

2026-2031年中国药妆行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

药妆与化妆品的区别主要有如下几个方面：在使用目的上，化妆品仅是为了容貌修饰和装饰的需要，而药妆品既可容貌修饰又可用于治疗和预防疾病。在使用效果上，化妆品在短期内迅速对皮肤外观起到简单修饰的作用，而药妆品针对性强，功效较一般保养品显著。在配方原料上，化妆品的主要原料分为通用基质原料和天然添加剂，药妆品配方用料的关键是功效活性成分。在产品特点上，大部分化妆品都能直接使用、产品性质相对稳定、种类繁多；而药妆品的特点是配方必须完全公开，须经医学文献和皮肤科临床测试证明，且不含公认的致敏原与色素、香料、防腐剂及表面活性剂等。

“药妆”至今在国内尚没有法规层面明确的界定。为避免化妆品的命名对消费者产生误导，国家食品药品监督管理局出台的《化妆品命名规范》中禁止使用“医学”、“医药”、“医生”、“药妆”等相关词语。国家药监局发文表示“对于以化妆品名义注册或备案的产品，宣称‘药妆’、‘医学护肤品’等‘药妆品’概念的，属于违法行为”。国家卫生部用于规范管理化妆品的主要法规《化妆品卫生监督条例》，仅将化妆品分为特殊、非特殊两类。特殊用途化妆品指作为育发、染发、烫发、脱毛、美乳、健美、除臭、祛斑、防晒等用途的化妆品。因此，在我国以功效性产品为主的“药妆”作为特殊用途化妆品来管理。

中国已有170多家企业涉足功能护肤市场，主要占据中低端市场，包括功能护肤创业公司薇诺娜等，以及“跨界”著名医药企业，如云南白药的采之汲面膜、同仁堂的“同仁御颜”、康恩贝“萃芙理”孕产妇肌肤修复系列、仁和药业的燕窝赋活面膜等。另外还有一些起步较晚的企业，提供产品多为概念性，缺乏实际功效性，随着功能护肤市场标准的完善和竞争的加剧，有可能会被逐渐淘汰。总体来看，国产品牌尚处于起步阶段，品牌知名度和产品销量远不及国外知名品牌。中国品牌网推出的功能护肤十大品牌排行榜里，清一色为欧美日韩品牌，国产品牌的市场影响力较低。

依托国内丰富的中草药资源，国产品牌市场份额有望提升。中国拥有丰富的中草药资源，如松茸、甘草、红景天、红花等，这些是化妆品业界常用的功能护肤品原料。国外功能护肤品牌瞄准国内这些丰富的原料资源，也在寻求和国内品牌的合作，以推进中国功能护肤市场。

中国功能护肤市场消费需求“年轻化”趋势明显，祛痘类市场增长迅速。目前功能护肤消费有越来越“年轻化”的趋势。85后、90后、95后消费者占据市场主体，且95后消费者的消费能力增长最快。伴随着消费者年轻化趋势，功能护肤中主要针对青春痘患者的祛痘类产品需求在不断攀升。中国的“痘痘肌”人群数量在1亿人左右，至少有6.5亿不同程度的痤疮人群。加之“修仙党”“加班汪”的社会风气在15-30岁人群中盛行，生活压力、作息紊乱已成为痘痘肌人群增多的主要原因。同时，消费者祛痘意识也愈发强烈，祛痘产品已成为功能护肤里面增长较快的一个细分赛道。“精细化”需求兴起，功能护肤市场有望实现差异竞争。80后、90后作为化妆品市场的消费主体，最显著的消费特点之一，就是更懂得理性选择、重视个性化需求。功能护肤作为功效性化妆品类，细分趋势日益明显。在功能护肤功效需求问卷调查中，抗敏只排到第4位，占比29%，去黑头、收缩毛孔、祛痘、消除痘印、安全抗皱等更为细分具体的功效占绝对比重。在功能护肤吸引消费者购买的主要因素里面，83%的人认为能解决毛孔粗大、痘痘肌和敏感肌等针对性皮肤问题的功能护肤，是考虑购买的主要因素。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国香料香精化妆品工业协会、中国医药协会、中国中药协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国药妆及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、行业经营模式、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国药妆行业发展状况和特点，以及中国药妆行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的药妆行业发展态势作了详细分析，并对药妆行业进行了趋向研判，是药妆生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前药妆行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 药妆行业发展综述

