

2015-2022年中国草本化妆品市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国草本化妆品市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/rihua1509/278029QNNP.html>

【报告价格】 纸介版元 电子版元 纸介+电子元

【出版日期】 2015-09-10

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国草本化妆品市场深度调研与投资前景研究报告》共十一章。报告介绍了草本化妆品行业相关概述、中国草本化妆品产业运行环境、分析了中国草本化妆品行业的现状、中国草本化妆品行业竞争格局、对中国草本化妆品行业做了重点企业经营状况分析及中国草本化妆品产业发展前景与投资预测。您若想对草本化妆品产业有个系统的了解或者想投资草本化妆品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

天然本草化妆品指的是添加天然本草中提取的有效成分、具有与此相关的功效宣称且符合化妆品技术要求研制而成的化妆品。在绿色、环保、崇尚自然及回归自然理念的推动下，天然植物类化妆品在中国市场的增长远超过普通化妆品的增长速度，2008年—2010年的增长率为8%。在中国，增长最快的主要为含中草药成分的化妆品。而国际品牌除了采用国外流行的植物（如金缕梅、洋甘菊、薰衣草和迷迭香等）成分外，也开始介入中药领域，目前已经出现了一些添加中草药(如金银花、野菊花、人参、甘草、首乌和生姜)的化妆品。

