

# 2015-2020年中国药妆行业 市场分析与未来投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2015-2020年中国药妆行业市场分析与未来投资前景预测报告》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.chinairr.org/report/R10/R1004/201411/18-170495.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

改革开放30多年来中国化妆品市场销售额平均以每年23.8%的速度增长，最高的年份达41%，增长速度远远高于国民经济的平均增长速度，具有相当大的发展潜力。近年来，中国已成为仅次于美国和日本的全球第3大化妆品市场。药妆市场最近10年迅速崛起，被称为中国化妆品市场的最后一块产业蛋糕。

药妆在国外是一个成熟的门类，与普通的化妆品相比，药妆品的配方精简，一般不含色素、香料、防腐剂甚至表面活性剂，有效成分的含量通常较高，针对性强并功效显著，因此受到消费者的推崇。随着“药妆”概念在消费者群体中越来越普及，它在中国化妆品市场上所占的比重也越来越大。

药妆自登陆中国市场以来，倍受城市消费者的青睐。进口品牌占药妆市场的大部分江山，但是我们也看到有许多国产药妆品牌的兴起。自2008到2013年，药妆市场保持20%-30%的年平均增长率，这一增长率是所有护肤产品的两倍多，市场前景非常广阔。

Euromonitor数据显示，2013年中国药妆市场规模超过400亿元。可见，近年来药妆产业已成为快速发展的新兴产业。随着互联网的发展，电商已逐步成为销售的重要渠道，越来越多的网民们希望自己能使用更天然更有机的产品，所以药妆也日渐受到网民的青睐。2013年，最受消费者关注的前三大药妆品牌为相宜本草、雅漾和佰草集。

药妆品在我国台湾和香港已经有非常成熟的经营模式，但在内地仍处于起步阶段。虽然国内药妆市场尚不成熟，药妆品店的经营离专业标准也有一定的距离，但是我国巨大的药妆品市场已经显现出迅猛的发展势头。我国的药妆品市场巨大且具备良好的发展条件，我国中药的开发和利用在世界范围遥遥领先，某些中药药效确切，可成为功能性化妆品的最好原料，国人崇尚美白、去斑、去黄气等，这些均为含中药有效成分药妆品的研发销售提供了机会，为中国本土药妆的崛起提供了有利的发展条件。

报告目录：

第一章 药妆产业相关概述 12

第一节 化妆品的相关概述 12

一、化妆品的定义 12

二、化妆品的分类 13

三、化妆品的主要作用 15

四、化妆品的发展历程 16

第二节 药妆的相关概述 21

- 一、药妆的定义及分类 21
- 二、药妆的特点和功能 23
- 三、药妆的起源 24

## 第二章 国内外药妆成分探析 25

### 第一节 药妆：保湿类 25

- 一、透明质酸 25
- 二、神经酰胺(分子丁) 25
- 三、聚麸胺酸(Polyglutamic acid) 26
- 四、甘油 26
- 五、水 26

### 第二节 药妆：祛斑类 27

- 一、杜鹃花酸 27
- 二、维他命C(维生素C) 27

### 第三节 药妆：美白类 28

- 一、熊果素 28
- 二、左旋维他命C(L-Ascorbic Acid) 28

### 第四节 药妆：抗氧化类 29

- 一、辅酶Q10(Ubiquinone Q10) 29
- 二、艾地苯(Idebenone) 29

### 第五节 药妆：抗衰老类 30

- 一、人类生长因子(TNS) 30
- 二、肉毒杆菌(Clostridium Botulinum) 30
- 三、胶原蛋白(Collagen Peptide) 31
- 四、ARGIRELINE(六角缩氨酸，也就是六胜肽) 31
- 五、GABA(又名氨基丁酸) 32
- 六、维他命A酸 32
- 七、凯因庭(Kinetin) 33
- 八、硫辛酸(Alpha Lipoic Acid) 33

