|  |
| --- |
| [2024年版中国药妆市场深度调研与行业前景预测报告](https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/96/YaoZhuangHangYeXianZhuangYanJiu.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024年版中国药妆市场深度调研与行业前景预测报告](https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/96/YaoZhuangHangYeXianZhuangYanJiu.html) |
| 报告编号： | 15A9296　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9800 元　　纸介＋电子版：10000 元 |
| 优惠价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9100 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/96/YaoZhuangHangYeXianZhuangYanJiu.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　药妆即药物化妆品，是指具有药用效果的护肤品，通常含有活性成分，如维他命C、E、透明质酸、尿囊素等，以治疗或改善皮肤状况为目标。目前，药妆市场在全球范围内快速增长，消费者对健康、自然和针对性护肤解决方案的需求日益增加。品牌商通过科学研究和临床试验，推出了一系列针对不同皮肤问题的产品，如抗衰老、美白、痘痘治疗等。同时，随着消费者对产品成分透明度和安全性的重视，无添加、无防腐剂的药妆产品受到追捧。
　　未来，药妆行业将更加注重个性化和科技化。一方面，通过基因检测和个人皮肤分析，提供定制化护肤方案，满足消费者对精准护肤的需求。另一方面，利用纳米技术、生物技术等前沿科技，开发出更高效、更安全的活性成分，提升产品效果。此外，数字化营销和电商平台的普及，将促进药妆品牌的全球化扩张，同时，可持续包装和环保理念的融入，也将成为行业发展的新趋势。
　　《[2024年版中国药妆市场深度调研与行业前景预测报告](https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/96/YaoZhuangHangYeXianZhuangYanJiu.html)》全面梳理了药妆产业链，结合市场需求和市场规模等数据，深入剖析药妆行业现状。报告详细探讨了药妆市场竞争格局，重点关注重点企业及其品牌影响力，并分析了药妆价格机制和细分市场特征。通过对药妆技术现状及未来方向的评估，报告展望了药妆市场前景，预测了行业发展趋势，同时识别了潜在机遇与风险。报告采用科学、规范、客观的分析方法，为相关企业和决策者提供了权威的战略建议和行业洞察。

第一章 中国药妆行业发展背景
　　1.1 行业定义及分类
　　　　1.1.1 行业定义
　　　　1.1.2 行业产品分类
　　　　1.1.3 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
　　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
　　　　1）GDP
　　　　2）CPI
　　　　3）城乡居民收入状况
　　　　4）社会消费品零售总额
　　　　5）化妆品零售总额
　　　　（2）国内宏观经济展望
　　　　1.2.2 宏观经济环境与行业关联性分析
　　　　（1）行业与GDP的关联性
　　　　（2）行业与居民收入的关联性
　　1.3 行业政策环境分析
　　　　1.3.1 行业相关政策分析
　　　　（1）国家引导防晒类护肤品消费
　　　　（2）国家规范化妆品产品技术要求
　　　　（3）国家完善化妆品安全风险评估
　　　　（4）国家调控化妆品检验机构建设
　　　　（5）国家规范化妆品相关产品的命名
　　　　（6）国家规范非特殊用途化妆品的管理
　　　　（7）国家推进化妆品安全风险控制体系建设
　　　　1.3.2 行业发展政策规划
　　　　（1）行业规模规划
　　　　（2）行业企业规划
　　　　（3）行业品牌规划
　　　　（4）行业产品规划
　　1.4 行业消费环境分析
　　　　1.4.1 消费群体变化分析
　　　　1.4.2 消费观念变化分析
　　　　（1）从“节约”到“时尚”
　　　　（2）从“关注质量”到“关注品牌文化”
　　　　（3）从“整齐划一”到“追求个性与自我”