第一节 药妆行业定义及分类

一、药妆行业定义

二、药妆产品分类

第二节 药妆行业基本综述

一、药妆特点分析

二、药妆功能分析

三、药妆作用类别

四、药妆品牌识别

五、药妆皮肤抗药性

第三节 药妆与普通化妆品及药品的区别

一、药妆与普通化妆品的区别

二、药妆与药品的区别

第二章 药妆行业市场环境及影响分析

第一节 行业政治法律环境

一、行业相关政策分析

二、行业相关发展规划

三、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

一、药妆产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、影响因素点评及建议

第四节 行业消费环境分析

一、消费群体变化分析

二、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”

三、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

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

四、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
- 五、城市居民接触各类化妆品广告排名情况

第三章 国际药妆行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球药妆市场总体情况分析

- 一、全球药妆行业发展特点
- 二、全球药妆市场结构分析
- 三、全球药妆行业发展分析
- 四、全球药妆行业竞争格局
- 五、全球药妆市场区域分布
- 六、全球药妆市场规模分析

第二节 全球主要国家(地区)市场分析

- 一、法国药妆市场发展分析
- 二、美国药妆市场发展分析
- 三、日本药妆市场发展分析
- 四、德国药妆市场发展分析

第三节 全球药妆市场发展预测

- 一、全球药妆市场开发热点分析
- 二、2026-2031年全球药妆市场发展趋势
- 三、2026-2031年全球药妆市场规模预测

第二部分 行业深度分析

第四章 中国药妆行业运行现状分析

第一节 中国药妆行业发展状况分析

- 一、中国药妆行业发展历史
- 二、国内外药妆行业研究现状
- 三、中国药妆行业发展特点分析
- 四、中国药妆行业商业模式分析

第二节 中国药妆行业发展现状

- 一、中国药妆行业发展分析
- 二、中国药妆企业发展分析
- 三、药妆的不同作用及市售药妆代表产品
- 四、药妆公司及旗下的药妆品牌

第三节 中国药妆市场结构分析

- 一、药妆行业市场规模分析
- 二、药妆市场集中度分析
 - 1、绝对集中度指标
 - 2、赫希曼指数分析
- 三、药妆市场消费需求分析
 - 1、药妆市场消费群体分析
 - 2、药妆市场消费水平分析
 - 3、药妆市场消费观念分析
- 四、药妆行业市场特征分析

- 1、本土企业市场占有率低
- 2、市场规模增长快
- 3、药妆品价格偏高
- 4、消费群体分布范围小

第四节 中国药妆产品开发及推广特点

- 一、注重科研合作
- 二、加大医学推广
- 三、突出自身特色

第五节 植物药妆品开发利用分析

- 一、药妆品中植物源活性成分
- 二、植物有效成分的提取、分离和纯化技术
- 三、植物药妆品生产工艺分析
- 四、植物药妆品的安全性和功效性分析
- 五、植物药妆品发展前景展望

第五章 中国药妆行业经营模式分析

第一节 日化企业生产型模式分析

- 一、日化企业生产型模式市场现状
 - 1、国内外品牌构成
 - 2、市场渗透现状
- 二、日化企业生产型品牌运作模式
 - 1、单一品牌运作
 - 2、多品牌运作

