

中国药妆市场调查研究与发展前景预测报告（2023-2029年）

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国药妆市场调查研究报告与发展前景预测报告（2023-2029年）

报告编号： 1A22A10 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8200 元 纸质+电子版：8500 元

优惠价格： 电子版：7380 元 纸质+电子版：7680 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/0/A1/YaoZhuangShiChangDiaoYanBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

药妆是一种介于药品与化妆品之间的特殊产品类别，近年来受到越来越多人的关注。目前，药妆产品以其明确的功效定位、严格的品质控制等特点，满足了消费者对于皮肤护理产品的高要求。随着消费者健康意识的提高，药妆产品不仅强调基础的保湿、防晒功能，还增加了针对敏感肌、痘痘肌等特定皮肤问题的解决方案。此外，随着电子商务平台的发展，药妆品牌得以更广泛地接触到消费者，促进了市场的快速增长。

未来，药妆行业将进一步强化产品的科技含量和个性化特点。一方面，随着生物技术和皮肤科学研究的进步，药妆产品将能够提供更加精准有效的解决方案，满足不同肤质和年龄层的多样化需求；另一方面，随着个性化护肤理念的流行，药妆品牌将推出更多定制化的产品和服务，例如基于基因检测结果推荐的护肤方案。此外，随着环保意识的增强，药妆品牌也将更加注重可持续发展，推出更多环保包装和天然成分的产品。

第一章 中国药妆行业发展环境分析

第一节 行业定义及分类

- 一、行业定义
- 二、产品分类
- 三、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

第二节 行业经济环境分析

- 一、中国gdp增长情况
 - 1、中国gdp增长状况

2、行业与gdp的关联性分析

二、居民人均收入变化

1、居民人均收入变化情况

2、行业与居民收入的关联性分析

第三节 行业政策环境分析

一、行业政策动向

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

二、行业发展规划

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

第四节 行业消费环境分析

一、消费群体变化分析

二、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”

三、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

四、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
- 五、城市居民接触各类化妆品广告排名情况

第二章 中国药妆行业发展状况分析

第一节 国际药妆行业发展状况分析

- 一、国际药妆市场规模分析
- 二、国际药妆市场区域分布
- 三、国际药妆市场发展分析
 - 1、法国药妆市场发展分析
 - 2、日本药妆市场发展分析
 - 3、美国药妆市场发展分析
- 四、国际药妆市场主要品牌
- 五、国际药妆市场发展趋势

第二节 国际药妆品牌在华竞争分析

第三节 国内药妆行业发展状况分析

- 一、国内药妆行业市场规模
- 二、国内药妆行业分布情况
 - 1、行业区域分布
 - 2、行业省市分布
- 三、国内药妆主要省市情况
 - 1、广东省药妆行业发展分析
 - （1）市场发展现状
 - （2）市场发展前景
 - 2、上海市药妆行业发展分析
 - （1）市场发展现状
 - （2）市场发展前景分析
 - 3、北京市药妆行业发展分析
- 四、国内药妆行业存在问题

第四节 国内药妆行业竞争现状分析

- 一、药妆市场竞争格局
 - 1、竞争层次
 - 2、竞争格局
- 二、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

