

2025-2030年中国药妆行业品牌竞争与投资机会分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国药妆行业发展背景概述**1.1 行业定义及分类**

- 1.1.1 行业定义
- 1.1.2 药妆与化妆品的区别

1.2 行业经济环境分析

- 1.2.1 国内宏观经济环境分析
 - (1) 国内宏观经济现状
 - (2) 国内宏观经济展望
- 1.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

1.3 行业政策环境分析

- 1.3.1 行业监管体系及政策分析
 - (1) 行业监管体系
 - (2) 行业政策分析
 - (3) 重点政策解读
- 1.3.2 行业强监管原因分析
 - (1) 市场竞争错位，营销泛滥
 - (2) 产业质量不到位，侵害消费者权益
- 1.3.3 政策环境对行业的影响分析

1.4 行业社会环境分析

- 1.4.1 行业社会环境分析
 - (1) 从“节约”到“时尚”
 - (2) “她经济”已经成为一种经济现象
 - (3) 成分党兴起，追求功能护肤品牌的高效安全性
 - (4) 后疫情时代，消费者对皮肤科、专家信任度提升
- 1.4.2 社会环境对行业的影响

1.5 行业发展机遇与挑战分析**第2章：中国药妆行业产业链分析****2.1 药妆行业上游产业分析**

- 2.1.1 原材料市场分析
 - (1) 供给情况
 - (2) 需求情况
 - (3) 价格走势及预判
- 2.1.2 化妆品包装行业分析
 - (1) 化妆品包装特点
 - (2) 化妆品包装趋势
- 2.1.3 上游市场对行业影响分析

2.2 药妆下游消费市场分析

- 2.2.1 传统零售行业
 - (1) 药店
 - (2) 医疗美容机构
 - (3) 中医医疗机构
- 2.2.2 电子商务行业
 - (1) 整体市场规模
 - (2) 市场细分结构

第3章：全球药妆市场发展经验借鉴**3.1 全球药妆行业发展状况**

- 3.1.1 全球药妆市场规模分析
- 3.1.2 全球药妆市场区域分布

3.2 主要国家药妆发展状况

- 3.2.1 法国药妆市场发展分析
 - (1) 法国药妆发展情况

- (2) 法国药妆竞争情况
- (3) 法国药妆主要特色
- (4) 法国药妆在华扩张情况
- 3.2.2 日本药妆市场发展分析
 - (1) 日本药妆发展情况
 - (2) 日本药妆竞争情况
 - (3) 日本药妆主要特色
 - (4) 日本药妆在华扩张情况
- 3.2.3 美国药妆市场发展分析
 - (1) 美国药妆发展情况
 - (2) 美国药妆竞争情况
 - (3) 美国药妆主要特色
 - (4) 美国药妆在华扩张情况

3.3 国际药妆品牌在华竞争

- 3.3.1 法国薇姿
 - (1) 法国薇姿相关简介
 - (2) 法国薇姿在华发展历程
 - (3) 法国薇姿在华经营情况分析
 - (4) 法国薇姿主要药妆产品
- 3.3.2 法国理肤泉
 - (1) 法国理肤泉相关简介
 - (2) 法国理肤泉在华发展历程
 - (3) 法国理肤泉在华经营情况分析
 - (4) 法国理肤泉主要药妆产品
- 3.3.3 法国雅漾
 - (1) 法国雅漾相关简介
 - (2) 法国雅漾在华发展历程
 - (3) 法国雅漾经营情况分析
 - (4) 法国雅漾主要药妆产品
- 3.3.4 日本芙丽芳丝
 - (1) 日本芙丽芳丝相关简介
 - (2) 日本芙丽芳丝在华发展历程
 - (3) 日本芙丽芳丝经营情况分析
 - (4) 日本芙丽芳丝主要药妆产品
- 3.3.5 美国修丽可
 - (1) 美国修丽可相关简介
 - (2) 美国修丽可在华发展历程
 - (3) 美国修丽可经营情况分析
 - (4) 美国修丽可主要药妆产品
- 3.3.6 美国科颜氏
 - (1) 美国科颜氏相关简介
 - (2) 美国科颜氏在华发展历程
 - (3) 美国科颜氏经营情况分析
 - (4) 美国科颜氏主要药妆产品
- 3.3.7 其他主要品牌

