

# 2017-2023年中国药妆行业深度调研及投资前景分析 报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国药妆行业深度调研及投资前景分析报告》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/201709/566317.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

从消费者年龄的角度来看，中年消费者比较倾向于使用化妆品，年轻消费者则更喜欢大众化妆品。目前，年轻消费者对药用化妆品也表现出极大的兴趣，也开始关注化妆品。年轻人也已经逐渐意识到，使用好的护肤品对未来的皮肤状况有很大的改善，化妆品消费者有越来越年轻化的趋势。

中国药妆市场需求结构

资料来源：公开资料、智研咨询整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国药妆行业深度调研及投资前景分析报告》共十一章。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 2015-2017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 2015-2017年国际药妆行业发展分析

3.1 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年中国药妆市场发展状况

4.2.1 市场规模现状

2009-2015年中国药妆行业市场规模

资料来源：公开资料、智研咨询整理

4.2.2 行业盈利状况

4.2.3 消费市场需求

4.3 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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（ZY LII）

##### 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 2017-2023年药妆行业发展预测分析

##### 11.3.1 行业发展因素（ZY LII）

##### 11.3.2 市场规模预测

### 附录

#### 附录一：《化妆品生产企业卫生规范》

#### 图表目录：

#### 图表1 中药药妆品的开发流程



图表2 2000-2017年服务业增加值增长情况

图表3 2001-2017年中国服务业占比趋势

图表4 1978-2017年中国规模城镇化率

图表5 “一次开放”与“二次开放”

图表6 2017年年末人口及其构成

图表7 2007-2020年中国60岁以上人口数量及比重

图表8 2010-2017年全球药妆市场规模

图表9 2017年全球药妆市场区域分布

图表10 2010-2017年全球药妆市场分布

图表11 2017年全球药妆市场格局

图表12 2010-2017年法国药妆市场规模

图表13 法国药妆主要产品

图表14 2010-2017年日本药妆市场规模

图表15 日本药妆市场主要产品

图表16 2010-2017年美国药妆市场规模

图表17 美国药妆十大品牌

图表18 2009-2017年中国药妆市场规模

图表19 2010-2017年中国药妆及药妆占比化妆品份额走势

图表20 行业盈利性特征

图表21 中国药妆市场需求结构

图表22 药妆行业的波特五力模型

图表23 中国药妆市场竞争层次

图表24 国内医药企业药妆重点品牌

图表25 国内药妆行业分布情况

图表26 2010-2017年广东省药妆市场规模情况

图表27 广东省主要化妆品企业一览

图表28 2010-2017年上海药妆市场规模情况

图表29 上海主要化妆品企业一览

图表30 2010-2017年北京药妆市场规模情况

图表31 北京主要化妆品企业一览

图表32 美白类药妆主要品牌

图表33 2012-2017年美白类药妆消费需求

图表34 保湿类药妆主要品牌

图表35 2012-2017年保湿类药妆消费需求

图表36 祛痘类药妆主要品牌

图表37 2012-2017年祛痘类药妆消费需求

图表38 抗衰老类药妆主要品牌

图表39 2012-2017年抗衰老类药妆消费需求

图表40 去角质类药妆主要品牌分析

图表41 2012-2017年去角质类药妆消费需求

图表42 祛斑类药妆主要品牌

图表43 2012-2017年祛斑类药妆消费需求

图表44 四城市女性使用化妆护肤品的比例

图表45 不同年龄段的女性使用化妆护肤品的比例

图表46 消费者对药妆认知

图表47 消费者对国外品牌的知晓度

图表48 消费者对国内品牌的知晓度

图表49 化妆品网络消费者购买行为分类

图表50 中国化妆品零售渠道占比

图表51 2017-2023年药妆行业零售电商市场规模

图表52 2017-2023年中国药妆市场规模预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/566317.html>