　　　　1.4.3 不同人口特征城市居民化妆品购买比例
　　　　（1）不同性别居民的化妆品购买分析
　　　　1）女性消费者行为研究
　　　　2）男性消费者行为研究
　　　　3）不同性别居民化妆品购买分析
　　　　（2）不同年龄居民的化妆品购买分析
　　　　（3）不同学历居民的化妆品购买分析
　　　　（4）不同收入居民的化妆品购买分析
　　　　1）低收入消费者行为研究
　　　　2）高收入消费者行为研究
　　　　3）不同收入居民化妆品购买分析
　　　　1.4.4 不同媒介接触频率居民化妆品消费情况
　　　　（1）不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况
　　　　（2）不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况
　　　　（3）不同报纸媒介接触频率居民化妆品消费情况
　　　　（4）不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费情况
　　　　（5）不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况
　　　　1.4.5 城市居民接触各类化妆品广告排名情况

第二章 中国药妆行业产业链分析
　　2.1 药妆行业产业链上游分析
　　　　2.1.1 原材料市场分析
　　　　（1）天然油脂原料
　　　　1）应用分析
　　　　2）产量分析
　　　　3）价格分析
　　　　（2）合成油脂原料
　　　　1）应用分析
　　　　2）产量分析
　　　　3）价格分析
　　　　（3）粉质原料
　　　　（4）中草药
　　　　1）种植面积
　　　　2）药材种类
　　　　3）价格分析
　　　　2.1.2 药妆品包装行业分析
　　　　（1）药妆品包装特点
　　　　（2）药妆品包装趋势
　　　　2.1.3 上游市场对行业影响分析
　　2.2 药妆行业下游消费市场分析
　　　　2.2.1 传统零售行业
　　　　（1）社会消费品零售总额
　　　　（2）药店连锁规模分析
　　　　2.2.2 电子商务行业
　　　　2.2.3 药妆市场消费者消费行为分析
　　　　（1）药妆行业消费特点
　　　　（2）药妆消费人群分析
　　　　（3）药妆消费结构分析
　　　　2.2.4 药妆消费者调研
　　　　（1）消费者对药妆认知分析
　　　　1）消费者对药妆认知
　　　　2）消费者品牌知晓度
　　　　（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）消费者新产品知晓方式

第三章 药妆行业发展与竞争状况分析
　　3.1 国际药妆行业发展状况分析
　　　　3.1.1 国际药妆市场规模分析
　　　　3.1.2 国际药妆市场区域分布
　　　　3.1.3 国际药妆市场发展分析
　　　　（1）法国药妆市场发展分析
　　　　（2）日本药妆市场发展分析
　　　　（3）美国药妆市场发展分析
　　　　3.1.4 国际药妆市场主要品牌
　　　　3.1.5 国际药妆市场发展趋势
　　3.2 国际药妆品牌在华竞争分析
　　　　3.2.1 法国薇姿
　　　　3.2.2 法国理肤泉
　　　　3.2.3 法国雅漾
　　　　3.2.4 法国依泉
　　　　3.2.5 日本芙丽芳丝
　　　　3.2.6 英国清妍
　　　　3.2.7 资生堂DQ
　　3.3 中国药妆行业发展状况分析
　　　　3.3.1 国内药妆行业市场规模
　　　　3.3.2 国内药妆行业分布情况
　　　　3.3.3 国内药妆主要省市情况
　　　　（1）广东省药妆行业发展分析
　　　　1）市场发展现状
　　　　2）发展前景
　　　　（2）上海市药妆行业发展分析
　　　　1）市场发展现状
　　　　2）发展前景分析
　　　　（3）北京市药妆行业发展分析
　　　　3.3.4 国内药妆行业存在问题
　　3.4 中国药妆行业竞争现状分析
　　　　3.4.1 药妆市场竞争格局
　　　　（1）竞争层次
　　　　（2）竞争地位
　　　　3.4.2 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

第四章 中国药妆行业商业模式对比分析
　　4.1 日化型企业药妆商业模式
　　　　4.1.1 中国日化行业发展运行状况
　　　　4.1.2 日化企业药妆品牌市场现状
　　　　（1）国内外品牌构成
　　　　（2）市场渗透现状
　　　　4.1.3 日化企业药妆品牌运作模式
　　　　（1）单一品牌运作
　　　　（2）多品牌运作
　　　　4.1.4 日化企业药妆品牌盈利模式
　　　　4.1.5 日化企业药妆品牌营销模式