3.4 全球药妆市场发展前景

- 3.4.1 全球药妆市场发展趋势
 - (1) 市场需求广阔
 - (2) 市场扩张转向新兴市场
 - (3) 行业巨头再掀兼并收购潮
- 3.4.2 全球药妆市场发展前景

第4章：中国药妆行业发展与竞争状况

4.1 中国药妆行业发展状况分析

- 4.1.1 国内药妆行业市场规模
- 4.1.2 国内药妆行业分布情况
- 4.1.3 国内药妆行业存在问题

4.2 药妆市场消费者消费行为分析

- 4.2.1 药妆行业消费特点
- 4.2.2 药妆消费人群分析

- 4.2.3 药妆消费结构分析
- 4.3 药妆市场消费者调研情况
 - 4.3.1 消费者对药妆认知分析
 - (1) 消费者购买护肤品考虑因素
 - (2) 消费者品牌知晓度
 - 4.3.2 消费者行为分析
 - (1) 购买动机
 - (2) 购买考虑因素
 - (3) 消费者购买渠道
- 4.4 中国药妆行业竞争现状分析
 - 4.4.1 药妆市场竞争格局
 - (1) 竞争层次
 - (2) 竞争格局
 - 4.4.2 行业五力模型分析
 - (1) 上游议价能力
 - (2) 下游议价能力
 - (3) 替代产品威胁
 - (4) 新进入者威胁
 - (5) 行业内部竞争
 - (6) 行业竞争情况总结

第5章：药妆行业市场营销与案例分析

- 5.1 国际药妆销售渠道借鉴
 - 5.1.1 法国药妆销售渠道分析
 - 5.1.2 美国药妆销售渠道分析
 - 5.1.3 日本药妆销售渠道分析
- 5.2 国内药妆销售渠道分析
 - 5.2.1 药妆销售特点分析
 - (1) 专业渠道渗透率低
 - (2) 电商渠道发展势头迅猛
 - 5.2.2 药妆主要销售渠道分析
 - (1) 药妆主要销售渠道介绍
 - (2) 药妆品牌销售渠道选择
 - 5.2.3 药妆销售渠道发展趋势
 - (1) 从药店向商超渠道延伸
 - (2) 混合销售渠道成新趋势
- 5.3 药妆销售渠道面临问题与解决对策
 - 5.3.1 药妆销售渠道存在的问题与对策
 - (1) 药妆销售渠道存在的问题
 - (2) 药妆渠道问题的解决对策
 - 5.3.2 药店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
 - (2) 药店经营药妆问题的解决策略分析
- 5.4 药妆企业市场营销策略与案例分析
 - 5.4.1 药妆企业市场营销策略分析
 - (1) 差异化营销策略
 - (2) 生动化营销策略
 - (3) 人性化营销策略
 - (4) 口碑式营销策略
 - (5) 借助新媒体营销打造口碑爆款
 - 5.4.2 药妆企业市场营销案例介绍
 - (1) 薇姿
 - (2) 玉泽

第6章：中国药妆行业细分产品市场分析

- 6.1 药物化妆品市场分析
 - 6.1.1 药物化妆品市场发展概况
 - 6.1.2 药物化妆品主要品牌分析
 - 6.1.3 药物化妆品消费需求前景分析
- 6.2 医学护肤品市场分析
 - 6.2.1 医学护肤品市场发展概况