报告目录：

第一章 草本化妆品行业概述1

第一节 行业界定1

一、草本化妆品的定义1

二、草本化妆品和一般化妆品的区别1

三、草本化妆品同药品的区别1

第二节 相关阐释1

一、草本化妆品的类别1

二、草本化妆品的功能1

三、开发草本化妆品的流程2

第二章 2012-2014年中国草本化妆品行业发展环境分析3

第一节 经济环境3

一、全球经济形势3

二、中国经济形势5

三、经济发展趋势6

第二节 政策环境7

一、草本化妆品监管相关措施7

二、中药化妆品税收制度7

三、中药化妆品申报审批制度7

第三节 产业环境8

一、化妆品市场现状8

二、化妆品消费水平9

三、化妆品行业格局9

第四节 社会环境12

一、人口环境12

二、消费升级12

三、文化环境14

四、生态环境14

第五节 研发环境15

一、我国中药原料丰富15

二、中医理论基础雄厚15

三、企业创新体系不足17

四、专业研发机构缺乏18

第三章 国外草本化妆品行业的发展经验分析18

第一节 国外草本化妆品行业总体概况18

一、国外草本化妆品市场趋向成熟18

二、国外草本化妆品品的研究状况18

三、全球草本化妆品市场规模现状19

四、国外草本化妆品行业管理情况20

第二节 日本草本化妆品行业分析21

一、日本草本化妆品行业现状概述21

二、日本草本化妆品店的商业模式21

三、日本草本化妆品店的经验借鉴22

四、日本草本化妆品店的成功案例23

第三节 其他国家及地区23

一、法国草本化妆品行业概述23

二、美国草本化妆品行业概述24

三、台湾草本化妆品行业概述24

第四章 2012-2014年中国草本化妆品行业总体发展分析25

第一节 中国草本化妆品行业整体概述25

一、我国草本化妆品发展历史25

二、国内草本化妆品研究现状25

三、我国草本化妆品发展迅速25

四、药企纷纷转战草本化妆品26

第二节 2012-2014年中国草本化妆品业现状分析26

一、中国草本化妆品市场规模26

二、中国草本化妆品市场需求27

三、中国草本化妆品市场争议28

四、中国草本化妆品行业探索28

第三节 中国草本化妆品行业的发展瓶颈29

一、概念模糊与标准缺失29

二、发展较为缓慢30

三、剑走偏锋30

四、沦为“非主流”30

第四节 中国草本化妆品业的发展对策31

一、注重顾客需求31

二、着力市场培养31

三、人才培养和和专业服务32

四、产品渠道和开发推广32

第五章 2012-2014年中国草本化妆品市场竞争态势分析33

第一节 中国草本化妆品业的波特五力模型分析33

一、供应商讨价还价能力33

二、消费者讨价还价能力33

三、替代者威胁34

四、新进入者的威胁34

五、行业内竞争34

第二节 中国草本化妆品业的市场竞争格局分析35

一、中外品牌竞争35

二、线下渠道竞争35

三、线上电商竞争36

第三节 日本草本化妆品在华发展态势分析36

一、在华发展受阻36

二、退出中国市场37

三、线上渠道发力37

第四节 本土品牌竞争力缺乏37

一、信念信心缺失37

二、教条经验作祟38

三、心态韧劲不足38

四、系统建设断层38

五、市场引导乏力38

第六章 2012-2014年中国草本化妆品市场消费特征分析39

第一节 中国化妆品消费特征分析39

一、消费者总体构成39

二、消费者行为分析39

三、女性消费者分析41

四、网络消费者分析43

第二节 草本化妆品消费群体特征分析45

一、青年草本化妆品消费群体45

二、中年草本化妆品消费群体45

第三节 年轻草本化妆品消费群体心理分析45

一、感性成分多45

二、尝试性购买46

三、解决皮肤问题46

第四节 中年草本化妆品消费群体心理分析47

一、注重使用价值47

二、消费情绪复杂47

三、延缓衰老的需求47

第五节 白领女性对草本化妆品的消费特征47

- 一、非理性消费47
- 二、情绪化消费48
- 三、不言悔消费48

第七章 2012-2014年中国草本化妆品行业销售渠道分析49

第一节 国内草本化妆品销售主要渠道49

- 一、“健与美”业态49
- 二、草本化妆品店49
- 三、其他渠道49

第二节 中国草本化妆品销售渠道的现状50

- 一、草本化妆品没有集成供应商50
- 二、终端渠道定位不明确50
- 三、OTC渠道能力需提升50
- 四、草本化妆品亟待拓展新渠道51

第三节 “健与美零售连锁”草本化妆品发展态势51

- 一、发展规模51
- 二、产品经营52
- 三、服务优势52

第四节 我国草本化妆品店发展态势分析52

- 一、草本化妆品店的类型52
- 二、经营现状分析53
- 三、经营困境分析53
- 四、发展策略分析54

第五节 草本化妆品销售渠道拓展的路径54

- 一、医疗诊治渠道54
- 二、服务营销渠道54
- 三、商业零售渠道55
- 四、借助联盟渠道55

第八章 2012-2014年中国草本化妆品行业营销分析55

第一节 国外草本化妆品营销模式特点概述55

一、法国55

二、美国56

三、日本56

第二节 日本草本化妆品针对女性的营销模式56

一、研究女性消费心理及特征56

二、鲜明的广告与有力的促销57

三、合理促销与品种丰富58

四、自有品牌高品质与贴心服务59

第三节 草本化妆品品牌的差异化营销分析59

一、产品差异化59

二、定位差异化60

三、文化差异化60

第四节 本土草本化妆品企业营销不足分析61

一、草本化妆品定义缺位61

二、缺乏核心差异61

三、消费教育之难61

四、目标战略失重61

第五节 本土草本化妆品品牌营销的关键点61

一、聚焦核心单品61

二、把握消费者心理62

三、紧抓中药概念62

四、创新传播营销62

五、草本化妆品营销之忌62

第九章 国内草本化妆品市场主要品牌分析63

第一节 欧莱雅公司63

一、理肤泉63

二、薇姿64

三、兰蔻65

四、卡尼尔66

第二节 雅诗兰黛公司66

一、全新鲜活营养系列66

二、Osiao67

第三节 联合利华公司67

一、旁氏67

二、其他产品68

第四节 上海家化公司68

一、美加净系列68

二、六神系列70

三、佰草集系列70

第五节 日本草本化妆品品牌71

一、芙丽芳丝71

二、肌研72

三、芙玖72

四、娜芙73

五、蒂珂74

第六节 其他国外品牌74

一、清妍74

二、宝洁公司74

三、露华浓75

四、露得清76

第七节 国内其他品牌77

一、片仔癀77

二、同仁堂78

三、瑞美迪78

四、隆力奇79

五、葆春堂79

第十章 中国草本化妆品行业投资分析80

第一节 化妆品产业投资特性分析80

一、产业特性80

二、赢利模式81

三、投资优势83

第二节 草本化妆品行业投资机遇分析84

一、投资前景看好84

二、市场潜力大84

三、新兴的“蓝海”市场84

四、准入门槛相对较低84

第三节 草本化妆品行业投资风险分析85

一、政策风险85

二、渠道风险85

三、盈利隐忧86

四、其他风险86

第十一章 博思数据关于草本化妆品行业前景趋势分析86

第一节 全球草本化妆品市场前景预测86

一、市场规模预测86

二、企业趋势87

三、产品趋势87

四、销售渠道趋势87

五、消费者趋势88

第二节 中国草本化妆品行业前景展望88

一、草本化妆品市场潜力巨大88

二、草本化妆品行业前景广阔89

三、草本化妆品行业发展趋向89

四、草本化妆品产品发展方向90

第三节 中国草本化妆品店的前景分析90

一、未来前景看好90

二、细分及多元化91

三、工商联合趋势91

四、经营趋势分析92

图表目录：

图表1：中药化妆品的申报审批流程8

图表2：2013年年末人口数及其构成12

图表3：2013年居民消费价格比上年涨跌幅度13

图表4：世界化妆品市场分割图19

图表5：2010-2013年全球草本化妆品市场规模20

图表6：2009-2013年草本化妆品市场规模27

图表7：2015-2022年全球草本化妆品市场规模预测单位：亿元87

图表8：2015-2022年我国草本化妆品市场规模预测单位：亿元89

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1509/278029QNNP.html>