三、日化企业生产型品牌建设现状

四、日化企业生产型营销分析

第二节 药企生产型模式分析

一、药企生产型模式市场现状

二、药企生产型品牌建设现状

1、单一品牌运作

2、产品功能诉求

三、药企生产型发展瓶颈

1、标准缺失

2、产品线单一

第三节 药店药妆产品经营策略及盈利点分析

一、药店药妆业务经营的现状

1、药店采购药妆产品难点分析

2、消费者购买药妆习惯分析

3、药店药妆专业销售店员分析

二、解决药店经营药妆问题的建议

1、药妆采购渠道联盟化

2、药妆店选择策略建议

3、药妆人才专业化

4、品类服务与专业化

三、药店药妆产品的经营策略

四、药店药妆产品盈利点分析

五、药店药妆产品的前景展望

第四节 药妆店发展特征及改进策略分析

一、中国药妆店发展阶段分析

1、药妆店的试水阶段

2、药妆店的起步阶段

3、药妆店的发展阶段

二、中国药妆店发展特征分析

1、药妆店市场格局特征

2、药妆店商品结构特征

3、药妆店地理分布特征

4、药妆店经营方式特征

三、中国药妆店发展问题分析

1、药妆店消费习惯问题

2、药妆行业发展的门槛

3、药妆店流通渠道问题

4、药妆店专业标准问题

四、中国药妆店发展策略分析

1、引导和培养消费者的消费习惯

2、通过联盟与专营相结合方式建立药妆品供应链

3、科学选址、品类组合及陈列合理

4、内部培训与外部招聘相结合加强药妆品人才建设

五、中国药妆店产品设置策略分析

- 1、品牌设置策略分析
- 2、种类设置策略分析
- 3、毛利设置策略分析

第六章 中国药妆行业经营案例分析

第一节 薇姿品牌经营案例分析

- 一、薇姿品牌的创立与上市
- 二、薇姿与同类型药妆比较
- 三、薇姿品牌独特模式分析
- 四、薇姿品牌营销模式分析
- 五、薇姿品牌的广告经营
- 六、薇姿品牌的公关活动
- 七、薇姿品牌经营解剖

第二节 昆明贝克诺顿制药有限公司产品经营案例分析

- 一、昆明贝克诺顿制药有限公司简介
- 二、昆明贝克诺顿制药有限公司oc8药妆品牌问题
 - 1、清媛控油啫喱存在的市场问题
 - 2、样板市场药店经营情况分析
- 三、产生问题的原因及解决方案
 - 1、清媛控油啫喱市场问题分析及解决方案
 - 2、药店经营情况分析及解决方案
- 四、案例总结

第七章 中国药妆行业营销趋势及策略分析

第一节 国外药妆行业销售渠道分析

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 国内药妆行业销售渠道分析

一、药房渠道

1、渠道概况

2、进入壁垒

3、成本/盈利分析

二、美容院渠道

1、渠道概况

2、进入壁垒

3、成本/盈利分析

三、专卖店渠道

1、渠道概况

2、进入壁垒

3、成本/盈利分析

四、商超渠道

1、渠道概况

2、进入壁垒

3、成本/盈利分析

五、电子网络渠道

1、渠道概况

2、进入壁垒

3、成本/盈利分析

六、直销渠道

1、渠道概况

2、进入壁垒

3、成本/盈利分析

七、展会渠道

1、渠道概况

2、进入壁垒

3、成本/盈利分析

第三节 药妆行业销售渠道问题集对策分析

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、终端对药妆的定位不明确

3、药妆渠道问题的解决对策

二、药店经营药妆面临的问题分析

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

三、药店经营药妆问题及策略分析

- 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

四、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

五、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
- 四、口碑式营销策略

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

第三部分 市场全景调研

第八章 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、药妆原料市场发展分析

1、药妆天然油质原料市场分析

2、药妆合成油质原料市场分析

3、药妆粉质原料市场分析

4、药妆胶质原料市场分析

5、中草药市场分析

二、药妆包装市场发展分析

1、药妆包装特点分析

2、药妆包装风格分析

3、药妆包装流行趋势

4、药妆包装策略分析

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

第九章 中国药妆行业细分产品市场分析

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

第四部分 竞争格局分析

第十章 2026-2031年药妆行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、药妆行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、药妆行业swot分析

