

# 2024-2030年中国药妆市场 竞争态势与投资风险控制报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2024-2030年中国药妆市场竞争态势与投资风险控制报告》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.bosidata.com/report/W450433FZE.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2024-12-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国药妆市场竞争态势与投资风险控制报告》介绍了药妆行业相关概述、中国药妆产业运行环境、分析了中国药妆行业的现状、中国药妆行业竞争格局、对中国药妆行业做了重点企业经营状况分析及中国药妆产业发展前景与投资预测。您若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。

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、聚谷氨酸（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、肉毒杆菌（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 药妆市场运营状况分析对象情况分析一、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年中国药妆产业趋势预测分析

第一节 2024-2030年中国药妆行业趋势预测分析一、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年中国药妆市场趋势预测分析一、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 and 应用前景二、原生态植物化妆品市场的趋势预测广阔三、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前景分析一、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：聚谷氨酸（-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  
表41：药妆市场受访者年龄构成图：人；%  
表42：药妆市场受访者肌肤类型构成图  
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：<http://www.bosidata.com/report/W450433FZE.html>