　　4.2 医药企业药妆商业模式
　　　　4.2.1 中国医药行业发展运行状况
　　　　4.2.2 医药企业药妆品牌市场现状
　　　　4.2.3 医药企业药妆品牌运作模式
　　　　（1）单一品牌运作
　　　　（2）产品功能诉求
　　　　4.2.4 医药企业药妆品牌营销模式
　　　　4.2.5 医药企业药妆业务存在的问题
　　　　（1）标准缺失
　　　　（2）产品线单一

第五章 中国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
　　　　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）药妆品类没有集成供应商
　　　　（2）终端对药妆的定位不明确
　　　　（3）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
　　　　1）品类品规不足
　　　　2）两大政策难题
　　　　3）消费者接收难题
　　　　4）店员掌握的皮肤学知识不足
　　　　5）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）品类与服务专业化
　　　　2）扩大药妆陈列柜台
　　　　3）系统培训教育店员
　　　　4）加大促销宣传活动
　　　　5）开店地址差异化
　　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
　　　　5.4.2 药妆企业市场营销案例介绍

第六章 中国药妆行业细分产品市场前景预测
　　6.1 保湿类药妆市场分析
　　　　6.1.1 保湿类药妆独特成分分析
　　　　6.1.2 保湿类药妆主要品牌分析
　　　　6.1.3 保湿类药妆消费需求分析
　　6.2 祛斑类药妆市场分析
　　　　6.2.1 祛斑类药妆独特成分分析
　　　　6.2.2 祛斑类药妆消费需求分析
　　6.3 美白类药妆市场分析
　　　　6.3.1 美白类药妆独特成分分析
　　　　6.3.2 美白类药妆主要品牌分析
　　　　6.3.3 美白类药妆消费需求分析
　　6.4 抗衰老类药妆市场分析
　　　　6.4.1 抗衰老类药妆独特成分分析
　　　　6.4.2 抗衰老类药妆主要品牌分析
　　　　6.4.3 抗衰老类药妆消费需求分析
　　6.5 祛痘类药妆市场分析
　　　　6.5.1 祛痘类药妆独特成分分析
　　　　6.5.2 祛痘类药妆主要品牌分析
　　　　6.5.3 祛痘类药妆消费需求分析
　　6.6 去角质类药妆市场分析
　　　　6.6.1 去角质类药妆独特成分分析
　　　　6.6.2 去角质类药妆主要品牌分析
　　　　6.6.3 去角质类药妆消费需求分析
　　6.7 其它药妆产品市场分析

第七章 中国药妆行业主要企业经营分析
　　7.1 中国药妆企业发展总体状况分析
　　7.2 中国药妆行业领先企业个案分析（选择十家）
　　　　7.2.1 北京同仁堂科技发展股份有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业经营状况分析
　　　　1）主要经济指标分析
　　　　2）企业盈利能力分析
　　　　3）企业运营能力分析
　　　　4）企业偿债能力分析
　　　　5）企业发展能力分析
　　　　（3）企业产品结构及新产品动向
　　　　（4）企业销售渠道与网络
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　（6）企业竞争波特模型分析
　　　　（7）下属北京同仁堂股份有限公司同仁堂药店分析
　　　　1）药店发展简况
　　　　2）药店零售产品种类
　　　　3）药店零售规模分析
　　　　7.2.2 云南白药集团股份有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业经营状况分析
　　　　1）主要经济指标分析
　　　　2）企业盈利能力分析
　　　　3）企业运营能力分析
　　　　4）企业偿债能力分析
　　　　5）企业发展能力分析
　　　　（3）企业产品结构及新产品动向
　　　　（4）企业销售渠道与网络
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　（6）下属云南省医药有限公司分析
　　　　1）企业发展简况
　　　　2）企业零售产品种类
　　　　3）企业零售规模分析
　　　　4）企业零售网络分布
　　　　（7）企业投资兼并与重组分析
　　　　（8）企业最新发展动向分析
　　　　7.2.3 浙江康恩贝制药股份有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业经营状况分析