### 第六节 其他药妆成分 33

- 一、去角质类：果酸(AHA，Alpha Hydroxy Acid) 33
- 二、祛痘类：水杨酸、尿囊素 34

### 三、传输促进类：胜肽 34

## 第三章 世界药妆行业发展分析 36

### 第一节 世界药妆市场运行分析 36

#### 一、世界药妆市场概况 36

#### 二、世界药妆品牌市场分析 36

### 第二节 世界部分国家药妆市场运行分析 42

#### 一、美国药妆市场分析 42

#### 二、德国药妆市场分析 44

#### 三、日本药妆市场分析 45

#### 四、法国药妆市场分析 47

## 第四章 中国药妆行业发展环境分析 50

### 第一节 中国宏观经济环境分析 50

#### 一、中国GDP增长情况分析 50

#### 二、工业经济发展形势分析 51

#### 三、社会固定资产投资分析 53

#### 四、全社会消费品零售总额 54

#### 五、城乡居民收入增长分析 56

#### 六、居民消费价格变化分析 57

#### 七、对外贸易发展形势分析 58

### 第二节 中国化妆品行业政策环境分析 59

#### 一、中国化妆品监管机构及职责 59

#### 二、中国化妆品被监管对象及特点 61

#### 三、中国化妆品监管领域的新问题 62

#### 四、中国化妆品监管的最新进展 63

#### 五、中国化妆品行业新政策解读 65

#### 六、中国药妆行业规范亟待出台 69

### 第三节 中国化妆品制造业行业数据监测分析 71

#### 一、中国化妆品制造业发展概况 71

#### 二、中国化妆品制造业规模分析 72

##### (一) 企业数量增长分析 72

- (二) 资产规模增长分析 72
- (三) 销售规模增长分析 73
- (四) 利润规模增长分析 74
- 三、中国化妆品制造业运营效益分析 75
  - (一) 偿债能力分析 75
  - (二) 盈利能力分析 75
  - (三) 运营能力分析 77
- 第四节 中国化妆品行业市场发展分析 79
  - 一、中国化妆品零售规模统计 79
  - 二、中国化妆品市场特点分析 80
  - 三、中国化妆品市场结构分析 81
  - 四、中国化妆品业关注度分析 82
    - (一) 中国化妆品行业总体关注度分析 82
    - (二) 中国化妆品品牌等级关注度分析 84
    - (三) 中国化妆品细分产品关注度分析 86
    - (四) 中国男士化妆品市场关注度分析 92
  - 五、中国化妆品行业发展趋势 94
- 第五节 中国化妆品网购行业分析 97
  - 一、化妆品电商市场发展现状 97
    - (一) 化妆品电商行业总体态势 97
    - (二) 化妆品的网购渗透率走势 98
    - (三) 化妆品网购交易规模分析 98
    - (四) 化妆品网购企业市场份额 99
  - 二、化妆品电商发展模式分析 100
    - (一) B2B模式 100
    - (二) B2C模式 100
    - (三) C2C模式 100
  - 三、化妆品电商典型平台分析 101
    - (一) 天猫/淘宝 101
    - (二) 京东商城 101
    - (三) 乐蜂网 102
    - (四) 聚美优品 102

- (五) 天天网 103
- (六) 知我药妆 103
- (七) 米奇网 104

## 第五章 中国药妆产业运行状况分析 105

### 第一节 中国药妆市场运行概况 105

- 一、中国药妆市场投资动向 105
- 二、中国药妆市场现状分析 106
- 三、中国药妆零售规模分析 108
- 四、药企纷纷试水药妆行业 108
- 五、外资品牌垄断药妆市场 110
- 六、零售企业进入药妆市场 111

### 第二节 中国药妆消费情况分析 112

- 一、中国药妆消费者分析 112
- 二、药妆消费多元化发展 114

### 第三节 中国药妆关注度分析 115

- 一、中国药妆总体关注度 115
- 二、中国药妆品牌关注度 116

### 第四节 中国药妆市场营销分析 117

- 一、中国药妆市场营销现状分析 117
- 二、药妆营销三部曲 119
- 三、药妆营销四要点 120
- 四、药妆企业差异化营销 123
- 五、药妆企业生动化营销 124
- 六、药妆企业人性化营销 124

### 第五节 中国药妆市场运营中面临的问题 125

- 一、中国药妆品牌定位缺失 125
- 二、中国药妆行业目标战略失重 126
- 三、中国药妆连锁经营的不足 127
- 四、中国药妆连锁企业面临难题 128
- 五、中国药妆经营瓶颈分析 131