- 6.2.2 医学护肤品主要品牌分析
- 6.2.3 医学护肤品消费需求前景分析

6.3 功效性护肤品市场分析

- 6.3.1 功效性护肤品发展概况
- 6.3.2 功效性护肤品主要品牌分析
- 6.3.3 功效性护肤品消费需求前景分析

第7章：中国药妆行业领先企业经营分析

7.1 中国药妆企业发展总体状况分析

7.2 中国药妆企业领先个案分析

- 7.2.1 漳州片仔癀药业股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业药妆布局情况
 - (4) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.2 云南白药集团股份有限公司（采之汲）
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业药妆布局情况
 - (4) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.3 北京华风时代化妆品有限公司（京卫本草）
 - (1) 企业基本情况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业药妆布局情况分析
 - (4) 企业发展药妆的优劣势分析
- 7.2.4 云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司（薇诺娜）
 - (1) 企业基本情况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业药妆布局情况分析
 - (4) 企业发展药妆的优劣势分析
- 7.2.5 哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司（敷尔佳）
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业药妆布局情况
 - (4) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.6 华熙生物科技股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业药妆布局情况
 - (4) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.7 上海家化联合股份有限公司
 - (1) 企业基本情况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业药妆布局情况分析
 - (4) 企业发展药妆的优劣势分析
- 7.2.8 广州蛋壳网络科技有限公司（Homefacialpro）
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业药妆布局情况
 - (4) 企业经营状况优劣势分析

第8章：中国药妆行业投资与前景分析

8.1 中国药妆行业投资风险分析

- 8.1.1 药妆行业政策风险
- 8.1.2 药妆行业技术风险
- 8.1.3 药妆行业竞争风险
- 8.1.4 行业供求变动风险
- 8.1.5 宏观经济波动风险
- 8.1.6 行业产品结构风险
- 8.1.7 规模及所有制风险

8.2 中国药妆行业投资特性分析

- 8.2.1 药妆行业投资壁垒
 - (1) 技术壁垒
 - (2) 渠道壁垒
 - (3) 品牌壁垒
 - (4) 资金壁垒
 - 8.2.2 药妆行业经营模式
 - (1) 日化企业生产模式
 - (2) 药企生产型模式
 - (3) 生物医疗企业型生产模式
 - 8.3 中国药妆行业发展趋势与前景预测
 - 8.3.1 药妆行业发展趋势分析
 - (1) 行业整体发展趋势
 - (2) 行业竞争趋势
 - (3) 产品发展趋势
 - (4) 销售渠道发展趋势
 - 8.3.2 药妆行业发展前景预测
 - 8.4 中国药妆行业投资建议
 - 8.4.1 药妆行业主要投资方向
 - 8.4.2 前瞻药妆行业投资建议
- 第9章：互联网+对中国药妆的影响分析**
- 9.1 互联网给药妆行业带来的机会与挑战
 - 9.1.1 互联网时代药妆行业大环境如何变化
 - (1) 改变了消费者的消费习惯
 - (2) 打破了信息的不对称性格局
 - (3) 大数据推动资源利用最大化
 - 9.1.2 互联网给药妆行业带来的突破机遇
 - (1) 互联网如何直击传统化妆品零售消费痛点
 - (2) 互联网如何助力药妆企业开拓市场
 - (3) 电商如何成为药妆企业的突破口
 - 9.1.3 互联网+药妆需要解决的难题和挑战
 - (1) 线上与线下博弈问题分析
 - (2) 物流与客户体验问题分析
 - (3) 引流与流量转化率问题分析
 - 9.2 互联网+药妆前景与市场空间预测
 - 9.2.1 药妆零售电商发展现状分析
 - (1) 药妆零售电商总体开展情况
 - (2) 药妆零售电商交易规模分析
 - 9.2.2 药妆零售电商运营模式分析
 - 9.2.3 药妆零售电商未来前景及趋势
 - 9.3 药妆企业移动互联网切入模式分析
 - 9.3.1 药妆企业切入移动互联网现状
 - (1) 药妆企业切入移动电商进程分析
 - (2) 药妆企业切入移动电商模式介绍
 - 9.3.2 药妆+移动互联网模式分析
 - 9.4 药妆零售主流电商平台比较及企业入驻选择
 - 9.4.1 天猫
 - (1) 药妆品牌入驻情况
 - (2) 药妆入驻条件及费用
 - (3) 药妆企业入驻天猫优劣势
 - 9.4.2 京东
 - (1) 药妆品牌入驻情况
 - (2) 药妆入驻条件及费用
 - (3) 药妆企业入驻京东优劣势
 - 9.4.3 苏宁
 - (1) 药妆品牌入驻情况
 - (2) 药妆入驻条件及费用
 - (3) 药妆企业入驻苏宁优劣势

