



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国中药化妆品行业市场 分析与前景预测报告

## 一、调研说明

《2008年中国中药化妆品行业市场分析与前景预测报告》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/44845.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

全球药妆品市场在2005年已经达到133亿美元，2005年皮肤护理销售额达到70亿美元。预计到2010年将达到170亿美元。目前，虽然我国的药妆品市场还比较小，但正以每年超过10%的速度先前发展。中药化妆品作为药妆品中的一个新生力量，目前正处于成长期。

21世纪，疗效性护肤品将大放异彩。疗效性护肤品一方面具有治疗效果，另一方面强调护肤成分取自天然，无任何化学添加，这两项特质正是当今国际美容发展的主流。

中药的药效确切，如人参的益补气血，当归的养血活血行气，黄芪的补气生血与人参相合气血旺盛，珍珠粉的嫩肤白面、增颜消斑，茯苓的润泽皮肤等等，早已被国内及周边国家人民所熟知和接受。而胡萝卜、当归、人参、灵芝、花粉、珍珠粉、鹿茸、胎盘、牛乳等提取物则因其内含丰富的氨基酸、维生素及天然保湿因子而受到国际权威美容专家的好评与消费者的公认。结合我国传统中医学与西方医学对人体衰老机制的研究，把现代科技应用于中国传统医学，开发各种具有疗效性的中药化妆品，有着非常好的发展前景，未来中药化妆品市场规模将逐步增大，中药化妆品也将成为中药行业一个新的发展方向。

本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助中药化妆品企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。这是我中心经过一年多时间的市场调查和数据采集后,由专家小组历时一年精心制作而成。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