### 第六节 中国药妆行业发展对策分析 133

- 一、中国药妆应注重消费者教育 133
- 二、中国药妆经营总体对策 133
- 三、中国药妆连锁经营对策 134

## 第六章 中国中草药化妆品的市场发展分析 136

### 第一节 中草药提取物在化妆品中的研究应用及现状分析 136

- 一、中草药提取物的概念及分类 136
- 二、中草药提取物在化妆品中的应用 141
- 三、中草药化妆品与国外绿色化妆品的比较 142
- 四、中草药化妆品的成分介绍 144
- 五、中草药提取物在化妆品中的应用展望 148

### 第二节 中国中草药化妆品市场现状分析 149

- 一、中国中草药市场概况 149
- 二、中草药化妆品市场定位分析 149
- 三、中草药化妆品市场前景 150

## 第七章 世界著名药妆品牌分析 151

### 第一节 法国薇姿(Vichy) 151

- 一、品牌简介 151
- 二、产品简介 152
- 三、薇姿在中国的营销策略 153
- 四、薇姿在中国的市场表现 157

### 第二节 法国理肤泉(La Roche-POSAY) 157

- 一、品牌简介 157
- 二、产品简介 158
- 三、理肤泉在中国的市场表现 160

### 第三节 法国雅漾(AVENE) 160

- 一、品牌简介 160
- 二、产品简介 161

### 第四节 法国依泉(URIAGE) 165

- 一、品牌简介 165
- 二、产品简介 165



## 第五节 日本芙丽芳丝(FREENLUS) 170

### 一、品牌简介 170

### 二、产品简介 170

## 第六节 德国优色林(EUCERIN) 171

### 一、品牌简介 171

### 二、产品简介 172

## 第七节 意大利维纳斯蒂尔(RILISTIL) 173

### 一、品牌简介 173

### 二、产品简介 175

## 第八节 法国欧萃碧(PLANTE SYSTEM) 177

### 一、品牌简介 177

### 二、产品简介 177

## 第九节 法国妙思乐(MUSTEAL) 179

### 一、品牌简介 179

### 二、产品简介 180

## 第十节 法国舒卉蕾(SAFORELLE) 180

### 一、品牌简介 180

### 二、产品简介 181

## 第十一节 法国伊兰纤姿(ELANCYL) 183

## 第十二节 英国清妍(Simple) 183

## 第十三节 日本芙玖(FUTURELABO) 184

## 第十四节 日本葳之蔻(VEGECARE) 184

## 第十五节 德国施巴(SEBAMED) 185

## 第十六节 德国 DOLIVA 德丽芙 185

## 第八章 2011-2014年中国药妆优势企业分析 187

### 第一节 北京同仁堂股份有限公司 187

#### 一、企业基本情况 187

#### 二、企业经营情况分析 187

#### 三、企业经济指标分析 188

#### 四、企业盈利能力分析 189

#### 五、企业偿债能力分析 189

六、企业运营能力分析	190
七、企业成本费用分析	190
八、企业未来发展策略	190
九、同仁堂药妆最新动态	191
第二节 云南白药集团股份有限公司	192
一、企业基本情况	192
二、企业经营情况分析	193
三、企业经济指标分析	194
四、企业盈利能力分析	194
五、企业偿债能力分析	195
六、企业运营能力分析	195
七、企业成本费用分析	196
八、云南白药进军药妆市场	196
第三节 浙江康恩贝制药股份有限公司	197
一、企业基本情况	197
二、企业经营情况分析	199
三、企业经济指标分析	200
四、企业盈利能力分析	200
五、企业偿债能力分析	201
六、企业运营能力分析	201
七、企业成本费用分析	202
八、企业未来发展策略	202
九、康恩贝进军母婴领域植物药妆市场	204
第四节 上海家化联合股份有限公司	207
一、企业基本情况	207
二、企业经营情况分析	207
三、企业经济指标分析	209
四、企业盈利能力分析	210
五、企业偿债能力分析	210
六、企业运营能力分析	210
七、企业成本费用分析	211
八、企业未来发展策略	211

