

澳门大学中华医药研究院硕士毕业论文

**An Analysis on Cosmeceutical Market and Further Research on Its
Enterprise Development Strategy**

By

Li Ling

Master of Science



Institute of Chinese Medical Sciences

University of Macau

澳门大学中华医药研究院硕士毕业论文

An Analysis on Cosmeceutical Market and Further Research on Its Enterprise
Development Strategy

By

Li Ling

A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of

Master of Science

Institute of Chinese Medical Sciences
University of Macau



Approved by _____

Supervisor

Date _____

碩士學位論文

藥用化妝品市場分析與企業開發策略研究

UNIVERSIDADE DE MACAU
澳門大學

仁 義 禮 知 信

研究生姓名： 李玲
導師： 王一濤 教授
專 業： 醫藥管理
日 期： 2011年5月



澳門大學中華醫藥研究院

原創性聲明

本人聲明：所呈交的學位論文，是本人在導師的指導下，獨立進行研究所取得的成果。除文中已經注明引用的內容外，本論文不包含任何其他個人或團體已經發表或撰寫過的科研成果。對本文的研究做出重要貢獻的個人和集體，均已在文中以明確方式標明。本人完全意識到本聲明的法律責任由本人承擔。

論文作者簽名：_____ 日期：_____



關於學位論文使用授權的聲明

本人完全瞭解澳門大學有關保留、使用學位論文的規定，同意學校保留或向政府有關部門或機構送交論文的影本和電子版，允許論文被查閱和借閱；本人授權澳門大學可以將本學位論文的全部或部分內容編入有關資料庫進行檢索，可以採用影印、縮印或其他複製手段保存論文和彙編本學位論文。

(保密論文在解密後應遵守此規定)

論文作者簽名：_____ 導師簽名：_____ 日期：_____

致謝

光陰荏苒，碩士研究生的二年學習即將結束，期間的碩士研究生的學習生活使我受益匪淺。經歷漫長的磨礪，碩士畢業論文已經完稿，回首半年的纂寫過程，我得到了許多人的關懷與幫助，現在向大家表示最誠摯的謝意。

首先，感謝我的導師王一濤教授，在兩年的碩士研究生求學生涯中，王教授淵博的知識和嚴謹的學風使我受益終身，在此表示深深的敬意和感謝。感謝我的輔導老師胡元佳博士，在學術論文及畢業論文方面對我進行的輔導，每篇論文的最終定稿無不滲透著胡博士的心血和汗水。其次，感謝學院的全體老師，他們或教給我知識與技能，或給我指路照明，或教會我怎樣做人做事。衷心地對他們說聲謝謝！最後，要感謝兩年來一直給我提供幫助的師兄師姐們和互勉互勵的同學們，在各位同學的共同努力下，我們始終擁有一個良好的生活環境和積極向上的學習氛圍，使得我的研究生生活如此的值得留戀。感謝我所參與的每一個活動中所結識的朋友，這些都是我人生中最寶貴的財富。

最後，我要感謝參與我論文評審和答辯的各位老師，他們給了我一個審視學習成果的機會，讓我能夠明確今後的發展方向。我將在今後的工作、學習中倍加努力，以期能夠取得更多的成果來回報老師、回報社會。

祝他們一生幸福、平安！

2011年5月28日 李玲

Abstract

Safe and healthy product has become consumers' demands, cosmeceutical is new healthy product for skin care. Chinese cosmeceutical market is the emerging market, however, it will demonstrate special features and potential once authorities have issue related regulations for cosmeceutical. With the greater demand from consumers, the low standard brand competition of cosmeceutical and the higher profit of cosmeceutical product, more and more Chinese enterprises with advantage of innovation and integration capabilities have raised concentration trying to develop cosmeceutical market. As China has great herbal medicines resource, Chinese companies have the rich experiences in developing herbal product, developing herbal cosmeceutical has become one of the crucial strategies by Chinese corporations.

This study proposes that it has practical values to research on Chinese companies entering cosmeceutical market through summarizing the situation and characteristics of global cosmeceutical market based on systematic review, then explores the developing strategies for Chinese companies by revealing the business performance through annual report analysis of sampled companies and quantitative analyzing the questionnaire survey result from consumers at the sale terminals.

We arrive at some conclusions by quantitative analyzing the questionnaire survey from the consumers. The factors influence the consumers' awareness to cosmeceuticals including the price, the ingredients and the publicity of products. The factors influence the brand creation including the point of sales, the nature of firms and product category. Combined with the business case study, we sum up the developing strategies for Chinese companies, the one is about the product development strategy including paying attention to product promotion, focusing on R&D and etc., the other is about the brand creation strategy including training of pharmacists, designing brand and etc.