　　　　1）主要经济指标分析
　　　　2）企业盈利能力分析
　　　　3）企业运营能力分析
　　　　4）企业偿债能力分析
　　　　5）企业发展能力分析
　　　　（3）企业产品结构及新产品动向
　　　　（4）企业销售渠道与网络
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　（6）企业投资兼并与重组分析
　　　　（7）企业最新发展动向分析
　　　　7.2.4 上海家化联合股份有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业经营状况分析
　　　　1）主要经济指标分析
　　　　2）企业盈利能力分析
　　　　3）企业运营能力分析
　　　　4）企业偿债能力分析
　　　　5）企业发展能力分析
　　　　（3）企业产品结构及新产品动向
　　　　（4）企业销售渠道与网络
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　（6）企业投资兼并与重组分析
　　　　（7）企业最新发展动向分析
　　　　7.2.5 马应龙药业集团股份有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业经营状况分析
　　　　1）主要经济指标分析
　　　　2）企业盈利能力分析
　　　　3）企业运营能力分析
　　　　4）企业偿债能力分析
　　　　5）企业发展能力分析
　　　　（3）企业组织架构分析
　　　　（4）企业产品结构及新产品动向
　　　　（5）企业销售渠道与网络
　　　　（6）企业经营状况优劣势分析
　　　　（7）企业最新发展动向分析
　　　　7.2.6 漳州片仔癀药业股份有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业经营状况分析
　　　　1）主要经济指标分析
　　　　2）企业盈利能力分析
　　　　3）企业运营能力分析
　　　　4）企业偿债能力分析
　　　　5）企业发展能力分析
　　　　（3）企业产品结构及新产品动向
　　　　（4）企业销售渠道与网络
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　（6）企业投资兼并与重组分析
　　　　（7）企业最新发展动向分析
　　　　7.2.7 苏州尚美国际化妆品有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业经营状况分析
　　　　（3）企业产品结构及新产品动向
　　　　（4）企业销售渠道与网络
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　7.2.8 广州王老吉药业股份有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业经营状况分析
　　　　（3）企业组织架构分析
　　　　（4）企业产品结构及新产品动向
　　　　（5）企业销售渠道与网络
　　　　（6）企业经营状况优劣势分析
　　　　（7）企业最新发展动向分析
　　　　7.2.9 广州白云山敬修堂药业股份有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产品结构及新产品动向
　　　　（3）企业销售渠道与网络
　　　　（4）企业经营状况优劣势分析
　　　　（5）企业最新发展动向分析
　　　　7.2.10 广州白云山陈李济药厂有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业组织架构分析
　　　　（3）企业产品结构及新产品动向
　　　　（4）企业销售渠道与网络
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　（6）企业最新发展动向分析
　　　　7.2.11 霸王国际（集团）控股有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业经营状况分析
　　　　1）主要经济指标分析
　　　　2）企业盈利能力分析
　　　　3）企业运营能力分析
　　　　4）企业偿债能力分析
　　　　5）企业发展能力分析
　　　　（3）企业产品结构及新产品动向
　　　　（4）企业销售渠道与网络
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　（6）企业最新发展动向分析
　　　　7.2.12 修正药业集团日化有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产品结构及新产品动向