## 九、上海家化药妆业务潜力凸现 212

### 第五节 漳州片仔癀药业股份有限公司 213

- 一、企业基本情况 213
- 二、企业经营情况分析 214
- 三、企业经济指标分析 216
- 四、企业盈利能力分析 217
- 五、企业偿债能力分析 217
- 六、企业运营能力分析 218
- 七、企业成本费用分析 218
- 八、片仔癀布局药妆业务 219

### 第六节 马应龙药业集团股份有限公司 220

- 一、企业基本情况 220
- 二、企业经营情况分析 220
- 三、企业经济指标分析 222
- 四、企业盈利能力分析 222
- 五、企业偿债能力分析 223
- 六、企业运营能力分析 223
- 七、企业成本费用分析 223
- 八、企业未来发展策略 224
- 九、马应龙两子公司涉足基因检测 226

### 第七节 广州药业股份有限公司 226

- 一、企业基本情况 226
- 二、企业经营情况分析 229
- 三、企业经济指标分析 230
- 四、企业盈利能力分析 231
- 五、企业偿债能力分析 231
- 六、企业运营能力分析 232
- 七、企业成本费用分析 232
- 八、集团药妆业务发展状况 233

## 第九章 2015-2020年中国药妆产业发展前景预测分析 236

### 第一节 中国中药现代化发展纲要 236

一、中药现代化发展的战略目标	236
二、中药现代化发展的重点任务	237
三、中药现代化发展的主要措施	239
第二节 中国药妆行业发展前景分析	241
一、中国药妆行业的发展方向	241
二、中国药妆行业的发展前景	242
第三节 中国药妆市场发展前景分析	243
一、中国化妆品产品市场发展趋势	243
二、中国药妆市场发展趋势预测	244
三、中国药妆市场规模预测	245
第十章 2015-2020年中国药妆行业投资前景预测	246
第一节 中国药妆行业投资现状分析	246
一、中药化妆品成投资热点	246
二、制药企业不断进入药妆市场	246
三、外资药妆看好中国市场	247
四、中外药妆企业具体投资状况	248
第二节 中国药妆行业投资机会分析	250
一、药妆快速增长的商机	250
二、祛斑药妆应用和投资前景	252
三、植物药妆的投资前景广阔	259
四、新概念化妆品市场和投资前景广阔	260
第三节 中国药妆行业投资风险分析	261
一、中药企业投资药妆的风险分析	261
二、风投投资药妆行业的风险分析	263
第四节 中国药妆行业的投资策略与建议	263
一、中药化妆品产品销售方面的建议	263
二、中药化妆品产品开发方面的建议	265
三、中国药企的药妆投资策略分析	266

