

# 2024-2030年中国药妆行业市场现状分析及发展前景展望报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国药妆行业市场现状分析及发展前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/977236.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2024-2030年中国药妆行业市场现状分析及发展前景展望报告》共九章。首先介绍了药妆行业市场发展环境、药妆整体运行态势等，接着分析了药妆行业市场运行的现状，然后介绍了药妆市场竞争格局。随后，报告对药妆做了重点企业经营状况分析，最后分析了药妆行业发展趋势与投资预测。您若想对药妆产业有个系统的了解或者想投资药妆行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录：

### 第1章 中国药妆行业发展背景概述

#### 1.1 行业定义及分类

##### 1.1.1 行业定义

##### 1.1.2 行业产品分类

##### 1.1.3 药妆与普通化妆品及药品的区别

(1) 药妆与普通化妆品的区别

(2) 药妆与药品的区别

#### 1.2 行业经济环境分析

##### 1.2.1 国内宏观经济环境分析

(1) 国内宏观经济现状

1) GDP

2) CPI

3) 城乡居民收入状况

4) 社会消费品零售总额

5) 化妆品零售总额

(2) 国内宏观经济展望

##### 1.2.2 宏观经济环境与行业关联性分析

(1) 行业与GDP的关联性

(2) 行业与居民收入的关联性

#### 1.3 行业政策环境分析

##### 1.3.1 行业相关政策分析

- (1) 国家引导防晒类护肤品消费
- (2) 国家规范化妆品产品技术要求
- (3) 国家完善化妆品安全风险评估
- (4) 国家调控化妆品检验机构建设
- (5) 国家规范化妆品相关产品的命名
- (6) 国家规范非特殊用途化妆品的管理
- (7) 国家推进化妆品安全风险控制体系建设

### 1.3.2 行业发展政策规划

- (1) 行业规模规划
- (2) 行业企业规划
- (3) 行业品牌规划
- (4) 行业产品规划

### 1.4 行业消费环境分析

#### 1.4.1 消费群体变化分析

#### 1.4.2 消费观念变化分析

- (1) 从“节约”到“时尚”
- (2) 从“关注质量”到“关注品牌文化”
- (3) 从“整齐划一”到“追求个性与自我”

