

2020年中国药妆产业分析报告- 市场深度分析与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国药妆产业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/520055520055.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

药妆是指具有药物性质的化妆品，目前在国际上对药妆并没有明确的定义。在我国通常认为在药店售卖的化妆品就是药妆，主要以中医药理论为指导思想，添加功效性成分，针对常见的皮肤问题和敏感肌研发的安全性高的化妆品。

我国对药妆产品不同定义

序号

药妆定义

1

药妆是介于化妆品及药品之间的一类特殊化妆品，它以中医药理论为指导思想，有一定的医学基础。

2

药妆是针对常见的皮肤问题（面部红血丝、痤疮、粉刺、皮肤屏障修复受阻、过敏等）而研制，从清洁产品、辅助治疗产品到跟随产品（包括防晒、眼霜等），对常见皮肤病有调理作用。

3

药妆添加有效成分包括《中国药典》所列的药物，《本草纲目》所列的中草药，按照《中国生物制品规程》，采用生物学、分子生物学、生物化学和技术合成的生活活性物质，但不能使用中国卫生部的《化妆品卫生规范》中禁止使用的化学物质；药妆的所有有效成分安全性高，刺激性小，所有有效成分及安全性都经医学文献和皮肤科临床测试证明，不含公认的致敏原。数据来源：公开资料整理

随着人们皮肤问题增多加上对容貌愈发重视，带动我国药妆需求上升，行业市场规模也随之快速增长，从2015年的410亿元增至2019年的740亿元，复合增长率为15.91%；2019年同比增长9.79%。

2015-2019年我国药妆行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

在2019年双十一单月我国药妆品牌淘系销售额TOP9排名榜中，国产品牌薇诺娜以5.05亿元的销售额位居榜首。另外，国产品牌玉泽和片仔癀虽排名靠后，但也入围了排行榜，表明本土品牌开始逐步崛起。

2019年双十一单月我国药妆品牌淘系销售额TOP9

排名

品牌

销售额（单位：亿元）

1

薇诺娜

5.05

2

修丽可

3.58

3

科颜氏

3.05

4

芙丽芳丝

3.01

5

理肤泉

2.00

6

雅漾

1.52

7

玉泽

1.25

8

城野医生

1.16

9

片仔癀

0.91 数据来源：公开资料整理

近年来，在强大的医学背景下，薇诺娜和玉泽零售额呈高速增长态势。数据显示，2015-2019年薇诺娜零售额复合增长率为86.35%；玉泽零售额复合增长率为42.08%。2019年我国薇诺娜零售额为16.4亿元，同比增长58%；玉泽零售额为3.83亿元，同比增长32.99%。

2015-2019年我国薇诺娜零售额及增速 数据来源：公开资料整理

2015-2019年我国玉泽零售额及增速 数据来源：公开资料整理

此外，以强功能性成分为主的HFP（HomefacialPro）也是我国药妆品牌逐步崛起的一大代表产品。仅布局线上销售渠道，便已在近些年取得爆发式增长，从2016年的2.78亿元

增至2019年的22.82亿元，复合增长率为101.72%；2019年同比增长98.43%。

2016-2019年我国HFP零售额及增速 数据来源：公开资料整理

目前，布局线上销售渠道已成我国药妆品牌发展新趋势。由于线下销售渠道效率低于线上，加上线上分销商具备更高的投资回报和扩张动力，带动我国外资和本土药妆品牌开始布局线上销售渠道，纷纷入驻京东、天猫、考拉易购、小红书、自营等电商平台。

我国部分主要药妆品牌销售渠道布局情况

品牌

渠道布局

外资

薇姿

最初从线下药店渠道切入，随后与代理商、专柜合作；2016年入驻天猫；2020年8月再次与国大药房联手。

理肤泉

早期主要通过药房销售，后布局CS店、商超、百货、线上渠道等。

芙丽芳丝

芙丽芳丝最初坚持药店专售，随后布局百货、商超、CS店，随着网购化妆品的兴起，芙丽芳丝也入驻天猫、小红书等电商和自建线上渠道。

修丽可

早期仅在医疗机构销售，2016年布局线上渠道，目前销售渠道包括精品店、合作专业机构、欧莱雅Derma Center集合店线下渠道和天猫、小红书等线上渠道。

本土

片仔癀

经销商（药房、商超、CS店）、体验馆、VIP定制、天猫和自营等线上渠道。

薇诺娜

最初从线下专业渠道切入，目前药店、诊所仍是重要的线下布局；线上渠道包括天猫、自营等。

敷尔佳

在线上渠道，公司开设了官网旗舰店，同时入驻天猫、京东、考拉易购、小红书等电商。在线下，公司销售渠道包括医疗美容院、药店、美妆店、百货和商超等；代购微商也是公司的主要销售渠道之一。

HFP

主要通过线上渠道迅速扩张，目前也仅线上销售渠道。 数据来源：公开资料整理（CMY）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国药妆产业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国药妆行业发展概述