1、药妆行业优势分析

2、药妆行业劣势分析

3、药妆行业机会分析

4、药妆行业威胁分析

第二节 药妆行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 药妆行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 药妆行业并购重组分析

一、跨国公司在华投资兼并与重组分析

二、本土企业投资兼并与重组分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节 药妆市场竞争策略分析

一、影响药妆竞争力的因素分析

二、药妆市场竞争策略分析

第十一章 2026-2031年药妆行业领先企业经营形势分析

第一节 国际药妆品牌经营形势分析

一、法国薇姿

1、企业发展简况分析

2、企业在华布局分析

3、品牌发展简况分析

4、品牌经营情况分析

5、品牌竞争优势分析

6、品牌营销策略分析

7、品牌最新发展动态

二、法国雅漾

1、企业发展简况分析

2、企业在华布局分析

3、品牌发展简况分析

4、品牌经营情况分析

5、品牌竞争优势分析

6、品牌营销策略分析

7、品牌最新发展动态

三、法国理肤泉

1、企业发展简况分析

2、企业在华布局分析

3、品牌发展简况分析

4、品牌经营情况分析

5、品牌竞争优势分析

6、品牌营销策略分析

7、品牌最新发展动态

四、美国雅诗兰黛

1、企业发展简况分析

2、企业在华布局分析

3、品牌发展简况分析

4、品牌经营情况分析

5、品牌竞争优势分析

6、品牌营销策略分析

7、品牌最新发展动态

五、美国肌研

1、企业发展简况分析

2、企业在华布局分析

3、品牌发展简况分析

4、品牌经营情况分析

5、品牌竞争优势分析

6、品牌营销策略分析

7、品牌最新发展动态

六、韩国whoo后

1、企业发展简况分析

2、企业在华布局分析

3、品牌发展简况分析

4、品牌经营情况分析

5、品牌竞争优势分析

6、品牌营销策略分析

7、品牌最新发展动态

七、德国优色林

1、企业发展简况分析

2、企业在华布局分析

3、品牌发展简况分析

4、品牌经营情况分析

5、品牌竞争优势分析

6、品牌营销策略分析

7、品牌最新发展动态

八、韩国sulwhasoo雪花秀

1、企业发展简况分析

2、企业在华布局分析

3、品牌发展简况分析

4、品牌经营情况分析

5、品牌竞争优势分析

6、品牌营销策略分析

7、品牌最新发展动态

九、日本芙丽芳丝

1、企业发展简况分析

2、企业在华布局分析

3、品牌发展简况分析

4、品牌经营情况分析

5、品牌竞争优势分析

6、品牌营销策略分析

7、品牌最新发展动态

十、日本雪肌精

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业在华布局分析
- 3、品牌发展简况分析
- 4、品牌经营情况分析
- 5、品牌竞争优势分析
- 6、品牌营销策略分析
- 7、品牌最新发展动态

第二节 中国领先药妆企业经营形势分析

一、北京同仁堂科技发展股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营收入分析
- 3、企业资产负债分析
- 4、企业药妆品牌分析
- 5、药妆品牌经营动态
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业未来发展战略

二、漳州片仔癀药业股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营收入分析
- 3、企业经营效率分析
- 4、企业偿债能力分析

- 5、企业发展能力分析
- 6、企业盈利能力分析
- 7、企业药妆品牌分析
- 8、药妆品牌经营动态
- 9、企业竞争优势分析
- 10、企业未来发展战略

三、浙江康恩贝制药股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营收入分析
- 3、企业经营效率分析
- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业发展能力分析
- 6、企业盈利能力分析
- 7、企业药妆品牌分析
- 8、药妆品牌经营动态
- 9、企业销售渠道分析
- 10、企业未来发展战略

四、马应龙药业集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营收入分析
- 3、企业经营效率分析
- 4、企业偿债能力分析