#### 1.4.3 不同人口特征城市居民化妆品购买比例

##### (1) 不同性别居民的化妆品购买分析

- 1) 女性消费者行为研究
- 2) 男性消费者行为研究
- 3) 不同性别居民化妆品购买分析

##### (2) 不同年龄居民的化妆品购买分析

##### (3) 不同学历居民的化妆品购买分析

##### (4) 不同收入居民的化妆品购买分析

##### 1) 低收入消费者行为研究

##### 2) 高收入消费者行为研究

##### 3) 不同收入居民化妆品购买分析

#### 1.4.4 不同媒介接触频率居民化妆品消费情况

##### (1) 不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况

##### (2) 不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况

##### (3) 不同报纸媒介接触频率居民化妆品消费情况

##### (4) 不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费情况

##### (5) 不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况

#### 1.4.5 城市居民接触各类化妆品广告排名情况

### 第2章 中国药妆行业产业链分析

#### 2.1 药妆行业上游产业分析

##### 2.1.1 原材料市场分析

###### (1) 天然油脂原料

###### 1) 应用分析

###### 2) 产量分析

###### 3) 价格分析

###### (2) 合成油脂原料

###### 1) 应用分析

###### 2) 产量分析

###### 3) 价格分析

###### (3) 粉质原料

###### (4) 中草药

###### 1) 种植面积

###### 2) 药材种类

###### 3) 价格分析

##### 2.1.2 药妆品包装行业分析

###### (1) 药妆品包装特点

###### (2) 药妆品包装趋势

##### 2.1.3 上游市场对行业影响分析

#### 2.2 药妆下游消费市场分析

##### 2.2.1 传统零售行业

###### (1) 社会消费品零售总额

###### (2) 药店连锁规模分析

##### 2.2.2 电子商务行业

#### 2.3 药妆市场消费者消费行为分析

##### 2.3.1 药妆行业消费特点

##### 2.3.2 药妆消费人群分析

##### 2.3.3 药妆消费结构分析

#### 2.4 药妆市场消费者调研情况

##### 2.4.1 消费者对药妆认知分析

###### (1) 消费者对药妆认知

###### (2) 消费者品牌知晓度

## 2.4.2 消费者行为分析

- (1) 购买动机
- (2) 购买考虑因素
- (3) 消费者购买渠道
- (4) 消费者新产品知晓方式

## 第3章 全球药妆市场发展经验借鉴

### 3.1 全球药妆行业发展状况

#### 3.1.1 全球药妆市场规模分析

#### 3.1.2 全球药妆市场区域分布

#### 3.1.3 全球药妆市场竞争格局

### 3.2 主要国家药妆发展状况

#### 3.2.1 法国药妆市场发展分析

- (1) 法国药妆市场规模
- (2) 法国药妆竞争情况
- (3) 法国药妆主要特色
- (4) 法国药妆在华扩张情况

#### 3.2.2 日本药妆市场发展分析

- (1) 日本药妆市场规模
- (2) 日本药妆竞争情况
- (3) 日本药妆主要特色
- (4) 日本药妆在华扩张情况

#### 3.2.3 美国药妆市场发展分析

- (1) 美国药妆市场规模
- (2) 美国药妆竞争情况
- (3) 美国药妆主要特色
- (4) 美国药妆在华扩张情况

### 3.3 国际药妆品牌在华竞争

#### 3.3.1 法国薇姿

- (1) 法国薇姿相关简介
- (2) 法国薇姿在华发展历程
- (3) 法国薇姿经营情况分析
- (4) 法国薇姿主要药妆产品

#### 3.3.2 法国理肤泉

- (1) 法国理肤泉相关简介

- (2) 法国理肤泉在华发展历程
- (3) 法国理肤泉经营情况分析
- (4) 法国理肤泉主要药妆产品

### 3.3.3 法国雅漾

- (1) 法国雅漾相关简介
- (2) 法国雅漾在华发展历程
- (3) 法国雅漾经营情况分析
- (4) 法国雅漾主要药妆产品

### 3.3.4 日本FANCL

- (1) 日本FANCL相关简介
- (2) 日本FANCL在华发展历程
- (3) 日本FANCL经营情况分析
- (4) 日本FANCL主要药妆产品

### 3.3.5 日本芙丽芳丝

- (1) 日本芙丽芳丝相关简介
- (2) 日本芙丽芳丝在华发展历程
- (3) 日本芙丽芳丝经营情况分析
- (4) 日本芙丽芳丝主要药妆产品

### 3.3.6 日本资生堂DQ

- (1) 日本资生堂DQ相关简介
- (2) 日本资生堂DQ在华发展历程
- (3) 日本资生堂DQ经营情况分析
- (4) 日本资生堂DQ主要药妆产品

### 3.3.7 其他主要品牌

## 3.4 全球药妆市场发展前景

### 3.4.1 全球药妆市场发展趋势

### 3.4.2 全球药妆市场发展趋势

## 3.5 全球药妆发展经验借鉴

## 第4章 中国药妆行业发展与竞争状况

### 4.1 中国药妆行业发展状况分析

#### 4.1.1 国内药妆行业市场规模

#### 4.1.2 国内药妆行业分布情况

#### 4.1.3 国内药妆行业存在问题

### 4.2 中国药妆行业竞争现状分析

#### 4.2.1 药妆市场竞争格局

- (1) 竞争层次
- (2) 竞争地位

#### 4.2.2 行业五力模型分析

- (1) 上游议价能力
- (2) 下游议价能力
- (3) 替代产品威胁
- (4) 新进入者威胁
- (5) 行业内部竞争

#### 4.3 主要省市药妆发展状况分析

##### 4.3.1 广东省药妆行业发展分析

- (1) 广东省药妆市场现状
- (2) 广东省药妆竞争情况
- (3) 广东省药妆发展前景

##### 4.3.2 上海市药妆行业发展分析

- (1) 上海市药妆市场现状
- (2) 上海市药妆竞争情况
- (3) 上海市药妆发展前景

##### 4.3.3 北京市药妆行业发展分析

- (1) 北京市药妆市场现状
- (2) 北京市药妆竞争情况
- (3) 北京市药妆发展前景

#### 4.4 中国药妆行业商业模式分析

##### 4.4.1 日化型企业药妆商业模式

- (1) 中国日化行业发展运行状况
- (2) 日化企业药妆品牌市场现状
- (3) 日化企业药妆品牌运作模式
- (4) 日化企业药妆品牌盈利模式
- (5) 日化企业药妆品牌营销模式

##### 4.4.2 医药企业药妆商业模式

- (1) 中国医药行业发展运行状况
- (2) 医药企业药妆品牌市场现状
- (3) 医药企业药妆品牌运作模式
- (4) 医药企业药妆品牌营销模式
- (5) 医药企业药妆业务存在的问题



