

2019年中国药妆市场分析报告- 行业现状与发展前景评估

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《2019年中国药妆市场分析报告-行业现状与发展前景评估》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/huazhuang/393058393058.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

药妆是指从医学的角度来解决皮肤美容问题，由医生配伍应用的化妆品。在中国，并没有药妆的界定，只在行业中运用此概念，对于药妆概念的认同分为3派：1：药物化妆品2：医学护肤品3：功效性化妆品如祛斑、祛痘产品类。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。

现在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。

数据显示，与近年来中国速消费品市场增长明显下降到了个位数相比，药妆市场则一直保持了两位数的高增长。行业市场规模从2010年的110亿元，增长至2017年的625亿元，增长了4.68倍，2010-2017年行业年复合增速达28.16%。

2010-2017年中国药妆市场规模变化趋势图

数据来源：商务委

从消费者年龄的角度来看，药妆品更受到中年消费者的青睐，年轻消费者则更喜欢大众化妆品。但随着近几年，年轻消费对药妆产品的逐年认可，以及随着环境的变化，脸部肌肤问题越来越年轻化，年轻消费者对药妆品的关注度提升，药妆品消费者有越来越年轻化的趋势。

中国药妆市场需求者年龄结构

数据来源：商务委

从消费者对于药妆品牌的认知程度来看，消费者对于国外产品的认知中，薇姿、理肤泉和雅漾因其进入中国市场时间较早，市场耕耘力度较大，消费者的知晓度相对较高；而在国内产品中几大药妆品牌的知晓度占比相差不大，反映出国内药妆品牌的集中度较低。

尽管目前中国药妆品市场发展非常迅速，但前瞻分析认为，药妆品市场未来前景将更加广阔，主要包括以下两个方面：

一是，2017年中国化妆品市场规模达到了3679亿元，药妆品占比仅17%左右。而在欧洲、美国和日本等发达国家，其药妆品已占各自国内化妆品市场的50%-60%。在美国、德国、法国和日本等化妆品产业大国，药妆品生产均已成为一种新兴产业，其药妆品销售额均有几十亿美元。因此未来人们对药妆认识的加深，我国药妆市场前景广阔。

二是，中国拥有世界上独一无二的中草药资源，许多种中草药均具有抗皮肤衰老的功效，包括熊果酸、沙棘油和霍霍巴油等。目前国际上化妆品业界常用的药妆品原料均从中国药用植物中提取。美国、日本和法国等化妆品生产大国均看好用于药妆品生产的中国产中草药提取物的前景。（JP YZ）