第三章 中国药妆行业产业链分析

第一节 药妆行业上游原料分析

一、药妆原料市场分析

- 1、油质原料
- 2、粉质原料
- 3、中草药

二、药妆包装市场分析

- 1、药妆品包装特点
- 2、药妆品包装趋势

第二节 药妆行业下游消费分析

- 一、售行业分析
- 二、网络零售市场分析
- 三、药妆市场消费行为分析
 - 1、药妆行业消费特点
 - 2、药妆消费人群分析
 - 3、药妆消费结构分析

第四章 中国药妆主要产品市场分析

第一节 保湿类药妆市场分析

- 一、保湿类药妆独特成分分析
- 二、保湿类药妆主要品牌分析
- 三、保湿类药妆消费需求分析

第二节 祛斑类药妆市场分析

- 一、祛斑类药妆独特成分分析
- 二、祛斑类药妆消费需求分析

第三节 美白类药妆市场分析

- 一、美白类药妆独特成分分析
- 二、美白类药妆主要品牌分析
- 三、美白类药妆消费需求分析

第四节 抗衰老类药妆市场分析

- 一、抗衰老类药妆独特成分分析

二、抗衰老类药妆主要品牌分析

三、抗衰老类药妆消费需求分析

第五节 祛痘类药妆市场分析

一、祛痘类药妆独特成分分析

二、祛痘类药妆主要品牌分析

三、祛痘类药妆消费需求分析

第六节 去角质类药妆市场分析

一、去角质类药妆独特成分分析

二、去角质类药妆主要品牌分析

三、去角质类药妆消费需求分析

第七节 其它药妆产品市场分析

第五章 中国药妆行业市场营销分析

第一节 主要国家药妆销售渠道分析

一、法国药妆销售渠道分析

二、美国药妆销售渠道分析

三、日本药妆销售渠道分析

第二节 国内药妆销售渠道特点与趋势分析

一、药妆销售渠道特点分析

二、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

三、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

第三节 药妆销售渠道面临问题与解决对策

一、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

二、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

第四节 药妆企业市场营销策略与案例分析

一、药妆企业市场营销策略分析

- 1、广告促销策略
- 2、活动促销策略

二、药妆企业市场营销案例介绍

第六章 中国药妆主要企业经营分析

第一节 中国药妆企业发展总体状况分析

第二节 中国药妆行业领先企业个案分析

一、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、企业经营状况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道建设

5、企业经营状况优劣势

二、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、企业经营状况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道建设

5、企业经营状况优劣势

三、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、企业经营状况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道建设

5、企业经营状况优劣势

四、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、企业经营状况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道建设

5、企业经营状况优劣势

五、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、企业经营状况分析

（1）主要经济指标分析

（2）企业盈利能力分析

（3）企业运营能力分析

（4）企业偿债能力分析

（5）企业发展能力分析

3、企业药妆业务分析

4、企业药妆销售渠道

5、企业经营状况优劣势

六、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、企业经营状况分析

- (1) 主要经济指标分析
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业运营能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业发展能力分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道建设
- 5、企业经营状况优劣势
- 七、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、企业经营状况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - 3、企业产品结构分析
 - 4、企业销售渠道建设
 - 5、企业经营状况优劣势
- 八、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、企业经营情况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - 3、企业产品结构分析
 - 4、企业销售渠道建设
 - 5、企业经营状况优劣势
- 九、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、企业经营状况分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析

- (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道建设
- 5、企业经营状况优劣势
- 十、高丝化妆品有限公司经营情况分析
 - 1、企业发展简况分析
 - 2、企业经营状况分析
 - (1) 企业产销能力分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - 3、企业产品结构分析
 - 4、企业销售渠道建设
 - 5、企业经营状况优劣势

第七章 中国药妆行业投资前景分析

第一节 中国药妆行业投资风险分析

- 一、药妆行业政策风险
- 二、药妆行业技术风险
- 三、药妆行业竞争风险
- 四、行业供求变动风险
- 五、宏观经济波动风险
- 六、行业产品结构风险
- 七、规模及所有制风险
- 八、药妆行业其他风险