## 第5章 药妆行业市场营销与案例分析

### 5.1 国际药妆销售渠道借鉴

#### 5.1.1 法国药妆销售渠道分析

#### 5.1.2 美国药妆销售渠道分析

#### 5.1.3 日本药妆销售渠道分析

### 5.2 国内药妆销售渠道分析

#### 5.2.1 药妆销售特点分析

#### 5.2.2 药妆主要销售渠道分析

##### (1) 药妆主要销售渠道介绍

##### (2) 药妆品牌销售渠道选择

#### 5.2.3 药妆销售渠道发展趋势

##### (1) 从药店向商超渠道延伸

##### (2) 混合销售渠道成新趋势

### 5.3 药妆销售渠道面临的问题与解决对策

#### 5.3.1 药妆销售渠道存在的问题与对策

##### (1) 药妆品类没有集成供应商

##### (2) 终端对药妆的定位不明确

##### (3) 药妆渠道问题的解决对策

#### 5.3.2 药店销售渠道存在的问题与对策

##### (1) 药店经营药妆需要解决的问题分析

##### 1) 品类品规不足

##### 2) 两大政策难题

##### 3) 消费者接收难题

##### 4) 店员掌握的皮肤学知识不足

##### 5) 药店宣传和促销力度不够

##### (2) 药店经营药妆问题的解决策略分析

##### 1) 品类与服务专业化

##### 2) 扩大药妆陈列柜台

##### 3) 系统培训教育店员

##### 4) 加大促销宣传活动

##### 5) 开店地址差异化

### 5.4 药妆企业市场营销策略与案例分析

#### 5.4.1 药妆企业市场营销策略分析

##### (1) 差异化营销策略

(2) 生动化营销策略

(3) 人性化营销策略

(4) 口碑式营销策略

#### 5.4.2 药妆企业市场营销案例介绍

### 第6章 中国药妆细分产品市场前景预测

#### 6.1 保湿类药妆市场分析

6.1.1 保湿类药妆独特成分分析

6.1.2 保湿类药妆主要品牌分析

6.1.3 保湿类药妆消费需求分析

#### 6.2 祛斑类药妆市场分析

6.2.1 祛斑类药妆独特成分分析

6.2.2 祛斑类药妆主要品牌分析

6.2.3 祛斑类药妆消费需求分析

#### 6.3 美白类药妆市场分析

6.3.1 美白类药妆独特成分分析

6.3.2 美白类药妆主要品牌分析

6.3.3 美白类药妆消费需求分析

#### 6.4 抗衰老类药妆市场分析

6.4.1 抗衰老类药妆独特成分分析

6.4.2 抗衰老类药妆主要品牌分析

6.4.3 抗衰老类药妆消费需求分析

#### 6.5 祛痘类药妆市场分析

#### 6.6 去角质类药妆市场分析

#### 6.7 其它药妆产品市场分析

### 第7章 中国药妆行业主要经营分析

#### 7.1 中国药妆企业发展总体状况分析

#### 7.2 日化企业进军药妆领先个案分析

##### 7.2.1 上海家化联合股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

##### 7.2.2 苏州尚美国际化妆品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

#### 7.2.3 霸王国际（集团）控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

#### 7.2.4 索芙特股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

#### 7.2.5 广州市澳大生物美容保健科技开发有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

#### 7.2.6 北京协和生物医药化妆品技术开发有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

#### 7.2.7 上海相宜本草化妆品股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

#### 7.2.8 浙江欧诗漫集团德清生物科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

#### 7.2.9 珠海市时代经典化妆品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

#### 7.2.10 佳丽宝化妆品（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

### 7.3 医药企业进军药妆领先个案分析

#### 7.3.1 北京同仁堂科技发展股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 7.3.2 云南白药集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 7.3.3 浙江康恩贝制药股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 7.3.4 马应龙药业集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向

- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 7.3.5 漳州片仔癀药业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 7.3.6 广州王老吉药业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 7.3.7 广州白云山敬修堂药业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 7.3.8 广州白云山陈李济药厂有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 7.3.9 修正药业集团日化有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向

- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 7.3.10 昆明滇虹药业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

### 第8章 中国药妆行业投资与前景分析

#### 8.1 中国药妆行业投资风险分析

- 8.1.1 药妆行业政策风险
- 8.1.2 药妆行业技术风险
- 8.1.3 药妆行业竞争风险
- 8.1.4 行业供求变动风险
- 8.1.5 宏观经济波动风险
- 8.1.6 行业产品结构风险
- 8.1.7 规模及所有制风险
- 8.1.8 药妆行业其他风险