- 5、企业发展能力分析
- 6、企业盈利能力分析
- 7、企业药妆品牌分析
- 8、药妆品牌经营动态
- 9、企业销售渠道分析
- 10、企业投资动向分析

五、广州白云山敬修堂药业股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业药妆品牌分析
- 4、药妆品牌经营动态
- 5、企业最新发展动向
- 6、企业前景规划分析

六、昆明华润圣火药业有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业化妆品公司分析
- 4、企业药妆品牌分析
- 5、药妆品牌经营动态
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业前景规划分析

七、广州市白雪映象化妆品有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业药妆品牌分析
- 4、药妆品牌经营动态
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业投资风险分析
- 7、企业最新发展动向
- 8、企业未来发展战略

八、广州白云山陈李济药厂有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业药妆品牌分析
- 4、药妆品牌经营动态
- 5、企业质量管理分析
- 6、企业技术研发分析
- 7、企业销售渠道分析
- 8、企业最新发展动向

九、上海家化联合股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营收入分析
- 3、企业经营效率分析

- 4、企业偿债能力分析
- 5、企业发展能力分析
- 6、企业盈利能力分析
- 7、企业药妆品牌分析
- 8、药妆品牌经营动态
- 9、企业竞争优势分析
- 10、企业未来发展战略

十、苏州尚美国际化妆品有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业药妆品牌分析
- 4、药妆品牌经营动态
- 5、企业最新发展动向
- 6、企业未来发展战略

十一、广州市康亦美医药科技有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业药妆品牌分析
- 4、药妆品牌经营动态
- 5、企业药妆产品分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业最新发展动向

8、企业未来发展战略

十二、三九企业集团兰考生物制品有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业药妆品牌分析

4、药妆品牌经营动态

5、企业最新发展动向

6、企业未来发展战略

十三、霸王(广州)有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业药妆品牌分析

4、药妆品牌经营动态

5、企业竞争优势分析

6、企业销售网络分析

7、企业最新发展动向

8、企业未来发展战略

十四、上海佰草集化妆品有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业药妆品牌分析

4、药妆品牌经营动态

5、企业最新发展动向

6、企业未来发展战略

十五、太安堂集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业药妆品牌分析

4、药妆品牌经营动态

5、企业竞争优势分析

6、企业技术研发分析

7、企业最新发展动向

8、企业未来发展战略

十六、福建泉州恒泉化妆品有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业药妆品牌分析

4、药妆品牌经营动态

5、企业竞争优势分析

6、企业科研创新分析

7、企业生产基地分析

8、企业最新发展动向

十七、滇虹药业集团股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业药妆品牌分析

4、药妆品牌经营动态

5、企业竞争优势分析

6、企业科研实力分析

7、企业招商政策分析

8、企业最新发展动向

十八、上海第一医药股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营收入分析

3、企业经营效率分析

4、企业偿债能力分析

5、企业发展能力分析

6、企业盈利能力分析

7、企业药妆品牌分析

8、药妆品牌经营动态

9、企业竞争优势分析

10、企业销售渠道分析

十九、吉林医美吉化妆品有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业药妆品牌分析

4、药妆品牌经营动态

5、企业营销布局分析

6、企业科研实力分析

7、企业招商政策分析

8、企业最新发展动向

二十、伽蓝(集团)股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业药妆品牌分析

4、药妆品牌经营动态

5、企业科技研发分析

6、企业发展规模分析

7、企业最新发展动向

8、企业可持续发展分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 2026-2031年药妆行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年药妆市场发展前景