【报告大纲】

第一章2015-2018年中国药妆行业发展环境分析

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

第五节2015-2018年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、货币供应量

十、中国外汇储备

十一、存贷款基准利率调整情况

十二、存款准备金率调整情况

十三、社会消费品零售总额

十四、对外贸易&进出口

十五、城镇人员从业状况

第六节行业政策环境分析

一、行业相关政策分析

1、《化妆品产品技术要求规范》印发

2、关于印发化妆品中二氧化钛等7种禁用物质或限用物质检测方法的通知

3、《关于印发化妆品命名规定和命名指南的通知》

4、《化妆品中可能存在安全性风险物质的评审原则》（征求意见稿）

5、《化妆品行政许可检验管理办法》及《化妆品行政许可检验机构资格认定管理办法》

6、《消费品使用说明化妆品通用标签》

7、《化妆品标识管理规定》

二、行业发展规划

第七节行业消费环境分析

一、居民人均收入增长情况分析

二、居民消费影响因素与消费倾向分析

三、居民消费信心分析

四、居民消费结构及演进特征

五、居民消费行为特征分析

第八节行业贸易环境分析

一、行业产品贸易环境现状

1、我国对外贸易总体情况

2、药妆行业对外贸易情况

二、行业贸易环境发展趋势

第二章2015-2018年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、国际药妆市场发展分析

1、美国药妆市场发展分析

2、日本药妆市场发展分析

3、法国药妆市场发展分析

4、德国药妆市场发展分析

三、国际药妆市场竞争状况

四、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

一、法国薇姿

二、法国理肤泉

三、法国雅漾

四、法国依泉

五、法国上士

六、法国欧翠碧

七、日本芙丽芳丝

八、英国清妍

九、资生堂DQ

第三节国内药妆行业发展状况分析

一、国内药妆行业发展现状分析

二、国内药妆行业市场规模分析

三、国内药妆行业区域发展分析

1、广东省药妆行业发展分析

1) 市场发展现状

2) 市场竞争情况分析

3) 市场发展前景分析

2、上海市药妆行业发展分析

1) 市场发展现状

2) 市场竞争情况分析

3) 市场发展前景分析

3、北京市药妆行业发展分析

1) 市场发展现状

2) 市场竞争情况分析

3) 市场发展前景分析

四、国内药妆品牌竞争的优劣势

第四节国内药妆行业五力竞争模型分析

一、行业上游议价能力分析

二、行业下游议价能力分析

三、行业替代品威胁分析

四、行业新进入者威胁分析

五、行业竞争格局分析

第五节国内药妆行业发展需要解决的问题

- 一、法规定义不规范
- 二、认证机构不完善
- 三、药妆品种良莠不齐
- 四、报道传播不加验证
- 五、销售渠道混乱

第三章2015-2018年中国药妆行业产业链分析

第一节药妆行业上游供应链分析

- 一、药妆原料市场分析
 - 1、药妆油质原料市场分析
 - 2、药妆粉质原料市场分析
 - 3、中草药市场分析
- 二、包装市场发展分析
 - 1、药妆品包装的特点
 - 2、药妆品包装流行趋势

第二节药妆行业下游消费市场分析

- 一、药妆市场的消费需求情况
- 二、药妆市场消费者消费行为分析
 - 1、药妆行业消费特点
 - 2、药妆消费者人群分析
 - 3、药妆消费产品结构分析
- 三、药妆市场消费者消费心理分析

第四章2015-2018年中国药妆产品市场分析

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、保湿类药妆品牌竞争状况分析
- 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、美白类药妆品牌竞争状况分析

三、美白类药妆需求分析

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、抗衰老类药妆品牌竞争状况分析
- 三、抗衰老类药妆需求分析

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、祛痘类药妆品牌竞争状况分析
- 三、祛痘类药妆需求分析

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、去角质类药妆市场现状分析
- 三、去角质类药妆发展前景分析

第七节其它药妆产品市场分析

第五章2015-2018年中国药妆行业市场营销分析

第一节国际药妆销售渠道分析

- 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分析

- 一、药妆销售特点分析
- 二、药妆销售渠道分析
 - 1、药房渠道
 - 2、美容院渠道
 - 3、专卖店渠道
 - 4、商超渠道
 - 5、电子网络渠道
 - 6、直销渠道
 - 7、展会渠道
- 三、药妆销售渠道发展趋势
 - 1、从药店渠道向商超渠道延伸
 - 2、混合销售渠道成新趋势

第三节药妆销售渠道面临的问题与解决对策

- 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、终端渠道对药妆的定位不明确
- 3、药妆渠道问题的解决对策

二、主要药妆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) 店员掌握的皮肤学知识不足
- 3) 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) 扩大药妆陈列柜台
- 2) 培训教育店员
- 3) 长期加大促销和宣传活动

3、药妆专卖店面临的问题

- 1) 两大政策难题
- 2) 专业的销售人员缺乏
- 3) 消费者接收难题

4、药妆专卖店问题的解决策略分析

- 1) 品类与服务专业化
- 2) 开店地址差异化
- 3) 规避国家政策限制

第四节药妆企业市场营销策略分析

- 一、差异化营销策略
- 二、生动化营销策略
- 三、人性化营销策略

第五节药妆品牌市场营销案例分析

- 一、薇姿市场营销分析
- 二、理肤泉市场营销分析
- 三、芙丽芳丝市场营销分析
- 四、可采市场营销分析
- 五、白大夫市场营销分析

第六章中国中国药妆行业主要企业经营分析

第一节北京同仁堂科技发展股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节云南白药集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节浙江康恩贝制药股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节上海家化联合股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节马应龙药业集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七章2019-2025年中国药妆行业投资与前景分析

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、药妆行业供求风险

四、药妆行业宏观经济波动风险

五、药妆行业关联产业风险

六、药妆行业产品结构风险

七、药妆企业生产规模及所有制风险

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、药妆行业进入/退出壁垒分析

二、药妆行业盈利模式分析

三、药妆行业盈利因素分析

第三节中国药妆行业发展趋势与前景预测

一、药妆行业发展趋势分析

二、药妆行业发展前景预测

第四节中国药妆行业投资建议

一、药妆行业投资现状分析

二、药妆行业投资建议

图表目录：（部分）

图表：2015-2018年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2018年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2015-2018年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2015-2018年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2015-2018年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2015-2018年我国工业增加值增速统计

图表：2015-2018年我国全社会固定资产投资额走势图（2018年不含农户）

图表：2015-2018年我国财政收入支出走势图

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2015-2018年中国货币供应量月度数据统计

图表：2015-2018年中国外汇储备走势图

图表：2015-2018年央行存款利率调整统计表

图表：2015-2018年央行贷款利率调整统计表

图表：我国近几年存款准备金率调整情况统计表

图表详见正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2019年中国药妆市场分析报告-行业现状与发展前景评估》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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/393058393058.html>