　　　　（3）企业销售渠道与网络
　　　　（4）企业经营状况优劣势分析
　　　　7.2.13 昆明滇虹药业有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业经营状况分析
　　　　（3）企业产品结构及新产品动向
　　　　（4）企业销售渠道与网络
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　（6）企业投资兼并与重组分析
　　　　7.2.14 索芙特股份有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业经营状况分析
　　　　1）主要经济指标分析
　　　　2）企业盈利能力分析
　　　　3）企业运营能力分析
　　　　4）企业偿债能力分析
　　　　5）企业发展能力分析
　　　　（3）企业组织架构分析
　　　　（4）企业产品结构及新产品动向
　　　　（5）企业销售渠道与网络
　　　　（6）企业经营状况优劣势分析
　　　　7.2.15 广州市澳大生物美容保健科技开发有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产品结构及新产品动向
　　　　（3）企业销售渠道与网络
　　　　（4）企业经营状况优劣势分析
　　　　7.2.16 北京协和生物医药化妆品技术开发有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产品结构及新产品动向
　　　　（3）企业销售渠道与网络
　　　　（4）企业经营状况优劣势分析
　　　　7.2.17 昆明圣火化妆品有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产品结构及新产品动向
　　　　（3）企业销售渠道与网络
　　　　（4）企业经营状况优劣势分析
　　　　7.2.18 上海相宜本草化妆品股份有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业经营状况分析
　　　　1）主要经济指标分析
　　　　2）企业盈利能力分析
　　　　3）企业运营能力分析
　　　　4）企业偿债能力分析
　　　　5）企业发展能力分析
　　　　（3）企业产品结构及新产品动向
　　　　（4）企业销售渠道与网络
　　　　（5）企业经营状况优劣势分析
　　　　7.2.19 浙江欧诗漫集团德清生物科技有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产品结构及新产品动向
　　　　（3）企业销售渠道与网络
　　　　（4）企业经营状况优劣势分析
　　　　7.2.20 珠海市时代经典化妆品有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产品结构及新产品动向
　　　　（3）企业销售渠道与网络
　　　　（4）企业经营状况优劣势分析
　　　　7.2.21 佳丽宝化妆品（中国）有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产品结构及新产品动向
　　　　（3）企业销售渠道与网络
　　　　（4）企业经营状况优劣势分析
　　　　7.2.22 陕西百年健康药业有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业产品结构及新产品动向
　　　　（3）企业销售渠道与网络
　　　　（4）企业经营状况优劣势分析
　　　　7.2.23 安徽华伊美科技企业集团有限公司经营情况分析
　　　　（1）企业发展简况分析
　　　　（2）企业经营状况分析
　　　　（3）企业组织架构分析
　　　　（4）企业产品结构及新产品动向
　　　　（5）企业销售渠道与网络
　　　　（6）企业经营状况优劣势分析

第八章 中智林－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
　　　　8.1.8 药妆行业其他风险
　　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
　　　　8.2.2 药妆行业经营模式
　　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
　　　　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 药妆行业投资建议

图表目录
　　图表 1：我国对药妆产品的不同定义
