

2020-2025年中国药妆行业市场调查研究及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国药妆行业市场调查研究及投资战略咨询报告》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.huaon.com/detail/492259.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

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。

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 2020-2025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

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 2020-2025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：<https://www.huaon.com/detail/492259.html>