

篇名:

康是美—藥妝店特色

作者:

馬廷翰。彰化高商。國際貿易科二年一班

周霈儀。彰化高商。國際貿易科二年一班

柯韻涵。彰化高商。國際貿易科二年一班

壹●前言

這個年紀的我們都非常的在乎自己的外表，常常互相討論著哪些化妝品、保養品的品牌、效果、價錢評價最好？所以囉！藥妝店是我們常去的地方，最主要是因為它的價格平價是我們學生可以接受的範圍，還有它也提供了試用品。因此我們同年紀的學生很喜歡逛藥妝店！所以我們選了這個題目，經由網路、報紙、實地勘查、問卷的方式來了解這個我們喜歡去的地方。

貳●正文

一.康是美公司概要

公司名 / 統一生活事業股份有限公司

公司創立 / 1995 年 9 月

公司資本額 / 1 億 9 千 8 百萬台幣

董事長 / 徐重仁先生

總公司 / 台灣台北

事業內容 / 經營康是美連鎖藥妝店，販賣 OTC 藥品/醫材/保健食品/
/化妝品/保養品/美容器材/清潔沐浴髮類及棉織百貨等日用品等(註一)

二.沿革：

1995 年 9 月 1 日歷經半年的籌劃，康是美由國內知名連鎖通路統一超商百分之百投資設立。（7-ELEVEN 總公司，統一集團子公司）

1995 年 9 月 25 日於台北市國父紀念館旁開設第一家門市逸仙店，展開 4 個月的實驗，以瞭解顧客的真實需求。

2000 年 9 月康是美第 50 家門市開幕；11 月首創藥妝業界導入全面性會員制度，提供主顧客更多更好的商品優惠、紅利回饋，和及時情報。

2002 年 8 月康是美首創藥妝業引進醫學美容商品，打破市場僅有沙龍、醫學美容診所等少數通路銷售的不便，提供消費者更具理療性的專業級保養品。

2003 年 1 月康是美與 cGMP 永信藥品策略聯盟、推出女性健康自主概念，維他命「美麗佳人」，以因應「自我療護」新紀元；7 月康是美新形象店開幕，領先業界設立獨立舒適的「健美相談室」專業諮詢空間，及眾多免費諮詢與檢測。

2003 年 11 月康是美第 100 店開幕。

2004 年 3 月康是美首創業界與中正社區大學合作開設丙級美容師培訓班，有計畫大量培訓門市專業美容服務人才。（註二）

三.經營理念；使每個人更健康更美麗。

四.價值觀；誠信·關懷·團隊合作。

五 命名；以健康就是美為概念形成英文名稱 COSMED 以化妝品 COSMETICS 及藥品 MEDICINE 兩字字首合成,直指藥妝店商品服務的兩大核心並與中文名稱有諧音之趣。

六. 品牌故事；以藥妝店為主要服務項目的康是美，於設計商標之初，即選擇以啄木鳥為企業識別圖騰；因為啄木鳥享有「森林醫生」的美譽，為森林樹木的健康把關，具有專業醫護的形象，同時其多彩的羽翼，更是美麗的化身。因此，啄木鳥即與藥妝店結上不解之緣。(註三)

圖一 康是美企業識別圖騰



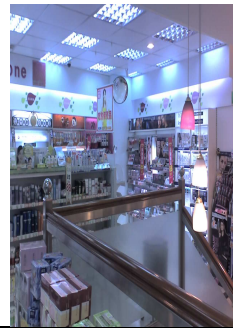
七.實地勘查

<p>圖二:位於我們學校附近的康是美。</p> 	<p>圖三:店裡保健食品區。</p> 
<p>圖四:是店裡的化妝品區。</p> 	<p>圖五:店裡的保養品區。</p> 

圖六:店外的廣告張貼。



圖七:店內的擺設。



二.國內常見的藥妝店有哪些呢?