第二节 中国药妆行业投资特性分析

- 一、药妆行业投资壁垒
- 二、药妆行业经营模式

第三节 中国药妆发展趋势与投资建议

- 一、药妆行业发展趋势分析
- 二、药妆行业主要投资方向
- 三、药妆行业投资建议

第八章 2023-2029年中国药妆发展趋势分析

第一节 2023-2029年中国药妆产业前景展望

- 一、2023年中国药妆发展形势分析
- 二、发展药妆产业的机遇及趋势
- 三、未来10年中国药妆产业发展规划
- 四、2023-2029年中国药妆产量预测

第二节 2023-2029年药妆产业发展趋势探讨

- 一、2023-2029年药妆产业前景展望
- 二、2023-2029年药妆产业发展目标

第九章 专家观点与研究结论

第一节 报告主要研究结论

第二节 中智~林~：济研：行业专家建议

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 5：2017-2022年中国gdp增长走势图（单位：万亿元，%）
- 图表 6：2017-2022年中国gdp与化妆品行业产值对比图（单位：亿元，万亿元）
- 图表 7：2017-2022年中国城乡居民收入水平（单位：元）
- 图表 8：2017-2022年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 9：2017-2022年中国化妆品行业销售收入规划图（单位：亿元，%）
- 图表 10：化妆品行业规划品牌目标
- 图表 11：化妆品行业新产品份额规划
- 图表 12：中国消费者的主要分类（单位：%）
- 图表 13：不同心理的女性消费者行为研究
- 图表 14：男性消费者的购买动机形成分析
- 图表 15：六大城市不同性别居民化妆品购买比例（单位：%、人）
- 图表 16：六大城市不同年龄居民化妆品的购买比例1（单位：%、人）
- 图表 17：六大城市不同年龄居民化妆品的购买比例2（单位：%、人）
- 图表 18：六大城市不同学历居民化妆品的购买比例1（单位：%、人）
- 图表 19：六大城市不同学历居民化妆品的购买比例2（单位：%、人）
- 图表 20：中低收入消费者消费行为研究
- 图表 21：六大城市不同收入居民化妆品的购买比例1（单位：%、人）
- 图表 22：六大城市不同收入居民化妆品的购买比例2（单位：%、人）
- 图表 23：六大城市不同收入居民化妆品的购买比例3（单位：%、人）
- 图表 24：不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况（一）（单位：%、人）

- 图表 25：不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况（二）（单位：%、人）
- 图表 26：不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况（一）（单位：%、人）
- 图表 27：不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况（二）（单位：%、人）
- 图表 28：六大城市居民化妆品的购买比例（一）（单位：%、人）
- 图表 29：六大城市居民化妆品的购买比例（二）（单位：%、人）
- 图表 30：不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：%、人）
- 图表 31：不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况（一）（单位：%、人）
- 图表 32：不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况（二）（单位：%、人）
- 图表 33：不同化妆品消费人群接触各类广告的排名及比例（单位：%、人）
- 图表 34：2023-2029年全球药妆市场规模及预测（单位：亿美元）
- 图表 35：国际药妆分布情况（单位：%）
- 图表 36：法国药妆市场概况
- 图表 37：日本药妆市场概况
- 图表 38：美国药妆市场概况
- 图表 39：国际药妆主要品牌及介绍
- 图表 40：2023-2029年全球药妆&化妆品市场规模增速对比（单位：%）
- 图表 41：2023-2029年不同国家药妆市场规模增速对比（单位：%）
- 图表 42：国际药妆主要品牌在华竞争分析
- 图表 43：2023-2029年中国药妆市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表 44：2017-2022年中国化妆品行业区域分布图（按市场规模）（单位：%）
- 图表 45：2023年中国化妆品行业省市分布示意图（按市场规模）
- 图表 46：广东省药妆主要企业及介绍
- 图表 47：上海市药妆主要企业及介绍
- 图表 48：上海市药妆市场发展前景分析
- 图表 49：北京市药妆市场发展现状
- 图表 50：国内药妆行业存在的问题
- 图表 51：中国药妆市场竞争层次
- 图表 52：中国药妆市场竞争格局（单位：%）
- 图表 53：中国药妆行业对上游行业的议价能力分析列表
- 图表 54：中国药妆行业对下游行业的议价能力分析列表
- 图表 55：中国化妆品行业替代业务威胁分析列表
- 图表 56：中国化妆品行业潜在进入者威胁分析列表
- 图表 57：我国和全球药妆&化妆品行业利润率对比情况（单位：%）
- 图表 58：重点中药材产品种植面积及区域分布情况
- 图表 59：2017-2022年中药材价格情况（单位：元/kg，%）
- 图表 60：药妆品包装特点