第一节 药妆行业发展情况概述

- 一、药妆行业相关定义
- 二、药妆行业基本情况介绍
- 三、药妆行业发展特点分析

第二节 中国药妆行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、药妆行业产业链条分析
- 三、中国药妆行业上游环节分析
- 四、中国药妆行业下游环节分析

第三节 中国药妆行业生命周期分析

- 一、药妆行业生命周期理论概述
- 二、药妆行业所属的生命周期分析

第四节 药妆行业经济指标分析

- 一、药妆行业的赢利性分析
- 二、药妆行业的经济周期分析
- 三、药妆行业附加值的提升空间分析

第五节 中国药妆行业进入壁垒分析

- 一、药妆行业资金壁垒分析
- 二、药妆行业技术壁垒分析
- 三、药妆行业人才壁垒分析
- 四、药妆行业品牌壁垒分析
- 五、药妆行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球药妆行业市场发展现状分析

第一节 全球药妆行业发展历程回顾

第二节 全球药妆行业市场区域分布情况

第三节 亚洲药妆行业地区市场分析

- 一、亚洲药妆行业市场现状分析
- 二、亚洲药妆行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲药妆行业市场前景分析

第四节 北美药妆行业地区市场分析

- 一、北美药妆行业市场现状分析
- 二、北美药妆行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美药妆行业市场前景分析

第五节 欧盟药妆行业地区市场分析

- 一、欧盟药妆行业市场现状分析
- 二、欧盟药妆行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟药妆行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界药妆行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球药妆行业市场规模预测

第三章 中国药妆产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品药妆总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国药妆行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国药妆产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国药妆行业运行情况

第一节 中国药妆行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

四、行业发展动态

第二节 中国药妆行业市场规模分析

第三节 中国药妆行业供应情况分析

第四节 中国药妆行业需求情况分析

第五节 中国药妆行业供需平衡分析

第六节 中国药妆行业发展趋势分析

第五章 中国药妆所属行业运行数据监测

第一节 中国药妆所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国药妆所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国药妆所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国药妆市场格局分析

第一节 中国药妆行业竞争现状分析

一、中国药妆行业竞争情况分析

二、中国药妆行业主要品牌分析

第二节 中国药妆行业集中度分析

一、中国药妆行业市场集中度分析

二、中国药妆行业企业集中度分析

第三节 中国药妆行业存在的问题

第四节 中国药妆行业解决问题的策略分析

第五节 中国药妆行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国药妆行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国药妆行业需求特点与动态分析

第一节 中国药妆行业消费者基本情况

第二节 中国药妆行业消费者属性及偏好调查

第三节 药妆行业成本分析

第四节 药妆行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国药妆行业价格现状分析

第六节 中国药妆行业平均价格走势预测

一、中国药妆行业价格影响因素

二、中国药妆行业平均价格走势预测

三、中国药妆行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国药妆行业区域市场现状分析

第一节 中国药妆行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区药妆市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区药妆市场规模分析
- 四、华东地区药妆市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区药妆市场规模分析
- 四、华北地区药妆市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区药妆市场规模分析
- 四、华南地区药妆市场规模预测

第九章 2017-2020年中国药妆行业竞争情况

第一节 中国药妆行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国药妆行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国药妆行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 药妆行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国药妆行业发展前景分析与预测

第一节 中国药妆行业未来发展前景分析

一、药妆行业国内投资环境分析

二、中国药妆行业市场机会分析

三、中国药妆行业投资增速预测

第二节 中国药妆行业未来发展趋势预测

第三节 中国药妆行业市场发展预测

一、中国药妆行业市场规模预测

二、中国药妆行业市场规模增速预测

三、中国药妆行业产值规模预测

四、中国药妆行业产值增速预测

五、中国药妆行业供需情况预测

第四节 中国药妆行业盈利走势预测

一、中国药妆行业毛利润同比增速预测

二、中国药妆行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国药妆行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 药妆产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 药妆行业投资风险分析

- 一、药妆行业政策风险分析
- 二、药妆行业技术风险分析
- 三、药妆行业竞争风险分析
- 四、药妆行业其他风险分析

第三节 药妆行业企业经营发展分析及建议

- 一、药妆行业经营模式
- 二、药妆行业销售模式
- 三、药妆行业创新方向

第四节 药妆行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国药妆行业发展战略及规划建议

第一节 中国药妆行业品牌战略分析

- 一、药妆企业品牌的重要性
- 二、药妆企业实施品牌战略的意义
- 三、药妆企业品牌的现状分析
- 四、药妆企业的品牌战略
- 五、药妆品牌战略管理的策略

第二节 中国药妆行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国药妆行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国药妆行业发展策略及投资建议

第一节 中国药妆行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国药妆行业定价策略分析

第三节 中国药妆行业营销渠道策略

一、药妆行业渠道选择策略

二、药妆行业营销策略

第四节 中国药妆行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国药妆行业重点投资区域分析

二、中国药妆行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/520055520055.html>