

# 2024-2030年中国药妆行业市场发展调研及未来前景规划报告

报告大纲

智研咨询

[www.chyxx.com](http://www.chyxx.com)

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国药妆行业市场发展调研及未来前景规划报告》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/202110/978856.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解药妆行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国药妆行业市场发展调研及未来前景规划报告》（以下简称《报告》）。报告对中国药妆市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保药妆行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年药妆行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能药妆从业者抢跑转型赛道。

药妆起源于夏商时期，后在国外流行，随着护肤品市场的开放，国外药妆也随之进入国内市场，中国药妆行业如雨后春笋般萌发。

据统计，截至2022年我国药妆行业市场规模约为883亿元，其中本土企业市场规模约314亿元，国外企业市场规模约569亿元。目前，我国药妆的客户主要是女性消费者，占比超过90%以上。

药妆在国外已经有40多年的发展历史，全球目前约有120家药妆品公司，而在欧盟和美洲国家，药妆的市场份额则占据了整体彩妆市场的百分之六十以上，但在具有得天独厚中药文化优势的中国，大部分药妆市场却被进口药妆品牌占据，国内虽有一些如相宜本草、薇诺娜、云南白药、百雀羚等新型药妆品牌，但仍处于起步阶段。

随着消费者对药妆概念的了解不断深入，对药妆产品的需求不断增加，未来药妆渠道加快发展或成趋势。很多药店渠道加大药妆产品销售比例、逐渐摒弃医药业务，转型成为药妆渠道；另外，更多新品牌计划在未来进入药妆领域，使药妆类产品更加丰富，这些都在一定程度上推动药妆渠道加快发展。

《2024-2030年中国药妆行业市场发展调研及未来前景规划报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是药妆领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 药妆产业相关概述

## 第一节 药妆起源与兴起

### 第二节 药妆基础概述

#### 一、药妆的特性

#### 二、药妆功能

##### 1、活化功效

##### 2、辅助医疗

##### 3、修护保养

##### 4、术后护理

#### 三、药妆与化妆品有什么区别

### 第三节 药妆品牌的识别性

#### 一、品牌识别

#### 二、药妆品牌的识别的重要性

### 第四节 药妆皮肤抗药性

## 第二章 国内外药妆成分探析

### 第一节 药妆——保湿类

#### 一、透明质酸

#### 二、神经酰胺（分子丁）

#### 三、聚麸胺酸（POLYGLUTAMIC ACID）

#### 四、甘油

#### 五、水

### 第二节 祛斑类

#### 一、杜鹃花酸

#### 二、维他命C（维生素C）

### 第三节 美白类

#### 一、熊果素

#### 二、左旋维他命C（L-ASCORBIC ACID）

### 第四节 抗氧化类

#### 一、辅酶Q10（UBIQUINONE Q10）

#### 二、艾地苯（IDEBENONE）

### 第五节 抗衰老类

#### 一、人类生长因子-TNS

#### 二、肉毒桿菌（CLOSTRIDIUM BOTULINUM）

#### 三、胶原蛋白（COLLAGEN PEPTIDE）

#### 四、ARGIRELINE（六角缩氨酸 也就是六胜肽）

### 第三章 2023年国内外化妆品业所属行业整体运行态势分析

#### 第一节 2023年全球化妆品市场运行分析

- 一、国际化妆品产品研发潮流
- 二、国际化妆品原料市场的新趋势
- 三、全球化妆品品牌占有率

#### 第二节 2023年中国化妆品市场运行概况

- 一、国内化妆品市场结构分析
- 二、化妆品市场渠道呈现新特征
- 三、化妆品市场消费的特点
- 四、化妆品市场居民消费的构成
- 五、美容化妆品市场的消费状况调查
- 六、女性购买化妆品的心理因素研究