一、2026-2031年药妆市场发展潜力

二、2026-2031年药妆市场发展前景展望

三、2026-2031年药妆细分行业发展前景分析

1、保湿类药妆市场需求前景

2、祛斑类药妆市场需求前景

3、美白类药妆市场需求前景

4、抗衰老类药妆市场需求前景

5、祛痘类药妆市场需求前景

6、去角质类药妆市场需求前景

第二节 2026-2031年药妆市场发展趋势预测

一、药妆原料技术发展趋势

二、药妆产品发展趋势分析

三、药妆产品消费趋势分析

四、药妆市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国药妆行业供需预测

一、2026-2031年中国药妆企业数量预测

二、2026-2031年中国药妆市场规模预测

三、2026-2031年中国药妆市场需求预测

四、2026-2031年中国药妆行业供需平衡预测

第六部分 发展战略研究

第十三章 2026-2031年药妆行业投资战略研究

第一节 药妆行业投资特性分析

一、药妆行业进入壁垒分析

二、药妆行业盈利因素分析

三、药妆行业盈利模式分析

第二节 2026-2031年药妆行业投资风险

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第三节 2026-2031年药妆行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、药妆行业投资机遇

第四节 2026-2031年药妆行业投资战略研究

一、2026-2031年药妆行业整体投资战略

二、2026-2031年药妆细分行业投资战略

第十四章 2026-2031年药妆行业发展战略研究

第一节 药妆行业发展瓶颈分析

一、药妆品类规划混乱分析

二、药妆销售的专业性分析

三、异业阻击药妆销售分析

四、医保刷卡对药妆销售影响分析

第二节 药妆行业发展建议

一、完善相关法律法规

二、树立良好品牌形象

三、提高社会对药妆的认知度

四、发挥本土品牌的价格优势

五、提升本地药妆企业的创新能力

第三节 药妆市场发展建议

一、聚焦核心单品

二、把握消费者心理

三、发扬中药养颜文化精华

四、借鉴日化店和药店经营的双重经验

第四节 药妆零售差异化策略分析

一、药妆零售业发展概况

二、药妆零售品牌问题分析

1、雷同的品牌定位

2、同质化的商品结构

3、相似的品牌促销

4、类似的品牌体验

三、药妆零售差异化策略分析

1、寻找独特的品牌定位

2、优先掌握商品资源

3、创新店铺销售环境

4、改进品牌促销手法

5、发动员工传播品牌

第五节 药妆行业发展战略研究

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

第十五章 研究结论及发展建议

第一节 药妆行业研究结论及建议

第二节 药妆细分产品研究结论及建议

第三节 药妆相关主体研究结论及建议

一、制药企业

二、药店

第四节 中道泰和药妆行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：中国对药妆产品的不同定义

图表：药妆产品分类

图表：药妆与普通化妆品的区别

图表：药妆与药品的区别

图表：化妆品行业规划品牌目标

图表：化妆品行业新产品份额规划

图表：中国消费者的主要分类

图表：不同心理的女性消费者行为研究

图表：男性消费者的购买动机形成分析

图表：不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况

图表：不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况

图表：不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费情况

图表：不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况

图表：2021-2026年全球药妆市场规模

图表：2021-2026年不同国家药妆市场规模增速对比

图表：国际药妆主要品牌及介绍

图表：2021-2026年中国药妆市场规模

图表：药妆产品药店销售渠道不成熟因素分析

图表：药妆销售渠道分析

图表：药妆品牌销售渠道选择

图表：药店销售渠道存在的政策问题

图表：药店渠道品类组合建设

图表：药店渠道地址选择

图表：药妆品包装趋势分析

图表：不同年龄层次对药妆的需求

图表：药妆消费结构

图表：中国和全球药妆&化妆品行业利润率对比情况

图表：北京同仁堂科技发展股份有限公司经营收入

图表：北京同仁堂科技发展股份有限公司资产负债

图表：漳州片仔癀药业股份有限公司经营收入

图表：浙江康恩贝制药股份有限公司经营收入

图表：2026-2031年全球化妆品市场规模预测

图表：2026-2031年全球药妆市场规模预测

图表：2026-2031年不同国家药妆市场规模预测

图表：2026-2031年中国化妆品市场规模预测

图表：2026-2031年中国药妆市场规模预测

图表：2026-2031年中国药妆行业供给预测

图表：2026-2031年中国药妆行业需求预测

图表：2026-2031年中国药妆行业供需平衡预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：137854

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20190922/137854.shtml>

在线订购：[点击这里](#)