#### 8.2 中国药妆行业投资特性分析

- 8.2.1 药妆行业投资壁垒
- 8.2.2 药妆行业经营模式

#### 8.3 中国药妆行业发展趋势与前景预测

- 8.3.1 药妆行业发展趋势分析
- 8.3.2 药妆行业发展前景预测

#### 8.4 中国药妆行业投资建议

- 8.4.1 药妆行业主要投资方向
- 8.4.2 药妆行业投资建议

### 第9章 互联网+对中国药妆的影响分析

#### 9.1 互联网给药妆行业带来的机会与挑战

##### 9.1.1 互联网时代药妆行业大环境如何变化

- (1) 改变了消费者的消费习惯

- (2) 打破了信息的不对称性格局
- (3) 大数据推动资源利用最大化
- 9.1.2 互联网给药妆行业带来的突破机遇
- 9.1.3 互联网+药妆需要解决的难题和挑战
- 9.2 互联网+药妆前景与市场空间预测
- 9.2.1 药妆零售电商发展现状分析
  - (1) 药妆零售电商总体开展情况
  - (2) 药妆零售电商交易规模分析
  - (3) 与国外药妆零售电商渗透率比较
  - (4) 药妆零售电商交易品类格局
  - (5) 药妆零售电商盈利水平分析
- 9.2.2 药妆零售电商市场格局分析
  - (1) 药妆零售电商行业参与者结构
  - (2) 药妆零售电商行业市场占有率
- 9.2.3 药妆零售电商未来前景及趋势
  - (1) 药妆零售电商市场空间测算
  - (2) 2024-2030年药妆零售电商规模预测
  - (3) 2024-2030年药妆零售电商趋势预测
- 9.3 药妆企业移动互联网切入模式分析
- 9.3.1 药妆企业切入移动互联网现状
  - (1) 药妆企业切入移动电商进程分析
  - (2) 药妆企业切入移动电商模式介绍
- 9.3.2 药妆+移动互联网模式分析
  - (1) 药妆+社区+媒体
  - (2) 药妆+社区+大数据
  - (3) 药妆+社区+电商
  - (4) 药妆+垂直电商
  - (5) 药妆+传统自营
  - (6) 药妆+美妆工具
- 9.4 药妆零售主流电商平台比较及企业入驻选择
- 9.4.1 天猫
  - (1) 药妆品类规划
  - (2) 药妆零售经营情况
  - (3) 药妆入驻条件及费用
  - (4) 药妆企业入驻天猫优劣势

#### 9.4.2 京东

- (1) 药妆品类规划
- (2) 药妆零售经营情况
- (3) 药妆入驻条件及费用
- (4) 药妆企业入驻京东优劣势

#### 9.4.3 苏宁

- (1) 药妆品类规划
- (2) 药妆零售经营情况
- (3) 药妆入驻条件及费用
- (4) 药妆企业入驻苏宁优劣势

#### 9.4.4 当当网

- (1) 药妆品类规划
- (2) 药妆零售经营情况
- (3) 药妆入驻条件及费用
- (4) 药妆企业入驻当当网优劣势

#### 9.4.5 号商城

- (1) 药妆品类规划
- (2) 药妆零售经营情况
- (3) 药妆入驻条件及费用
- (4) 药妆企业入驻1号商城优劣势

### 图表目录

图表1：我国对药妆产品的不同定义

图表2：药妆产品分类

图表3：药妆与普通化妆品的区别

图表4：药妆与药品的区别

图表5：2019-2023年国内生产总值及其增长情况（单位：亿元，%）

图表6：国内生产总值初步核算数据（单位：亿元，%）

图表7：2024-2030年居民消费价格月度涨跌幅度

图表8：2019-2023年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图（单位：元，%）

图表9：2019-2023年中国城镇居民人均可支配收入及增长趋势图（单位：元，%）

图表10：2024-2030年我国社会零售总额增速（单位：%）

图表11：2023年以来中国化妆品零售总额及增长（单位：亿元，%）

图表12：2019-2023年主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表13：2023年以来中国GDP与化妆品行业产值对比图（单位：亿元，万亿元）



图表14：2023年以来居民人均收入与化妆品行业销售收入对比图（单位：亿元，万亿元）

图表15：2019-2023年中国化妆品行业销售收入规划图（单位：亿元，%）

图表16：化妆品行业规划品牌目标

图表17：化妆品行业新产品份额规划

图表18：中国消费者的主要分类（单位：%）

图表19：不同心理的女性消费者行为研究

图表20：男性消费者的购买动机形成分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/977236.html>