### 第四章 2023年中国化妆品所属行业市场营销透析

#### 第一节 中国化妆品行业主要市场渠道

- 一、批发市场
- 二、零售终端市场
- 三、专业市场
- 四、黑市对化妆品销售市场的影响

#### 第二节 化妆品直复营销与网络营销

- 一、直复营销的概念
- 二、化妆品网络营销的特征和优势
- 三、网络营销理论
- 四、化妆品网络营销的现状

#### 第三节 化妆品直销

- 一、化妆品直销的概述
- 二、欧瑞莲化妆品成为中国第9家获得直销牌照的企业
- 三、中国化妆品直销发展存在的瓶颈

#### 第四节 化妆品专卖店经营

- 一、美容化妆品业连锁特许经营的简析
- 二、化妆品专卖店经营面临的挑战及经营策略
- 三、化妆品行业连锁经营的发展趋势

#### 第五节 化妆品梯度营销渠道的策略

- 一、化妆品实行梯度营销的必要性

- 二、渠道梯度
- 三、目标消费者梯度

## 第五章 2023年世界药妆产业所属行业运行态势分析

### 第一节 2023年世界药妆所属行业市场运行分析

- 一、世界药妆市场特点分析
- 二、全球药妆品牌市场分析
- 三、席卷全球的药妆风潮解读
- 四、全球药妆新技术瞭望

### 第二节 2023年世界药妆部分国家运行分析

- 一、专业制胜的美国药妆
- 二、有名的德国药妆
- 三、长于推广的日本药妆
- 四、别样的法国药妆

### 第三节 2023年世界药妆产业发展趋势分析

## 第六章 2023年中国药妆所属行业市场运行环境分析

### 第一节 2023年中国药妆政策环境分析

- 一、《化妆品生产企业卫生规范》
- 二、《化妆品卫生监督条例》
- 三、《化妆品卫生监督条例实施细则》
- 四、《进出口化妆品监督检验管理办法》

### 第二节 2023年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

### 第三节 2023年中国药妆社会环境分析

## 第七章 2023年中国药妆产业所属行业运行状况分析

### 第一节 2023年中国药妆市场运行概况

- 一、中国药妆四大亮点呈现
- 二、中国民族药妆步履维艰

### 三、中国药妆市场进口品牌占大部分江山

### 四、药妆品持续行业主题

#### 第二节 2023年中国药妆市场销售情况

##### 一、中国药妆市场容量

##### 二、中国药妆供需市场分析

##### 三、药妆品牌的差异化营销

##### 四、植物药妆大受青睐

#### 第三节 2023年中国药妆市场运营中面临的阻碍

##### 一、供应链缺乏

##### 二、商品结构的缺陷

##### 三、经营人才缺位

##### 四、创新缺失

## 第八章 2023年中国药妆所属行业产业运行状况分析

### 第一节 2023年中国药妆市场品牌营销解析

#### 一、欧莱雅化妆品公司旗下品牌薇姿

#### 二、肤螨灵霜

#### 三、“康美欣”祛痘产品“痤疮净”打开药妆市场

#### 四、“白大夫”选择OTC（药妆市场）作为加强其医学美白的功能定位

### 第二节 2023年中国药妆市场营销模式弊端

### 第三节 2023年中国药妆市场经营新方向

#### 一、经营独立

#### 二、托管经营

## 第九章 2023年中国药妆消费者行为及心理调研

### 第一节 药妆市场调查对象情况分析

#### 一、调查对象性别构成

#### 二、年龄结构调查

#### 三、消费者肌肤类型情况

#### 四、消费者主要肌肤问题调查结果

#### 五、消费者对自身肌肤状况满意度分析

### 第二节 药妆消费者消费习惯调查

#### 一、药妆品消费者购买频次调查

#### 二、消费者对药妆产品价格认同情况调查

#### 三、消费者购买渠道情况调查

#### 四、消费者对药妆品功效情况调查

##### 第三节 药妆品消费者品牌状况调查

###### 一、消费者品牌忠诚度调查

###### 二、消费者对各国药妆品牌偏好调查

###### 三、中国最受欢迎的药妆品牌分析

#### 第十章 2023年中国药妆所属行业产业市场竞争格局分析

##### 第一节 2023年中国药妆产业竞争现状分析

###### 一、药妆巨大市场的抢夺

###### 二、中国内地药妆市场的渠道竞争分析

###### 三、国产药妆市场的竞争分析

##### 第二节 2023年中国药妆品企业品牌战略分析

###### 一、品牌在市场营销中的功能

###### 二、品牌化经营是药妆品企业生存根本之道

###### 三、商标是创造品牌的关键

##### 第三节 2024-2030年中国药妆品包装策略探讨

#### 第十一章 全球药妆品牌在中国市场运作分析

##### 第一节 法国 VICHY 薇姿

##### 第二节 法国 LA ROCHE-POSAY 理肤泉

##### 第三节 法国 URIAGE 依泉

##### 第四节 法国 AVENE 雅漾

##### 第五节 意大利 RILASTIL 维纳斯蒂尔

##### 第六节 日本 FREEPLUS 芙丽芳丝

##### 第七节 德国 EUCERIN 优色林

##### 第八节 法国 ELANCYL 伊兰纤姿

##### 第九节 法国 NUXE 欧树

##### 第十节 日本 FUTURELABO 芙玖

##### 第十一节 德国 SEBAMED 施巴

##### 第十二节 法国 MUSTELA 妙思乐

##### 第十三节 法国 SAFORELLE 舒卉蕾

##### 第十四节 英国 SIMPLE 清妍

##### 第十五节 加拿大 THE ORDINARY

#### 第十二章 中国药妆优势企业竞争力对比分析

## 第一节 同仁堂

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第二节 云南白药

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第三节 康恩贝——植物药妆（母婴领域）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第四节 协和