图表目录

- 图表1: 化妆品行业普遍认同的“药妆”分类
- 图表2: 药妆与化妆品的区别介绍
- 图表3: 2017-2024年中国GDP增长走势图 (单位: 万亿元, %)
- 图表4: 2019-2024年全国居民人均可支配收入情况 (单位: 元)
- 图表5: 2019-2024年中国化妆品限额以上单位零售额 (单位: 亿元, %)
- 图表6: 2024年中国GDP的各机构预测 (单位: %)
- 图表7: 中国药妆行业监管体制
- 图表8: 截至2024年中国药妆行业相关重点政策汇总
- 图表9: 《化妆品监督管理条例》重点政策解读
- 图表10: 疫情前v. s. 疫情后消费者对产品安全性关注度情况 (单位: %)
- 图表11: 疫情前v. s. 疫情后消费者对皮肤科、专家信任度情况 (单位: %)
- 图表12: 中国药妆行业发展机遇与威胁分析
- 图表13: 药妆产品细分原材料介绍
- 图表14: 药妆原料供应商分布情况
- 图表15: 化妆品包装特点
- 图表16: 化妆品包装趋势分析
- 图表17: 上游行业对药妆产品市场的影响分析情况表
- 图表18: 2016-2024年中国《药品经营许可证》持证企业数量 (单位: 万家, %)
- 图表19: 2024年中国《药品经营许可证》持证企业类型结构 (单位: 万家, %)
- 图表20: 2016-2024年中国医疗美容终端诊疗机构数量规模变化情况 (单位: 家)
- 图表21: 2016-2024年中国医疗美容医院数量规模 (单位: 家)
- 图表22: 2018-2024年中国中医医疗机构数量 (单位: 个)
- 图表23: 2018-2024年我国中医医疗机构细分类型数量 (单位: 个)
- 图表24: 2018-2024年中国电子商务交易额及其增长情况 (单位: 万亿元, %)
- 图表25: 2024年我国电子商务主要细分市场市场结构图 (单位: %)
- 图表26: 2020-2024年全球药妆市场规模情况 (单位: 亿美元)
- 图表27: 2024年全球药妆市场分布情况 (单位: %)
- 图表28: 法国药妆市场主要品牌对比分析
- 图表29: 2018-2024年日本药连锁药妆店美妆护理总销售额走势 (单位: 十亿日元, %)
- 图表30: 日本药妆市场主要代表性品牌对比分析
- 图表31: 美国药妆市场主要代表性品牌对比分析
- 图表32: 2018-2024年薇姿在中国市占率 (单位: %)
- 图表33: 法国薇姿主要药妆产品介绍
- 图表34: 2018-2024年理肤泉在中国市占率 (单位: %)
- 图表35: 法国理肤泉主要药妆产品介绍
- 图表36: 2018-2024年雅漾在中国市占率 (单位: %)
- 图表37: 法国雅漾主要药妆产品介绍
- 图表38: 日本芙丽芳丝在华发展历程
- 图表39: 2018-2024年芙丽芳丝在中国市占率 (单位: %)
- 图表40: 日本芙丽芳丝主要药妆产品介绍
- 图表41: 修丽可的发展历程
- 图表42: 2020-2024年修丽可在中国市占率 (单位: %)
- 图表43: 美国修丽可明星产品介绍
- 图表44: 2020-2024年科颜氏在中国市占率 (单位: %)
- 图表45: 美国科颜氏十大明星产品
- 图表46: 其他国际药妆品牌在华竞争对比分析
- 图表47: 全球药妆市场部分兼并案例
- 图表48: 2025-2030年全球药妆市场规模预测 (单位: 亿美元)
- 图表49: 2019-2024年中国药妆市场规模 (单位: 亿元, %)
- 图表50: 中国药妆行业分布示意图
- 图表51: 国内药妆行业存在的问题
- 图表52: 中国药妆行业消费特点
- 图表53: 药妆消费者人群主要类别