　　图表 2：药妆产品分类
　　图表 3：药妆与普通化妆品的区别
　　图表 4：药妆与药品的区别
　　图表 5：2019-2024年国内生产总值及其增长情况（单位：亿元，%）
　　图表 6：2024年国内生产总值初步核算数据（单位：亿元，%）
　　图表 7：2024年居民消费价格月度涨跌幅度
　　图表 8：2019-2024年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图（单位：元，%）
　　图表 9：2019-2024年中国城镇居民人均可支配收入及增长趋势图（单位：元，%）
　　图表 10：2024年我国社会零售总额增速（单位：%）
　　图表 11：2019-2024年中国化妆品零售总额及增长（单位：亿元，%）
　　图表 12：2019-2024年主要经济指标增长及预测（单位：%）
　　图表 13：2019-2024年中国GDP与化妆品行业产值对比图（单位：亿元，万亿元）
　　图表 14：2019-2024年居民人均收入与化妆品行业销售收入对比图（单位：亿元，万亿元）
　　图表 15：2019-2024年中国化妆品行业销售收入规划图（单位：亿元，%）
　　图表 16：化妆品行业规划品牌目标
　　图表 17：化妆品行业新产品份额规划
　　图表 18：中国消费者的主要分类（单位：%）
　　图表 19：不同心理的女性消费者行为研究
　　图表 20：男性消费者的购买动机形成分析
　　图表 21：六大城市不同性别居民化妆品购买比例（单位：%，人）
　　图表 22：六大城市不同年龄居民化妆品的购买比例（单位：%，人）
　　图表 23：六大城市不同学历居民化妆品的购买比例（单位：%，人）
　　图表 24：中低收入消费者消费行为研究
　　图表 25：六大城市不同收入居民化妆品的购买比例（单位：%，人）
　　图表 26：六大城市不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：%，人）
　　图表 27：六大城市不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：%，人）
　　图表 28：六大城市不同杂志媒介接触频率居民化妆品的购买比例（单位：%，人）
　　图表 29：六大城市不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：%，人）
　　图表 30：六大城市不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：%，人）
　　图表 31：不同化妆品消费人群接触各类广告的排名及比例（单位：%，人）
　　图表 32：药妆品常用天然油脂
　　图表 33：2019-2024年我国油料播种面积（单位：千公顷）
　　图表 34：2019-2024年我国油料总产量（单位：万吨）
　　图表 35：2019-2024年油料生产价格指数走势（单位：%）
　　图表 36：“十四五”期间主要油脂化工产品产量（单位：万吨，%）
　　图表 37：2019-2024年马来西亚脂肪酸产量（单位：万吨，%）
　　图表 38：2019-2024年马来西亚脂肪酸库存情况（单位：万吨，%）
　　图表 39：2019-2024年甘油价格走势（单位：万元/吨）
　　图表 40：2019-2024年我国钛白粉实际产量及同比增速（单位：万吨，%）
　　图表 41：2019-2024年国内钛白粉价格走势（单位：元/吨）
　　图表 42：重点中药材产品种植面积及区域分布情况
　　图表 43：药妆品包装特点
　　图表 44：药妆品包装趋势分析
　　图表 45：原材料对药妆行业的影响分析
　　图表 46：塑料包装行业对药妆行业的影响分析
　　图表 47：2019-2024年中国社会消费品零售总额及其增长速度（单位：亿元，%）
　　图表 48：2019-2024年中国连锁药店企业数量增长情况（单位：家，%）
　　图表 49：2019-2024年中国连锁药店行业百强销售收入变化情况（单位：万元，%）
　　图表 50：2019-2024年中国连锁药店行业百强销售总额变化（单位：亿元，%）
　　图表 51：2019-2024年中国连锁药店行业不同位次入围门槛变化情况（单位：万元）
　　图表 52：2024-2030年中国电子商务行业交易规模预测（单位：万亿元）
　　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：药妆消费结构（单位：%）
　　图表 56：消费者对药妆认知（单位：%）
　　图表 57：消费者对国外药妆品牌知晓度（单位：%）