- 一、企业概况
- 二、药妆产品市场竞争力分析
- 三、企业经营状况分析

## 第五节 王老吉药业——祛痘类草本药妆

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第六节 其它

- 一、马应龙药业——针对黑眼圈的眼部护肤产品
- 二、昆明圣火药业——护肤类中药药妆

### 三、敬修堂

#### 第十三章 2024-2030年中国药妆产业发展前景预测分析

##### 第一节 2024-2030年中国药妆行业发展前景分析

###### 一、药妆品行业的发展方向

###### 二、药妆市场的发展潜力巨大

##### 第二节 2024-2030年中国药妆市场发展前景分析

###### 一、中国药妆市场年平均增长率预测分析

###### 二、药妆市场的销售预测

###### 三、药妆产业需求预测分析

##### 第三节 2024-2030年中国药妆行业市场盈利预测分析

#### 第十四章 2024-2030年中国药妆行业投资机会与风险分析

##### 第一节 2023年中国药妆行业投资环境分析

##### 第二节 2024-2030年中国药妆行业投资机会分析

###### 一、祛斑化妆品的配方设计和应用前景

###### 二、原生态植物化妆品市场的发展前景广阔

###### 三、新概念化妆品市场前景广阔

##### 第三节 2024-2030年中国药妆行业投资风险分析

###### 一、竞争风险

###### 二、原材料风险

###### 三、技术风险

###### 四、政策风险

###### 五、信誉风险

##### 第四节 建议

#### 图表目录：

图表1：药妆产品的不同定义

图表2：药妆产品分类

图表3：透明质酸结构式

图表4：神经酰胺技术指标

图表5：聚羧胺酸（-PGA）结构式

图表6：Vc的分子模型

图表7：2023全球化妆品和个人护理品牌价值10强

图表8：2015-2023年我国化妆品制造行业经营数据分析

- 图表9：2010-2023年中国化妆品行业零售市场规模
- 图表10：2010-2023年中国化妆品行业细分市场情况
- 图表11：2023年中国化妆品行业细分市场结构
- 图表12：2023年中国化妆品行业渠道格局
- 图表13：2015-2023年中国人口分布及城镇化率
- 图表14：全球化妆品产业发展历程
- 图表15：全球化妆品产业变化
- 图表16：2022年全球化妆品细分产品市场结构
- 图表17：2022年全球各区域化妆品市场结构
- 图表18：2013-2023年全球药妆市场规模
- 图表19：2022年全球化妆品产业TOP5销售收入
- 图表20：我国化妆品行业相关政策
- 图表21：部分省市化妆品行业相关政策
- 图表22：2016-2023年中国GDP发展运行情况
- 图表23：全国居民消费价格指数
- 图表24：2011-2023年中国居民人均可支配收入情况
- 图表25：2008-2023年中国城镇及农村居民收入及消费支出情况
- 图表26：2023年居民人均消费支出构成占比
- 图表27：2023年居民人均消费支出情况 单位：元
- 图表28：2016-2023年中国社会消费品零售总额情况
- 图表29：2016-2023年中国固定资产投资（不含农户）投资情况
- 图表30：2016-2023年中国货物进出口总额情况
- 图表31：2014-2023年中国人口数量情况
- 图表32：2012-2023年中国人口性别数量情况
- 图表33：2014-2023年中国城镇化率变化趋势图
- 图表34：我国主要本土药妆品牌及产品概况
- 图表35：2013-2023年中国药妆行业市场规模及占比情况
- 图表36：2013-2023年中国药妆行业细分渠道情况
- 图表37：2013-2023年中国药妆行业细分规模情况
- 图表38：2013-2023年中国药妆行业供需情况
- 图表39：2013-2023年中国药妆行业市场价格走势
- 图表40：药妆市场受访者性别构成图
- 图表41：药妆市场受访者年龄构成图：人；%
- 图表42：药妆市场受访者肌肤类型构成图
- 图表43：药妆市场受访者主要肌肤问题

图表44：药妆市场消费者对自身肌肤状况满意度分析

图表45：药妆品消费者购买频次调查

图表46：消费者对药妆产品价格认同情况调查

图表47：消费者购买渠道情况调查

图表48：消费者对药妆品功效情况调查

图表49：消费者品牌忠诚度调查

图表50：消费者对各国药妆品牌偏好调查

图表51：药妆受访者主要品牌关注度分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978856.html>