆品行业发展存在的问题

一、中国药妆品定义缺位

二、消费者药妆品接受程度分析

三、药妆品目标战略失重

四、药妆品行业竞争混乱

第五章 2010-2015年中国化妆品制造行业数据监测分析

第一节 2010-2015年中国化妆品制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2015年中国化妆品制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2010-2015年中国化妆品制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2010-2015年中国化妆品制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2010-2015年中国化妆品制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章2015年中药提取物在化妆品中的研究应用及现状分析

第一节2015年中药提取物的分类及其在化妆品中的应用现状

- 一、中药提取物概念
- 二、中药提取物的分类
- 三、中药提取物在化妆品中的应用

第二节2015年中药化妆品与国外“绿色化妆品”对比

- 一、生产工艺和生产设备方面
- 二、质量控制方面
- 三、在中药功效化妆品应用方面

第七章2015年中草药添加剂标准体系研究分析

第一节2015年中草药添加剂标准体系的意义

第二节2015年中草药添加剂质量研究

- 一、中草药添加剂质量稳定性、可控性和均一性的研究
- 二、工艺的可重复性和可控制性研究
- 三、功效的可评价性和安全性的研究
- 四、质量保证体系的研究

第三节2016-2022年中草药添加剂在化妆品中的应用展望

第八章2015年中国中药化妆品市场销售解析

第一节 2015年中国中药化妆品营销渠道

- 一、药店分析
- 二、医院分析
- 三、专业美容机构分析
- 四、直销分析

第二节 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
- 五、佰草集
- 六、上海家化家的清妃
- 七、启臣堂

第三节2015年中国药妆市场营销模式弊端

第四节 2015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年中国中药化妆品行业竞争格局分析

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2015年中国中药化妆品竞争优劣势分析

一、中药化妆品竞争优势

二、中药化妆品竞争劣势

第三节2016-2022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

第十章2015年中国药妆品产业市场竞争者分析

第一节 广州敬修堂（药业）股份有限公司

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

第二节 广州药业股份有限公司

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

第三节 北京同仁堂股份有限公司

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 成都地奥集团有限公司

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

第五节 广东顺峰药业有限公司

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 养颜堂制药有限公司

一、企业现状

二、化妆品品种结构

三、企业发展战略

第七节 健康元药业

一、企业现状

二、化妆品品种结构

三、企业发展战略

第十一章 2015年中国中药化妆品产业运行分析

第一节2015年中药行业运行概况

- 一、中药产业增长态势平稳
- 二、行业整体素质明显提高
- 三、技术平台建设不断加强
- 四、国家重视中药产业的发展

第二节2015年行业关联性竞争者分析

第三节 2016-2022年中国中药行业发展趋势

第十二章 2016-2022年中国药妆产业发展前景预测分析

第一节2016-2022年中国中药现代化发展纲要

- 一、中药现代化发展的战略目标
- 二、主要措施

第二节2016-2022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

第三节2016-2022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

第四节 2016-2022年中国药妆行业市场盈利预测分析

第十三章 2016-2022年中药化妆品行业投资前景预测

第一节2015年中国药妆行业投资环境分析

- 一、中药护肤在化妆品市场的定位
- 二、制药企业不断进入

第二节2016-2022年中药化妆品行业投资机会分析

- 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

第三节 2016-2022年中药化妆品行业投资风险分析

- 一、市场风险
- 二、产品研发风险

第四节 2016-2022年中药化妆品的投资策略与建议

一、化妆品营销模式研究

二、企业发展策略研究

三、中药化妆品投资意见及建议

图表目录：（部分）

图表：2010-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2010-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2010-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2010-2012中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2012.12-2014年我国工业增加值增速统计

图表：2010-2015年我国全社会固定资产投资额走势图（2015年不含农户）

图表：2010-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2010-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2010-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2010-2015年我国化妆品制造行业企业数量增长趋势图

图表：2010-2015年我国化妆品制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2010-2015年我国化妆品制造行业从业人数增长趋势图

图表：2010-2015年我国化妆品制造行业资产规模增长趋势图

图表：2015年我国化妆品制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2015年我国化妆品制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2015年我国化妆品制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2015年我国化妆品制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2010-2015年我国化妆品制造行业产成品增长趋势图

图表：2010-2015年我国化妆品制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2010-2015年我国化妆品制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2010-2015年我国化妆品制造行业销售成本增长趋势图

图表：2010-2015年我国化妆品制造行业费用使用统计图

图表：2010-2015年我国化妆品制造行业主要盈利指标统计图

图表：2010-2015年我国化妆品制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司主要经济指标走势图

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司经营收入走势图

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司盈利指标走势图

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司负债情况图

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司负债指标走势图

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司运营能力指标走势图

图表：广州敬修堂（药业）股份有限公司成长能力指标走势图

图表：广州药业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：广州药业股份有限公司经营收入走势图

图表：广州药业股份有限公司盈利指标走势图

图表：广州药业股份有限公司负债情况图

图表：广州药业股份有限公司负债指标走势图

图表：广州药业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：广州药业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司经营收入走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司负债情况图

图表：北京同仁堂股份有限公司负债指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京同仁堂股份有限公司成长能力指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司主要经济指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司经营收入走势图

图表：成都地奥集团有限公司盈利指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司负债情况图

图表：成都地奥集团有限公司负债指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司运营能力指标走势图

图表：成都地奥集团有限公司成长能力指标走势图

图表：广东顺峰药业有限公司主要经济指标走势图

图表：广东顺峰药业有限公司经营收入走势图

图表：广东顺峰药业有限公司盈利指标走势图

图表：广东顺峰药业有限公司负债情况图

图表：广东顺峰药业有限公司负债指标走势图

图表：广东顺峰药业有限公司运营能力指标走势图

图表：广东顺峰药业有限公司成长能力指标走势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/T61651NYU3.html>