Key words: cosmeceuticals, Chinese companies, developing strategy

摘要

安全、健康的產品已經成為當今消費者共同的訴求，藥妝¹是新興的肌膚護理類健康產品。在中國，藥妝市場起步較晚還屬於新興的市場，但是專家認為中國藥妝市場有其獨特性和發展潛力，一旦國家有關部門正式出臺藥妝的相關法規，中國的藥妝市場將有望得到空前的發展機遇。隨著中國消費者需求的加大，加之藥妝品牌的競爭在中國市場上遠未達到壟斷，因此越來越多的相關企業開始關注具有較大利潤的藥妝市場。中國擁有世界上獨一無二的中草藥資源，在中草藥產品的開發方面中國的企業具有專業的研發技術背景、成熟的生產工藝及良好的品牌形象，因此研發含有中草藥成份的藥妝產品被很多中國企業列入其未來的新產品開發策略。

本研究通過對全球藥妝市場進行回顧，提出中國企業發展藥妝市場具有實際的價值。並通過對終端消費者的問卷調查結果進行定量分析和對相關企業進行案例分析提出中國企業開發藥妝市場的策略。

通過對消費者購買行為的問卷調查進行定量研究，得出影響消費者對藥妝認知度的因素包括：產品價格和成份，消費者年齡和藥妝的宣傳途徑；影響藥妝品牌塑造的因素包括：產品銷售場所，產品生產企業性質和產品種類。結合企業案例分析提出了中國企業開發藥妝產品的策略：產品開發方面包括制定合理的價格、注重中草藥成份藥妝的開發和宣傳、注重研發合作以提升研發實力、發揮企業原有優勢的同時注重消費者的產品功能需求；品牌塑造方面包括銷售終端的完善涵蓋場所的建立和藥師的培訓、藥妝品牌的設計及推廣等。

關鍵字：藥妝、中國企業、發展策略

¹ 文中的“藥妝”即藥用化妝品的簡稱

目錄

致謝	i
Abstract	ii
摘要	iii
中文圖示	v
文中列表	vi
序言	1
第一章 藥用化妝品概述	6
第一節 藥用化妝品的定義	6
第二節 藥用化妝品的分類	10
第三節 知名藥用化妝品的品牌介紹	11
第二章 全球藥用化妝品的市場概述	16
第一節 全球藥用化妝品市場的發展歷史	16
第二節 全球藥用化妝品的市場發展現狀	17
第三章 藥用化妝品的消費者行為研究	20
第一節 針對消費者行為的問卷調查	20
第二節 定量分析消費者行為的問卷調查結果	26
第四章 企業案例分析	32
第一節 北京同仁堂股份有限公司	32
第二節 漳州片仔癀藥業股份有限公司	34
第五章 中國企業開發藥用化妝品的策略	38
第一節 中國製藥企業開發藥用化妝品的研究	38
第二節 中國企業開發藥用化妝品的策略	45
第三節 結論	45
參考文獻	49
攻讀碩士學位期間發表的論文目錄	51

中文圖示

圖 0-1 研究思路.....	-4-
圖 3-1 消費者購買意願問卷調查的答案圖示.....	-24-
圖 4-1 漳州片仔癯藥業股份有限公司主營業務利潤總額.....	-36-
圖 4-2 漳州片仔癯藥業股份有限公司主營業務利潤率.....	-36-
圖 5-1 按並購導向分類的全球醫藥企業並購案.....	-43-



文中列表

表 1-1 藥用化妝品、藥品、化妝品的各相關項目比較.....	-9-
表 1-2 藥用化妝品的功效分類.....	-10-
表 3-1 問卷的統計數據樣例.....	-27-
表 3-2 假設一的回歸分析結果.....	-28-
表 3-3 假設二的回歸分析結果.....	-29-
表 5-1 500 強製藥公司皮膚科用藥銷售統計.....	-39-
表 5-2 2009 年歐萊雅公司化妝品分類經營分析.....	-39-
表 5-3 2009 年歐萊雅公司化妝品在全球的銷售分佈.....	-40-
表 5-4 2009 年索芙特股份有限公司主營業務經營分析.....	-41-
表 5-5 2009 年漳州片仔癯藥業股份有限公司主營業務經營分析.....	-41-

