



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国中药化妆品市 场分析及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国中药化妆品市场分析及投资策略研究报告》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/281369.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

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。

报告目录：

### 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、欧莱雅化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 and 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
图表 21 2014-2016年水泥日均产量及同比增速	98
图表 22 2014-2016年十种有色金属日均产量及同比增速	99
图表 23 2014-2016年乙烯日均产量及同比增速	99
图表 24 2014-2016年汽车日均产量及同比增速	100
图表 25 2014-2016年轿车日均产量及同比增速	100
图表 26 2014-2016年发电量日均产量及同比增速	101
图表 27 2014-2016年原油加工量日均产量及同比增速	101
图表 28 2014-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速	102
图表 29 2014-2016年固定资产投资到位资金同比增速	104

图表 30 2016年1-6月份固定资产投资（不含农户）主要数据	105
图表 31 2011-2016年全国公共财政收入	107
图表 32 金融机构人民币存贷款基准利率调整表	115
图表 33 存款准备金率调整情况	116
图表 34 2014-2016年6月社会消费品零售总额分月同比增长速度	120
图表 35 2016年6月份社会消费品零售总额主要数据	121
图表 36 2012-2016年中国化妆品市场规模分析	129
图表 37 我国和全球药妆&化妆品行业利润率对比情况（单位：%）	147
图表 38 中国药妆市场竞争层次	147
图表 39 2011-2016年中国化妆品制造行业企业数量增长分析	149
图表 40 2011-2016年中国化妆品制造行业从业人数增长分析	149
图表 41 2011-2016年中国化妆品制造行业资产规模增长分析	150
图表 42 2016年6月中国化妆品制造行业不同类型企业数量结构分析%	151
图表 43 2016年6月中国化妆品制造行业不同所有制企业数量结构分析%	151
图表 44 2016年6月中国化妆品制造行业不同类型销售收入结构分析%	152
图表 45 2016年6月中国化妆品制造行业不同所有制销售收入结构分析%	153
图表 46 2011-2016年中国化妆品制造行业产成品增长分析	153
图表 47 2011-2016年中国化妆品制造行业工业销售产值分析	154
图表 48 2011-2016年中国化妆品制造行业出口交货值分析	155
图表 49 2011-2016年中国化妆品制造行业销售成本分析	155
图表 50 2011-2016年中国化妆品制造行业费用统计分析	156
图表 51 2011-2016年中国化妆品制造行业主要盈利指标分析	157
图表 52 2011-2016年中国化妆品制造行业主要盈利指标增长分析	157
图表 53 近4年广州敬修堂（药业）股份有限公司固定资产周转次数情况	189
图表 54 近4年广州敬修堂（药业）股份有限公司固定资产周转次数变化情况	189
图表 55 近4年广州敬修堂（药业）股份有限公司流动资产周转次数变化情况	190
图表 56 近4年广州敬修堂（药业）股份有限公司流动资产周转次数变化情况	190
图表 57 近4年广州敬修堂（药业）股份有限公司销售毛利率变化情况	191
图表 58 近4年广州敬修堂（药业）股份有限公司销售毛利率变化情况	191
图表 59 近4年广州敬修堂（药业）股份有限公司资产负债率变化情况	192
图表 60 近4年广州敬修堂（药业）股份有限公司资产负债率变化情况	192
图表 61 近4年广州敬修堂（药业）股份有限公司产权比率变化情况	193

图表 62	近4年广州敬修堂（药业）股份有限公司产权比率变化情况	193
图表 63	近4年广州敬修堂（药业）股份有限公司总资产周转次数变化情况	194
图表 64	近4年广州敬修堂（药业）股份有限公司总资产周转次数变化情况	194
图表 65	广州药业股份有限公司主要财务指标分析	196
图表 66	广州药业股份有限公司主要经济指标分析	199
图表 67	同仁堂主要财务指标分析	203
图表 68	同仁堂主要经济指标分析	207
图表 69	近4年成都地奥集团有限公司固定资产周转次数情况	211
图表 70	近4年成都地奥集团有限公司固定资产周转次数变化情况	211
图表 71	近4年成都地奥集团有限公司流动资产周转次数变化情况	212
图表 72	近4年成都地奥集团有限公司流动资产周转次数变化情况	212
图表 73	近4年成都地奥集团有限公司销售毛利率变化情况	213
图表 74	近4年成都地奥集团有限公司销售毛利率变化情况	213
图表 75	近4年成都地奥集团有限公司资产负债率变化情况	213
图表 76	近4年成都地奥集团有限公司资产负债率变化情况	214
图表 77	近4年成都地奥集团有限公司产权比率变化情况	214
图表 78	近4年成都地奥集团有限公司产权比率变化情况	215
图表 79	近4年成都地奥集团有限公司总资产周转次数变化情况	215
图表 80	近4年成都地奥集团有限公司总资产周转次数变化情况	215
图表 81	近4年广东顺峰药业有限公司固定资产周转次数情况	217
图表 82	近4年广东顺峰药业有限公司固定资产周转次数变化情况	217
图表 83	近4年广东顺峰药业有限公司流动资产周转次数变化情况	218
图表 84	近4年广东顺峰药业有限公司流动资产周转次数变化情况	218
图表 85	近4年广东顺峰药业有限公司销售毛利率变化情况	219
图表 86	近4年广东顺峰药业有限公司销售毛利率变化情况	219
图表 87	近4年广东顺峰药业有限公司资产负债率变化情况	220
图表 88	近4年广东顺峰药业有限公司资产负债率变化情况	220
图表 89	近4年广东顺峰药业有限公司产权比率变化情况	221
图表 90	近4年广东顺峰药业有限公司产权比率变化情况	221
图表 91	近4年广东顺峰药业有限公司总资产周转次数变化情况	222
图表 92	近4年广东顺峰药业有限公司总资产周转次数变化情况	222
图表 93	近4年养颜堂制药有限公司固定资产周转次数情况	224

图表 94 近4年养颜堂制药有限公司固定资产周转次数情况 224

图表 95 近4年养颜堂制药有限公司流动资产周转次数变化情况 225

图表 96 近4年养颜堂制药有限公司流动资产周转次数变化情况 225

图表 97 近4年养颜堂制药有限公司销售毛利率变化情况 226

图表 98 近4年养颜堂制药有限公司销售毛利率变化情况 226

图表 99 近4年养颜堂制药有限公司资产负债率变化情况 227

图表 100 近4年养颜堂制药有限公司资产负债率变化情况 227

图表 101 近4年养颜堂制药有限公司产权比率变化情况 228

图表 102 近4年养颜堂制药有限公司产权比率变化情况 228

图表 103 近4年养颜堂制药有限公司总资产周转次数变化情况 229

图表 104 近4年养颜堂制药有限公司总资产周转次数变化情况 229

图表 105 健康元主要财务指标分析 232

图表 106 健康元主要经济指标分析 236

图表 107 2017-2022年药妆市场的销售预测 252

图表 108 2017-2022年中国药妆市场盈利预测分析 253

图表 109 中药化妆品技术应用注意事项分析 266

图表 110 中药化妆品项目投资注意事项图 268

图表 111 中药化妆品行业生产开发注意事项 270

图表 112 中药化妆品销售注意事项 271

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281369.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](http://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专业提供投资咨询报告、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。