### 【 目录 】

#### 第一部分 近年化妆品行业运行情况

##### 第一章 全球化妆品行业状况及发展趋势预测

###### 第一节 全球化妆品市场规模快速增长

###### 第二节 全球化妆品品牌市场结构

###### 一、北美

## 二、欧洲

### 第三节 全球化妆品的发展趋势

#### 一、2008年化妆品流行趋势

#### 二、全球化妆品原料市场的流行新趋势

### 第四节 全球天然化妆品市场透析

#### 一、天然化妆品的概念

#### 二、天然化妆品的产品及市场分析

#### 三、销售方式分析

### 第五节 全球药妆品市场分析

#### 一、药妆品的概念

#### 二、2007年全球药妆品市场规模

#### 三、药妆品市场潜力分析

## 第二章 2007年中国化妆品行业运行情况

### 第一节 我国化妆品市场特点

#### 一、2006年化妆品销售市场六大特点

#### 二、2007年我国化妆品行业特点

### 第二节 化妆品销售区域构成和增长情况

#### 一、化妆品地区销售结构

#### 二、品牌占有率分析

#### 三、化妆品品牌监测结果分析

### 第三节 我国化妆品市场预测

#### 一、近年化妆品市场规模分析

#### 二、化妆品行业发展前景分析

### 第四节 我国化妆品行业的发展趋势

## 第二部分 中国药妆品市场发展特征分析

### 第三章 中国药妆品历史概况

## 第四章 药妆品行业发展存在的问题

### 第一节 中国药妆品定义缺位

### 第二节 消费者药妆品接受程度分析

### 第三节 药妆品目标战略失重

### 第四节 药妆品行业竞争混乱

## 第五章 药妆品市场运行态势分析

### 第一节 我国药妆品市场规模分析

### 第二节 我国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

## 第六章 药妆品销售渠道及营销策略分析

### 第一节 药店分析

### 第二节 医院分析

### 第三节 专业美容机构分析

### 第四节 直销分析

## 第三部分 2008年中药化妆品业市场分析预测

## 第七章 中药提取物在化妆品中的研究应用及现状分析

### 第一节 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 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

## 第八章 中草药添加剂标准体系研究分析

### 第一节 中草药添加剂标准体系的意义

### 第二节 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

## 第九章 中药添加剂在化妆品中的应用展望

## 第十章 2007年中药化妆品市场现状分析

第一节 中药化妆品的开发应用

第二节 中药化妆品市场现状

第三节 中药化妆品出口形势

## 第十一章 2008年中国药妆市场前景分析预测

第一节 药妆市场成长性分析

第二节 我国药妆行业的发展趋势

## 第四部分 2008年中药化妆品业竞争态势分析

### 第十二章 行业内竞争者分析

第一节 敬修堂药业有限公司

一、企业现状

二、化妆品品种结构

三、企业发展战略

第二节 王老吉药业

一、企业现状

二、化妆品品种结构

三、企业发展战略

第三节 北京同仁堂（集团）有限公司

一、企业现状

二、化妆品品种结构

三、企业发展战略

第四节 养颜堂制药有限公司

一、企业现状

第五节 广东顺峰药业

一、企业现状

二、化妆品品种结构

三、企业发展战略

第六节 成都地奥集团

一、企业现状

二、化妆品品种结构

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

第十三章 相关行业竞争者分析

第一节 中药行业发展现状

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 行业关联性竞争者分析

第三节 中药行业发展趋势

第十四章 外资进入者分析

第一节 资生堂

一、企业经营优势

二、中药化妆品的研究

三、在中国的发展

第二节 我国药妆品市场外资品牌分析

第十五章 中药化妆品行业壁垒分析

第一节 行业进入壁垒

第二节 焊割竞争态势

第十六章 中药化妆品行业SWOT分析

第一节 优势

一、资源

二、文化

三、政策

四、环境优势

第二节 劣势

一、国际化经营程度低

二、中药资源生产与开发利用效率低

三、产品结构存在问题

第三节 机会

第四节 威胁

第五部分2008年中国中药化妆品行业投资分析

第十七章 中国中药化妆品行业政策分析

第一节 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 我国化妆品进口税率调整

第三节 化妆品卫生规范

第十八章2008年中药化妆品行业投资风险分析

第一节 市场风险

第二节 产品研发风险

第十九章2008年中药化妆品行业投资机会分析

第一节 中药护肤在化妆品市场的定位

第二节 制药企业不断进入

第三节 中药化妆品业的投资机会

第二十章2008年中药化妆品的投资策略与建议

第一节 化妆品营销模式研究

第二节 企业发展策略研究

第三节 中药化妆品投资意见及建议



## 附表

表1.1 2007世界十大名牌化妆品品牌

表2.2 北京居民各年龄层对护肤品和化妆品的信息接触情况

表2.3 北京市护肤品市场各品牌占有情况

## 附图

图1.1未来5年全球化妆品与个人护理用品零售额增长情况

图1.2未来5年各类化妆品零售额增长情况

图1.3十大公司占据全球市场50%以上的市场份额

图2.1 2006年中国化妆品销售情况

图2.2 2006年护肤、彩妆类化妆品销售情况

图2.3 2003年-2006年1-11月份全国重点商场前10位品牌中的本土品牌情况

图2.4 北京消费者对国外护肤品品牌认知的手段

图2.5 京消费者对国内护肤品品牌认知的手段

图2.6 2003年-2007年中国化妆品市场规模变化情况

图12.1 敬修堂药业有限公司美容护齿类化妆品

图12.2敬修堂药业有限公司护足类化妆品

图12.3敬修堂药业有限公司护肤沐足类化妆品

图12.4 王老吉药业所有产品图

图12.5 北京同仁堂II代产品系列

图12.6北京同仁堂OTC产品系列

图12.7北京同仁堂套装系列

图12.8北京同仁堂套盒系列

图12.9 北京同仁堂面贴膜

图12.10北京同仁堂I代产品系列

图12.11北京同仁堂精油产品系列

图12.12 成都地奥集团化妆品品种结构

图12.13 健康元药业化妆产品结构图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44845.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提供专业投资咨询报告、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。