图表 61：药妆品包装趋势分析

图表 62：2017-2022年中国社会消费品零售总额及增长情况（单位：亿元，%）

图表 63：2023-2029年中国网络市场交易规模及其预测（单位：亿元，%）

图表 64：2023-2029年中国网络购物市场交易规模结构及预测（单位：%）

图表 65：药妆消费者人群主要类别

图表 66：不同年龄层次对药妆的需求

图表 67：药妆消费结构（单位：%）

图表 68：保湿类药妆独特成分分析

图表 69：保湿类药妆主要品牌

图表 70：药妆&普通化妆品保湿认可度调查（单位：%）

图表 71：不同保湿产品购买意愿调查（单位：%）

图表 72：选购保湿药妆首要考虑因素调查（单位：%）

图表 73：不同价格保湿药妆购买意愿调查（单位：%）

图表 74：祛斑类药妆独特成分分析

图表 75：祛斑类药妆需求调查（单位：%）

图表 76：美白类药妆独特成分分析

图表 77：抗衰老类药妆独特成分分析

图表 78：祛痘类药妆独特成分分析

图表 79：法国主要药妆店介绍

图表 80：美国主要药妆店介绍

图表 81：日本药妆店特色介绍

图表 82：药妆产品药店销售渠道不成熟因素分析

图表 83：药妆销售渠道分析

图表 84：药妆品牌销售渠道选择

图表 85：药店销售渠道存在的政策问题

图表 86：药店渠道品类组合建设

图表 87：药店渠道地址选择

图表 88：2023年中国化妆及卫生用品行业品牌网络广告投放top20广告主（单位：万元，%）

图表 89：薇姿运营策略分析

图表 90：中药上市公司涉及药妆领域情况

图表 91：北京同仁堂科技发展股份有限公司基本信息表

图表 92：2017-2022年北京同仁堂科技发展股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 93：2017-2022年北京同仁堂科技发展股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 94：2017-2022年北京同仁堂科技发展股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表 95：2017-2022年北京同仁堂科技发展股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表 96：2017-2022年北京同仁堂科技发展股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表 97：北京同仁堂股份有限公司主要产品

图表 98：2023年北京同仁堂科技发展股份有限公司地区分布（单位：%）

图表 99：北京同仁堂科技发展股份有限公司优劣势分析

图表 100：云南白药集团股份有限公司基本信息表

图表 101：云南白药集团股份有限公司业务能力简况表

图表 102：云南白药集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表 103：2017-2022年云南白药集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 104：2017-2022年云南白药集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 105：2023年云南白药集团股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：万元，%）

图表 106：2017-2022年云南白药集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表 107：2017-2022年云南白药集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表 108：2017-2022年云南白药集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表 109：云南白药集团股份有限公司主要产品

图表 110：2023年云南白药集团股份有限公司产品销售区域分布（单位：%）

图表 111：云南白药集团股份有限公司优劣势分析

图表 112：浙江康恩贝制药股份有限公司基本信息表

图表 113：浙江康恩贝制药股份有限公司业务能力简况表

图表 114：浙江康恩贝制药股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

图表 115：2017-2022年浙江康恩贝制药股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表 116：2017-2022年浙江康恩贝制药股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表 117：2017-2022年浙江康恩贝制药股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表 118：2017-2022年浙江康恩贝制药股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表 119：2017-2022年浙江康恩贝制药股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表 120：2023年浙江康恩贝制药股份有限公司的产品结构（单位：%）

略……

订阅“中国药妆市场调查研究报告与发展前景预测报告（2023-2029年）”，编号：1A22A10，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/0/A1/YaoZhuangShiChangDiaoYanBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！