

2020-2026年中国药妆行业 发展趋势与投资前景预测报告

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

《2020-2026年中国药妆行业发展趋势与投资前景预测报告》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.cction.com/report/202008/182144.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

2019年我国化妆品行业市场规模约2514亿元，药妆行业市场规模约524亿元，占比约20.84%。
。2010-2019年中国药妆市场规模及占比化妆品比重情况

中企顾问网发布的《2020-2026年中国药妆行业发展趋势与投资前景预测报告》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 2016-2019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 2016-2019年国际药妆行业发展分析

- 3.1 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2020-2026年药妆行业发展预测分析

- 11.3.1 行业发展因素
- 11.3.2 市场规模预测中国药妆2021年市场规模将达到594.5亿元

图表目录：

- 图表1 中药药妆品的开发流程
- 图表2 2016-2019年服务业增加值增长情况
- 图表3 2016-2019年中国服务业占比趋势
- 图表4 2016-2019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年年末人口及其构成
- 图表7 2020-2026年中国60岁以上人口数量及比重
- 图表8 2016-2019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 2016-2019年全球药妆市场分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/182144.html>