## 部分图表目录

图表 1 化妆品分类(按使用目的分)	13
--------------------	----

图表 2 化妆品分类(按使用部位分) 14

图表 3 化妆品按照剂型分类 14

图表 4 化妆品按生产过程和产品特点分类 15

图表 5 药妆的功能 23

图表 6 2009-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 51

图表 7 2012-2014年国内生产总值构成及增长速度统计 51

图表 8 2013-2014年规模以上工业增加值及增长速度趋势图 52

图表 9 2009-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图 54

图表 10 2009-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 55

图表 11 2014年中国主要消费品零售额及增长速度统计 55

图表 12 2009-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 56

图表 13 2008-2013年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 57

图表 14 2013-2014年中国居民消费价格月度变化趋势图 58

图表 15 2009-2014年中国进出口总额增长趋势图 59

图表 16 2013-2014年中国化妆品制造行业经济指标统计 71

图表 17 2010-2014年中国化妆品制造企业数量变化趋势图 72

图表 18 2010-2014年中国化妆品制造行业资产总额统计 73

图表 19 2010-2014年中国化妆品制造行业资产变化趋势图 73

图表 20 2010-2014年中国化妆品制造行业销售收入统计 73

图表 21 2010-2014年中国化妆品制造行业销售收入变化趋势图 74

图表 22 2010-2014年中国化妆品制造行业利润总额统计 74

图表 23 2010-2014年中国化妆品制造行业利润变化趋势图 75

图表 24 2010-2014年中国化妆品制造行业资产负债率情况 75

图表 25 2010-2014年中国化妆品制造行业毛利率情况 76

图表 26 2010-2014年中国化妆品制造行业成本费用利润率情况 76

图表 27 2010-2014年中国化妆品制造行业销售利润率情况 77

图表 28 2010-2014年中国化妆品制造行业资产利润率情况 77

图表 29 2010-2014年中国化妆品制造行业应收账款周转率情况 78

图表 30 2010-2014年中国化妆品制造行业流动资产周转率情况 78

图表 31 2010-2014年中国化妆品制造行业总资产周转率情况 79

图表 32 2008-2013年中国化妆品零售额增长趋势图 79

图表 33 中国化妆品市场各类产品市场销售额统计 81

图表 34 2013年中国化妆品市场结构图 82

图表 35 2013年化妆品行业搜索指数 82

图表 36 2013年美容护脸关注内容 83

图表 37 2013年化妆品产品大类关注度 84

图表 38 2013年高档化妆品搜索指数 84

图表 39 2013年高档化妆品关注度排行 85

图表 40 2013年大众化妆品搜索指数 85

图表 41 2013年大众化妆品关注度排行 86

图表 42 2013年护肤类化妆品搜索指数 86

图表 43 2013年护肤品牌关注度排行 87

图表 44 2013年护肤产品类别关注度 87

图表 45 2013年护肤产品关注度排行 88

图表 46 2013年彩妆搜索指数 88

图表 47 2013年彩妆品牌关注排行 89

图表 48 2013年彩妆类用途关注度 89

图表 49 2013年彩妆产品关注度排行 90

图表 50 2013年香水品牌关注度排行 91

图表 51 2013年头发护理类化妆品品牌关注度 92

图表 52 2013年男士化妆品搜索指数 92

图表 53 2013年男士护肤产品关注度排行 93

图表 54 2013年男士护肤品牌关注度排行 94

图表 55 2008-2013年中国化妆品网购渗透率走势 98

图表 56 2008-2015年化妆品网购交易规模 99

图表 57 中国B2C化妆品网购市场主要企业份额 99

图表 58 2008-2013年中国药妆品市场规模增长趋势图 108

图表 59 2013年化妆品品牌等级关注度 115

图表 60 2013年药妆搜索指数 116

图表 61 2013年各药妆品牌关注度 116

图表 62 中草药提取物按作用和功效分类 140

图表 63 用于化妆品的中药材种类 147

图表 64 薇姿产品按品类分类 153

图表 65 理肤泉产品介绍 159

图表 66 优色林产品系列 172

图表 67 优色林产品按功能分类 173

图表 68 2013年北京同仁堂股份股份有限公司主营业务分行业情况表 188

图表 69 2013年北京同仁堂股份股份有限公司业务结构情况 188

图表 70 2013年北京同仁堂股份股份有限公司主营业务分地区情况表 188

图表 71 2011-2014年北京同仁堂股份有限公司收入与利润统计 189

图表 72 2011-2014年北京同仁堂股份有限公司资产与负债统计 189

图表 73 2011-2014年北京同仁堂股份有限公司盈利能力情况 189

图表 74 2011-2014年北京同仁堂股份有限公司偿债能力情况 190

图表 75 2011-2014年北京同仁堂股份有限公司运营能力情况 190