- 图表54: 不同年龄层次对药妆的需求
- 图表55: 2024年消费者购买护肤品考虑因素 (单位: %)
- 图表56: 消费者对国外药妆品牌知晓度 (单位: %)
- 图表57: 消费者药妆购买动机 (单位: %)
- 图表58: 消费者购买药妆考虑因素 (单位: %)
- 图表59: 消费者药妆购买渠道 (单位: %)
- 图表60: 中国药妆市场竞争层次
- 图表61: 2024年“双十一”单月中国主要化妆品品牌淘系月预售额排名情况 (单位: 件, 亿元)
- 图表62: 中国药妆行业对上游行业的议价能力分析列表
- 图表63: 化妆品原料供应商分布情况
- 图表64: 中国药妆行业对下游行业的议价能力分析列表
- 图表65: 中国化妆品行业替代业务威胁分析列表
- 图表66: 中国药妆行业潜在进入者威胁分析列表
- 图表67: 中国护肤品行业现有竞争情况
- 图表68: 中国药妆行业五力分析结论
- 图表69: 法国药店介绍
- 图表70: 美国主要药妆店介绍
- 图表71: 日本药妆店特色介绍
- 图表72: 2019-2024年日本连锁药店数量 (单位: 家, %)
- 图表73: 2020-2024年日本连锁药店TOP10市场占有率情况 (单位: %)
- 图表74: 2024年中国化妆品专业渠道占比与日本的差距 (单位: %)
- 图表75: 药妆销售渠道分析
- 图表76: 药妆品牌销售渠道选择
- 图表77: 药店销售渠道存在的政策问题
- 图表78: 药店渠道品类组合建设
- 图表79: 药店渠道地址选择
- 图表80: 用户获取化妆/护肤品信息的主要渠道占比 (单位: %)
- 图表81: 薇姿运营策略分析
- 图表82: 李佳琦直播带货催化玉泽销售爆发举例
- 图表83: 2024年玉泽营销策略
- 图表84: 进军药物化妆品市场部分企业
- 图表85: 药物化妆品市场主要品牌对比分析
- 图表86: 医学护肤品市场主要品牌对比分析
- 图表87: 功效性护肤品市场主要品牌对比分析
- 图表88: 功效性护肤品市场主要品牌对比分析
- 图表89: 中国药妆企业发展总体状况分析
- 图表90: 漳州片仔癀药业股份有限公司基本信息表
- 图表91: 2018-2024年漳州片仔癀药业股份有限公司营业收入与净利润情况 (单位: 亿元)
- 图表92: 片仔癀药妆片仔癀系列产品汇总
- 图表93: 片仔癀药妆皇后牌系列产品汇总
- 图表94: 片仔癀药妆主要销售渠道
- 图表95: 片仔癀携手三大卫视亮相跨年演唱会
- 图表96: 漳州片仔癀药业股份有限公司药妆优劣势分析
- 图表97: 云南白药集团股份有限公司基本信息表
- 图表98: 2018-2024年云南白药集团股份有限公司营业收入与净利润情况 (单位: 万元)
- 图表99: 采之汲产品介绍 (单位: 元)
- 图表100: 采之汲产品情况
- 图表101: 采之汲品牌代言及推广情况
- 图表102: 云南白药集团股份有限公司药妆优劣势分析
- 图表103: 北京华风时代化妆品有限公司基本信息表
- 图表104: 京卫本草产品介绍 (单位: 元)
- 图表105: 北京华风时代化妆品有限公司药妆优劣势分析
- 图表106: 云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司基本信息表
- 图表107: 2016-2024年薇诺娜零售额情况 (单位: 百万元, %)
- 图表108: 薇诺娜的明星产品
- 图表109: 薇诺娜渠道布局情况
- 图表110: 薇诺娜天猫品牌日与皮肤学专家联合直播
- 图表111: 上海家化联合股份有限公司药妆优劣势分析
- 图表112: 哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司基本信息表

图表113: 2020-2024年哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司营业收入与净利润情况 (单位: 万元)

图表114: 敷尔佳产品介绍

图表115: “敷尔佳”携手《花花万物第二季》宣传

图表116: 哈尔滨敷尔佳科技发展有限公司药妆优劣势分析

图表117: 华熙生物科技股份有限公司基本信息表

图表118: 2020-2024年华熙生物科技股份有限公司营业收入与净利润情况 (单位: 万元)

图表119: 2020-2024年华熙生物科技股份有限公司功能性护肤品营业收入情况 (单位: 百万元, %)

图表120: 润百颜蜂巢次抛原液系列三类产品介绍

略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!