

2021-2027年中国药妆市场 深度评估与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国药妆市场深度评估与前景趋势报告》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.cction.com/report/202107/230834.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

目前，国际上对药妆品并没有明确的定义，在美国，凡被FDA认为是含有药物成分的化妆品就是药妆品；在中国，一般认为在药店销售的化妆品就是药妆品，是以中医药理论为指导思想，添加功效性成分，针对问题皮肤和敏感皮肤研发的安全性高的化妆品。

药妆具有功能活化，辅助医疗、修护保养、术后护理等功能。因此药妆适用人群首先是各种肌肤类型。并且相对化妆品来说，药妆品不含色素、香料、防腐剂、乙醇（酒精）甚至表面活性剂。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国药妆市场深度评估与前景趋势报告》共十一章。首先介绍了药妆相关概念及发展环境，接着分析了中国药妆规模及消费需求，然后对中国药妆市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国药妆面临的机遇及发展前景。您若想对中国药妆有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章 药妆行业概述

1.1 药妆界定

1.1.1 药妆的定义

1.1.2 同一般化妆品的区别

1.1.3 同药品的区别

1.2 药妆基本介绍

1.2.1 药妆的类别

1.2.2 药妆的功能

1.2.3 开发流程介绍

第二章 2015-2019年中国药妆行业发展环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 全球经济形势

2.1.2 国内经济现状

- 2.1.3 经济转型升级
- 2.1.4 经济发展走势
- 2.2 社会环境
 - 2.2.1 居民收入水平
 - 2.2.2 消费结构升级
 - 2.2.3 人口总量规模
 - 2.2.4 人口老龄化进程
- 2.3 研发环境
 - 2.3.1 中药原料丰富
 - 2.3.2 中医理论雄厚
 - 2.3.3 研发机构缺乏

第三章 2015-2019年国际药妆行业发展分析

- 3.1 2015-2019年国际药妆行业发展综况
 - 3.1.1 市场规模现状
 - 3.1.2 区域分布格局
 - 3.1.3 市场格局分析
 - 3.1.4 行业管理情况
 - 3.1.5 研究状况分析
 - 3.1.6 市场规模预测
- 3.2 全球主要国家药妆行业发展分析
 - 3.2.1 法国
 - 3.2.2 日本
 - 3.2.3 美国

第四章 2015-2019年中国药妆行业总体发展分析

- 4.1 中国药妆行业整体综述
 - 4.1.1 药妆发展历史
 - 4.1.2 药妆研究现状
 - 4.1.3 市场发展潮流
- 4.2 2015-2019年中国药妆市场发展状况
 - 4.2.1 市场规模现状

- 4.2.2 行业盈利状况
- 4.2.3 消费市场需求
- 4.3 2015-2019年中国药妆市场竞争状况
 - 4.3.1 波特五力模型
 - 4.3.2 品牌竞争状况
 - 4.3.3 市场竞争层次
 - 4.3.4 国内品牌格局
- 4.4 2015-2019年中国药妆市场重点区域发展状况
 - 4.4.1 区域分布状况
 - 4.4.2 广东市场状况
 - 4.4.3 上海市场状况
 - 4.4.4 北京市场状况
- 4.5 中国药妆行业发展存在的问题
 - 4.5.1 市场推广问题
 - 4.5.2 产品缺陷问题
 - 4.5.3 品牌定位问题
- 4.6 中国药妆行业发展对策分析
 - 4.6.1 注重顾客需求
 - 4.6.2 着力市场培养
 - 4.6.3 提供专业服务
 - 4.6.4 渠道和开发推广

第五章 2015-2019年中国药妆细分市场发展分析

- 5.1 美白类药妆
 - 5.1.1 主要成分介绍
 - 5.1.2 主要品牌分析
 - 5.1.3 市场消费需求
- 5.2 保湿类药妆
 - 5.2.1 主要成分介绍
 - 5.2.2 主要品牌分析
 - 5.2.3 市场消费需求
- 5.3 祛痘类药妆

- 5.3.1 主要成分介绍
- 5.3.2 主要品牌分析
- 5.3.3 市场消费需求
- 5.4 抗衰老类药妆
 - 5.4.1 主要成分介绍
 - 5.4.2 主要品牌分析
 - 5.4.3 市场消费需求
- 5.5 去角质类药妆
 - 5.5.1 主要成分介绍
 - 5.5.2 主要品牌分析
 - 5.5.3 市场消费需求
- 5.6 祛斑类药妆
 - 5.6.1 主要成分介绍
 - 5.6.2 主要品牌分析
 - 5.6.3 市场消费需求