图表 76 2011-2014年北京同仁堂股份有限公司成本费用统计 190

图表 77 2013年云南白药集团股份有限公司分行业分产品情况表 193

图表 78 2013年云南白药集团股份有限公司分地区情况表 193

图表 79 2013年云南白药集团股份有限公司业务结构情况 194

图表 80 2011-2014年云南白药集团股份有限公司收入与利润统计 194

图表 81 2011-2014年云南白药集团股份有限公司资产与负债统计 194

图表 82 2011-2014年云南白药集团股份有限公司盈利能力情况 195

图表 83 2011-2014年云南白药集团股份有限公司偿债能力情况 195

图表 84 2011-2014年云南白药集团股份有限公司运营能力情况 195

图表 85 2011-2014年云南白药集团股份有限公司成本费用统计 196

图表 86 2014年云南白药集团股份有限公司成本费用结构图 196

图表 87 2013年浙江康恩贝制药股份有限公司分行业分产品情况表 199

图表 88 2013年浙江康恩贝制药股份有限公司分地区情况表 199

图表 89 2013年浙江康恩贝制药股份有限公司业务结构情况 200

图表 90 2011-2014年浙江康恩贝制药股份有限公司收入与利润统计 200

图表 91 2011-2014年浙江康恩贝制药股份有限公司资产与负债统计 200

图表 92 2011-2014年浙江康恩贝制药股份有限公司盈利能力情况 201

图表 93 2011-2014年浙江康恩贝制药股份有限公司偿债能力情况 201

图表 94 2011-2014年浙江康恩贝制药股份有限公司运营能力情况 201

图表 95 2011-2014年浙江康恩贝制药股份有限公司成本费用统计 202

图表 96 2014年浙江康恩贝制药股份有限公司成本费用结构图 202

图表 97 2013年上海家化联合股份有限公司分行业分产品情况表 208

图表 98 2013年上海家化联合股份有限公司业务结构情况 208

图表 99 2013年上海家化联合股份有限公司分地区情况表 209

图表 100 2011-2014年上海家化联合股份有限公司收入与利润统计 209

图表 101 2011-2014年上海家化联合股份有限公司资产与负债统计 209

图表 102 2011-2014年上海家化联合股份有限公司盈利能力情况 210

图表 103 2011-2014年上海家化联合股份有限公司偿债能力情况 210

图表 104 2011-2014年上海家化联合股份有限公司运营能力情况 211

图表 105 2011-2014年上海家化联合股份有限公司成本费用统计 211

图表 106 2013年漳州片仔癀药业股份有限公司分行业情况表 216

图表 107 2013年漳州片仔癀药业股份有限公司业务结构情况 216

图表 108 2013年漳州片仔癀药业股份有限公司分地区情况表 216

图表 109 2011-2014年漳州片仔癀药业股份有限公司收入与利润统计 217

图表 110 2011-2014年漳州片仔癀药业股份有限公司资产与负债统计 217

图表 111 2011-2014年漳州片仔癀药业股份有限公司盈利能力情况 217

图表 112 2011-2014年漳州片仔癀药业股份有限公司偿债能力情况 218

图表 113 2011-2014年漳州片仔癀药业股份有限公司运营能力情况 218

图表 114 2011-2014年漳州片仔癀药业股份有限公司成本费用统计 218

图表 115 2014年漳州片仔癀药业股份有限公司成本费用结构图 219

图表 116 2013年马应龙药业集团股份有限公司分行业分产品情况表 221

图表 117 2013年马应龙药业集团股份有限公司业务结构情况 221

图表 118 2013年马应龙药业集团股份有限公司分地区情况表 222

图表 119 2011-2014年马应龙药业集团股份有限公司收入与利润统计 222

图表 120 2011-2014年马应龙药业集团股份有限公司资产与负债统计 222

图表 121 2011-2014年马应龙药业集团股份有限公司盈利能力情况 223

图表 122 2011-2014年马应龙药业集团股份有限公司偿债能力情况 223

图表 123 2011-2014年马应龙药业集团股份有限公司运营能力情况 223

图表 124 2011-2014年马应龙药业集团股份有限公司成本费用统计 224

图表 125 2013年广州药业股份有限公司分行业分产品情况表 229

图表 126 2013年广州药业股份有限公司产品结构情况 230

图表 127 2013年广州药业股份有限公司分地区情况表 230

图表 128 2011-2014年广州药业股份有限公司收入与利润统计 231

图表 129 2011-2014年广州药业股份有限公司资产与负债统计 231



图表 130 2011-2014年广州药业股份有限公司盈利能力情况 231

图表 131 2011-2014年广州药业股份有限公司偿债能力情况 232

图表 132 2011-2014年广州药业股份有限公司运营能力情况 232

图表 133 2011-2014年广州药业股份有限公司成本费用统计 232

图表 134 2014年广州药业股份有限公司成本费用结构图 233

图表 135 2015-2020年中国药妆市场零售额增长趋势预测 245

图表 136 面部色斑形成因素

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R10/R1004/201411/18-170495.html>