　　图表 58：消费者对国内药妆品牌知晓度（单位：%）
　　图表 59：消费者药妆购买动机（单位：%）
　　图表 60：消费者肌肤问题构成（单位：%）
　　图表 61：消费者购买药妆考虑因素（单位：%）
　　图表 62：消费者药妆购买渠道（单位：%）
　　图表 63：消费者药妆新品知晓方式（单位：%）
　　图表 64：2024-2030年全球药妆市场规模及预测（单位：亿美元）
　　图表 65：国际药妆分布情况（单位：%）
　　图表 66：2019-2024年法国药妆市场规模分析（单位：亿美元）
　　图表 67：法国药妆市场概况
　　图表 68：2019-2024年日本药妆市场规模分析（单位：亿日元）
　　图表 69：日本药妆市场概况
　　图表 70：美国药妆市场概况
　　图表 71：国际药妆主要品牌及介绍
　　图表 72：2024-2030年全球药妆&化妆品市场规模增速对比（单位：%）
　　图表 73：2019-2024年不同国家药妆市场规模增速对比（单位：%）
　　图表 74：法国薇姿在华发展历程
　　图表 75：法国理肤泉在华发展历程
　　图表 76：日本芙丽芳丝在华发展历程
　　图表 77：英国清妍在华发展历程
　　图表 78：资生堂DQ在华发展历程
　　图表 79：2024-2030年中国药妆市场规模及预测（单位：亿元）
　　图表 80：中国化妆品行业省市分布示意图（按市场规模）
　　图表 81：广东省药妆主要企业及介绍
　　图表 82：上海市药妆主要企业及介绍
　　图表 83：上海市药妆发展前景分析
　　图表 84：北京市药妆市场发展现状
　　图表 85：国内药妆行业存在的问题
　　图表 86：中国药妆市场竞争层次
　　图表 87：中国药妆市场竞争格局（单位：%）
　　图表 88：中国药妆行业对上游行业的议价能力分析列表
　　图表 89：中国药妆行业对下游行业的议价能力分析列表
　　图表 90：中国化妆品行业替代业务威胁分析列表
　　图表 91：中国药妆行业潜在进入者威胁分析列表
　　图表 92：我国和全球药妆&化妆品行业利润率对比情况（单位：%）
　　图表 93：2019-2024年中国日化行业资产负债规模增长情况（单位：亿元，%）
　　图表 94：2019-2024年日化行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
　　图表 95：2019-2024年中国医药行业发展规模及增长情况（单位：亿元，%）
　　图表 96：药店商业模式分析
　　图表 97：法国主要药妆店介绍
　　图表 98：美国主要药妆店介绍
　　图表 99：日本药妆店特色介绍
　　图表 100：药妆产品药店销售渠道不成熟因素分析
　　图表 101：药妆销售渠道分析
　　图表 102：药妆品牌销售渠道选择
　　图表 103：药店销售渠道存在的政策问题
　　图表 104：药店渠道品类组合建设
　　图表 105：药店渠道地址选择
　　图表 106：薇姿运营策略分析
　　图表 107：保湿类药妆独特成分分析
　　图表 108：保湿类药妆主要品牌
　　图表 109：药妆&普通化妆品保湿认可度调查（单位：%）
　　图表 110：不同保湿产品购买意愿调查（单位：%）
　　图表 111：选购保湿药妆首要考虑因素调查（单位：%）
　　图表 112：不同价格保湿药妆购买意愿调查（单位：%）
　　图表 113：祛斑类药妆独特成分分析
　　图表 114：祛斑类药妆需求调查（单位：%）
　　图表 115：美白类药妆独特成分分析
　　图表 116：抗衰老类药妆独特成分分析
　　图表 117：祛痘类药妆独特成分分析
　　图表 118：中药上市公司涉及药妆领域情况
　　图表 119：北京同仁堂科技发展股份有限公司基本信息表
　　图表 120：北京同仁堂科技发展股份有限公司业务能力简表
略……

了解《[2024年版中国药妆市场深度调研与行业前景预测报告](https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/96/YaoZhuangHangYeXianZhuangYanJiu.html)》，报告编号：15A9296，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/96/YaoZhuangHangYeXianZhuangYanJiu.html>

热点：妆字号和消字号、药妆护肤品有哪些品牌、药妆护肤品有哪些、药妆和普通化妆品有什么区别、药妆最牛的牌子、药妆店的日语、药妆和普通化妆品有什么区别、药妆局、国产口碑最好十大药妆

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！