- ①屈臣氏—大約是 303 家左右-----http://www.aswatson.com/c_index.htm
- ②康是美生活藥妝店：122 家-----<http://www.cosmed.com.tw>
- ③丁丁藥局：40 間-----<http://www.norbelbaby.com.tw/home.htm>
- ④健康人生連鎖藥局：23 間-----<http://tp168.net.tw/www.erx.com.tw>
- ⑤佑全藥妝健康生活廣場：50 間-----<http://www.youchain.com/index.html>
- ⑥美的適生活藥妝店：13 間----- <http://www.helthin.com.tw>
- ⑦啄木鳥國際事業股份有限公司--<http://www.104.com.tw/cfdocs/2000/checkc.cfm>

三.藥妝店未來趨勢

1. 藉由差異化與創新，吸引消費者的注意。
2. 有來自國外的藥妝大廠進入國內，搶占國內的藥妝市場。
3. 連鎖藥妝店的經營模式值得大家努力持續研究。
4. 綜觀國內藥妝市場趨勢，未來藥妝店將由純辦公店轉變為百貨商店。
5. 因為台灣國內國民人口高齡化結構，未來藥妝業前景相當樂觀。
6. 將有可能成為超市與便利商店的競爭者。
7. 藥妝店會員的條件與資格如果能夠越簡單，就越能夠抓住消費者的
心。
8. 差異化也是相當重要的未來趨勢。
9. 未來的服務模式應尋求更為精進改良，與消費者建立更長久的關係
為主要發展。(註四)

四.兩大藥妝店服務內容

台灣連鎖藥妝以屈臣氏與康是美為兩大主流，兩大藥妝連鎖都掌握都會區女客層，進行規劃以擴大營收。

1.外商的屈臣氏，主力漸漸放在擴大彩妝品牌獨家引進台灣市場。	1.台灣品牌的康是美，近年則強調樂活形象，強化此領域的服務內容。
2. 強化開架式國際強勢品牌的導入。	2. 導入日本健康飲品行銷
相同的是兩大通路都與日本市場有密切往來。	

(註五)

五.藥妝店商機極大，引起新集團紛紛投入市場

業者統計，去年藥妝開架商品成長達百分之十一，未受景氣不佳影響。目前主要消費層為廿到廿九歲的女性，但年齡已逐漸再往更年輕熟齡發展；男性消費比例也快速增加，和女性消費達到三比七。

富邦集團推出 momo 藥妝連鎖店，進軍實體通路，台北西門町與士林兩家店開幕，預計三年內拓店至五百家。富邦購物旗下的 momo 藥妝店開幕，富邦 momo 高層幾乎全員到齊，momo 表示，momo 藥妝延續虛擬通路優勢，展售多款電視熱銷的日韓美妝品牌，美妝部分與購物台只有兩成重疊與虛擬市場區隔。

momo 藥妝以樂活（LOHAS）和健康出發，與日本 ASKA 專櫃品牌合作，獨家引進日本最熱門的保養與彩粧品，以及講究純天然、保證不添加化學成分的奈米、白金系列，並推出「健康會社」保健食品，價格是市面保健食品的三分之一。(註六)