第六章 2015-2019年中国药妆市场消费特征分析

- 6.1 中国化妆品消费特征分析
 - 6.1.1 消费者总体构成
 - 6.1.2 消费者行为分析
 - 6.1.3 消费者认知分析
- 6.2 药妆消费群体特征分析
 - 6.2.1 女性消费者
 - 6.2.2 网络消费者
- 6.3 药妆消费群体心理分析
 - 6.3.1 年轻消费群体
 - 6.3.2 中年消费群体

第七章 2015-2019年中国药妆行业销售渠道分析

- 7.1 药妆行业销售特点及销售渠道分析
 - 7.1.1 化妆品销售渠道
 - 7.1.2 药妆销售特点

- 7.1.3 药妆销售渠道
- 7.2 中国药妆电商市场发展状况
 - 7.2.1 市场发展状况
 - 7.2.2 市场交易规模
 - 7.2.3 市场规模预测
- 7.3 中国药妆销售渠道发展问题分析
 - 7.3.1 缺乏集成供应商
 - 7.3.2 终端渠道定位不明
 - 7.3.3 OTC渠道能力问题
 - 7.3.4 需要拓展新渠道
- 7.4 中国药妆销售渠道拓展路径分析
 - 7.4.1 医疗诊治渠道
 - 7.4.2 服务营销渠道
 - 7.4.3 商业零售渠道
 - 7.4.4 借助联盟渠道

第八章 2015-2019年中国药妆行业营销分析

- 8.1 国外药妆营销模式特点概述
 - 8.1.1 法国
 - 8.1.2 美国
 - 8.1.3 日本
- 8.2 药妆品牌的差异化营销分析
 - 8.2.1 产品差异化
 - 8.2.2 定位差异化
 - 8.2.3 文化差异化
- 8.3 本土药妆企业营销不足分析
 - 8.3.1 药妆定义缺位
 - 8.3.2 缺乏核心差异
 - 8.3.3 消费教育之难
 - 8.3.4 目标战略失重
- 8.4 本土药妆品牌营销的关键点
 - 8.4.1 聚焦核心单品

- 8.4.2 把握消费者心理
- 8.4.3 紧抓中药概念
- 8.4.4 创新传播营销
- 8.4.5 药妆营销禁忌

第九章 中国药妆市场主要品牌发展介绍

9.1 法国药妆品牌

- 9.1.1 薇姿
- 9.1.2 雅漾
- 9.1.3 理肤泉
- 9.1.4 依泉
- 9.1.5 丝塔芙

9.2 日本药妆品牌

- 9.2.1 芙丽芳丝
- 9.2.2 蒂珂
- 9.2.3 肌研

9.3 美国药妆品牌

- 9.3.1 科颜氏
- 9.3.2 露得清

9.4 国内药妆品牌

- 9.4.1 相宜本草
- 9.4.2 佰草集
- 9.4.3 片仔癀
- 9.4.4 同仁堂

第十章 中国药妆行业投资分析

10.1 化妆品产业投资特性分析

- 10.1.1 产业特性
- 10.1.2 赢利模式
- 10.1.3 投资优势

10.2 药妆行业投资机遇分析

- 10.2.1 投资前景看好

- 10.2.2 市场发展契机
- 10.2.3 准入门槛较低
- 10.3 药妆行业投资风险分析
 - 10.3.1 政策风险
 - 10.3.2 渠道风险
 - 10.3.3 盈利隐忧
 - 10.3.4 其他风险

第十一章 药妆行业未来发展前景及趋势预测分析

- 11.1 中国药妆行业发展前景
 - 11.1.1 市场发展潜力
 - 11.1.2 行业前景广阔
 - 11.1.3 行业发展趋向
 - 11.1.4 产品发展方向
- 11.2 中国药妆行业发展趋势分析
 - 11.2.1 整体发展趋势
 - 11.2.2 细分及多元化
 - 11.2.3 工商联合趋势
 - 11.2.4 经营趋势分析
- 11.3 2021-2027年药妆行业发展预测分析
 - 11.3.1 行业发展因素
 - 11.3.2 市场规模预测

部分图表目录：

- 图表1 中药药妆品的开发流程
- 图表2 2015-2019年服务业增加值增长情况
- 图表3 2015-2019年中国服务业占比趋势
- 图表4 2015-2019年中国规模城镇化率
- 图表5 “一次开放”与“二次开放”
- 图表6 2019年末人口及其构成
- 图表7 2021-2027年中国60岁以上人口数量及比重
- 图表8 2015-2019年全球药妆市场规模

图表9 2019年全球药妆市场区域分布

图表10 2015-2019年全球药妆市场分布

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/230834.html>