六. 爲了應戰，國內兩大知名藥妝連鎖店也積極調整

1.營運方式；

a.屈臣氏改變原有店面陳設。

b.康是美也把招牌全部更新。

2.商品更加多樣化；

1.屈臣氏一直是市場上銷售開架式彩粧商品品牌最齊全的通路，未來還是以美妝品牌為主要商品，將再引進更多歐系及美系保養品牌；另外，保健商品將是未來的重點。

2.康是美整合集團資源，與統一藥品、統欣生技合作開發含「白金奈米」成分等的保養品，將從第一季陸續上市。

七.問卷探討

我們總共準備了 100 份問券調查，以下是問卷的內容和調查的數據。

各位先生小姐您們好：

我們是彰化高商國貿科的學生，這份問卷是我們做小論文所需要參考的資料，問卷的內容是調查大家平時去藥妝店花費的習慣。麻忙各位先生小姐抽空幫我們填寫。謝謝你們的配合！

- ①請問您是？○男生○女生
- ②請問您們一週大概去幾次藥妝店？○一次○兩次以上○不一定
- ③請問您們一次大概都花費多少錢？○五百元○一千元○一千元以上
- ④請問您們去藥妝店所購買的是？○化妝品○保養品○其他
- ⑤請問您們買商品的最注意商品的？○價格○品牌○其他
- ⑥請問您們最喜歡的促銷方式是？○買一送一○折扣○送其他商品
- ⑦請問您們最喜歡去的藥妝店是？○康是美○屈臣氏○丁丁藥局○其他
- ⑧ 呈上題，原因是？○商品種類較多○價格便宜○其他
- ⑨請問您們最喜歡哪間藥妝店的擺設？○康是美○屈臣氏○丁丁藥局○其他
- ⑩請問您們最喜歡哪間藥妝店的服務？○康是美○屈臣氏○丁丁藥局○其他

再次謝謝大家的幫忙！

八.調查結果

1 請問您是？○男生○女生

47%男生 ， 53%女生

2 請問您們一週大概去幾次藥妝店？○一次○兩次以上○不一定

39%一次 ， 18%兩次以上 ， 43%不一定

3 請問您們一次大概都花費多少錢？○五百元○一千元○一千元以上

41%五百元 ， 43%一千元 ， 16%一千元以上

4 請問您們去藥妝店所購買的是？○化妝品○保養品○其他

37%化妝品 ， 53%保養品 ， 10%其他

5 請問您們買商品的最注意商品的？○價格○品牌○其他

34%價格 ， 57%品牌 ， 9%其他

6 請問您們最喜歡的促銷方式是？○買一送一○折扣○送其他商品

22%買一送一 ， 46%折扣 ， 32%送其他商品

7 請問您們最喜歡去的藥妝店是？○康是美○屈臣氏○丁丁藥局○其他

36%康是美 ， 39%屈臣氏 ， 9%丁丁藥局 ， 16%其他

8 呈上題，原因是？○商品種類較多○價格便宜○其他

43%商品種類較多 ， 34%價格便宜 ， 23%其他

9 請問您們最喜歡哪間藥妝店的擺設？○康是美○屈臣氏○丁丁藥局○其他

18%康是美 ， 17%屈臣氏 ， 11%丁丁藥局 ， 53%其他

10 請問您們最喜歡哪間藥妝店的服務？○康是美○屈臣氏○丁丁藥局○其他

34%康是美 ， 27%屈臣氏 ， 21%丁丁藥局 ， 18%其他

參●結論

隨著國民所得、知識水準提高，自我療護的意識抬頭，及全球長壽化趨勢，形成消費者對更平價也更有效果的保健保養品的需求，藥妝店定位為平價、時尚，將漸漸成為大家生活中是不可缺少的商店，尤其藉由包裝、多樣化、自由試用等因素，吸引年輕族群的青睞。

如果藥妝店能改良服務模式，例如會員條件、資格簡單化，吸引越多消費者的加入，以造成差異化行銷，並與消費者建立更長久的關係為主要發展，將是未來相當重要的趨勢。

所以未來國內藥妝市場，可能因應消費者多方需求，加上人口高齡化結構，由純辦公店轉變為百貨商店，成為超市與便利商店的競爭者。

由這次報告我們了解消費者喜歡光臨藥妝店的原因，更希望未來藥妝店能夠提供越來越多的商品與服務，讓喜歡逛藥妝店的消費者有更多的選擇！

肆●引註資料

註一：<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/?qid=1105051904067>

註二：<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/?qid=1507050306286>

註三：奇摩知識 <http://tw.knowledge.yahoo.com/question/?qid=1305100309168>

註四：奇摩知識 <http://tw.knowledge.yahoo.com/question/?qid=1007092305865>

註五：奇摩知識 <http://tw.knowledge.yahoo.com/question/?qid=1506122101123>

註六：Xuite 日誌 <http://blog.xuite.net/jagfly/flyfly/15557675>

圖一：<http://tw.search.yahoo.com/search/images/view?back=http%3A%2F%2Ftw>.

康是美網站：<http://www.cosmed.com.tw/>