

中国银杏药妆行业市场发展分析及行业前景预测研究报告(2026-2031版)

报告简介

现代青年女性是一个极具特色的消费群体，银杏药妆经营者只有在把握青年女性的购买动机与需求以及决策的心理活动过程中，才能把握住市场的契机乃至整个消费市场的变迁及发展趋势。对青年女性化妆品消费习惯的研究，将成为医药零售从业者又一个重大课题。一般说来，青年女性在消费上具有典型的“非理性”和“不言悔”两大行为特征。

当前，越来越多的消费者对化妆品有了更高层次的审视，面对日益细分化和差异化的化妆品市场，银杏药妆凭借精简的成分兼具良好的治疗效果，也受到了国内消费者的青睐。

同时，基于银杏药妆市场逐年增长，品牌间为在竞争中拔得头筹，也热衷于利用差异化营销塑造明星产品，在市场、消费者与品牌三方共同作用下的国内银杏药妆市场，虽然起步较晚、规模较小，背后也隐藏着十分可观的经济利益，整体发展前景还有很大上升空间。

本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、国家财政部、中国证券监督管理委员会、中国风险投资协会、中国风险投资研究院、深圳创业投资同业公会、北京创业投资协会、上海创业投资行业协会、银杏药妆行业相关协会、51行业报告网、国内外相关刊物的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料。对银杏药妆行业风险投资现状等进行了系统的分析，并重点分析了银杏药妆行业风险投资的主要现存问题、相应对策以及新形势下面临的机遇与挑战和企业的应对策略等。是风险投资公司、研究机构及银杏药妆行业相关企业准确了解目前银杏药妆行业风险投资业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 银杏药妆行业概述

第一节 药妆界定

一、药妆的定义

二、同一般化妆品的区别

三、同药品的区别

第二节 银杏药妆基本介绍

一、银杏药妆的定义

二、银杏药妆的类别

第三节 银杏药妆品的美容历史、机制及应用概况

一、银杏药妆品的美容历史

二、银杏药妆品的机制

三、银杏药妆品的应用概况

第二章 2021-2026年中国银杏药妆行业发展环境分析

第一节 经济环境

一、全球经济形势

1、国际宏观经济运行情况

2、国际宏观经济走势预测

二、国内经济现状

三、经济转型升级

四、经济发展走势

第二节 社会环境

一、居民收入水平

二、消费结构升级

三、人口总量规模

四、人口老龄化进程

第三节 研发环境

一、中药原料丰富

二、中医理论雄厚

三、研发机构缺乏

第三章 2021-2026年国际银杏药妆行业发展分析

第一节 2021-2026年国际银杏药妆行业发展综况

一、市场规模现状

二、区域分布格局

三、市场格局分析

四、行业管理情况

五、研究状况分析

六、市场规模预测

第二节 全球主要国家银杏药妆行业发展分析

一、法国

二、日本

三、美国

第四章 2021-2026年中国银杏药妆行业总体发展分析

第一节 中国银杏药妆行业整体综述

一、银杏药妆发展历史

二、银杏药妆研究现状

三、市场发展潮流

第二节 2021-2026年中国银杏药妆市场发展状况

一、市场规模现状

二、行业盈利状况

三、消费市场需求

第三节 2021-2026年中国银杏药妆市场竞争状况

一、波特五力模型

二、品牌竞争状况

三、市场竞争层次

四、国内品牌格局

第四节 2021-2026年中国银杏药妆市场重点区域发展状况

一、区域分布状况

二、广东市场状况

三、上海市场状况

四、北京市场状况

第五节 中国银杏药妆行业发展存在的问题

一、市场推广问题

二、产品缺陷问题

三、品牌定位问题

第六节 中国银杏药妆行业发展对策分析

一、注重顾客需求

二、着力市场培养

三、提供专业服务

四、渠道和开发推广

第五章 2021-2026年中国银杏药妆市场消费特征分析

第一节 中国化妆品消费特征分析

一、消费者总体构成

二、消费者行为分析

三、消费者认知分析

第二节 银杏药妆消费群体特征分析

一、女性消费者

二、网络消费者

第三节 银杏药妆消费群体心理分析

一、年轻消费群体

二、中年消费群体

第六章 2021-2026年中国银杏药妆行业销售渠道分析

第一节 银杏药妆行业销售特点及销售渠道分析

一、化妆品销售渠道

二、银杏药妆销售特点

三、银杏药妆销售渠道

第二节 中国银杏药妆电商市场发展状况

一、市场发展状况

二、市场交易规模

第三节 中国银杏药妆销售渠道发展问题分析

- 一、缺乏集成供应商
- 二、终端渠道定位不明
- 三、otc渠道能力问题
- 四、需要拓展新渠道

第四节 中国银杏药妆销售渠道拓展路径分析

- 一、服务营销渠道
- 二、商业零售渠道

第七章 2021-2026年中国银杏药妆行业营销分析

第一节 国外营销模式特点概述

- 一、法国
- 二、美国
- 三、日本

第二节 银杏药妆品牌的差异化营销分析

- 一、产品差异化
- 二、定位差异化
- 三、文化差异化

第三节 本土银杏药妆企业营销不足分析

- 一、银杏药妆定义缺位
- 二、缺乏核心差异
- 三、消费教育之难
- 四、目标战略失重

第四节 本土银杏药妆品牌营销的关键点

- 一、聚焦核心单品
- 二、把握消费者心理
- 三、紧抓中药概念
- 四、创新传播营销
- 五、银杏药妆营销禁忌

第八章 银杏药妆行业重点企业经营形势分析

第一节 银杏药妆企业总体发展状况分析

- 一、银杏药妆企业主要类型
- 二、银杏药妆企业资本运作分析
- 三、银杏药妆企业创新及品牌建设
- 四、银杏药妆企业国际竞争力分析
- 五、银杏药妆行业企业排名分析

第二节 银杏药妆重点公司主要竞争力分析

- 一、盈利能力分析
- 二、偿债能力分析
- 三、营运能力分析
- 四、成长能力分析

第三节 银杏药妆重点公司分析

- 一、欧莱雅(中国)有限公司
- 二、皮尔法伯(上海)医疗科技有限公司
- 三、佳丽宝化妆品(中国)有限公司
- 四、台湾森田有限公司

五、欧缦丽(上海)化妆品有限公司

第九章 中国银杏药妆行业投资分析

第一节 药妆产业投资特性分析

一、产业特性

二、赢利模式

三、投资优势

第二节 银杏药妆行业投资机遇分析

一、投资前景看好

二、市场发展契机

三、准入门槛较低

第三节 银杏药妆行业投资风险分析

一、政策风险

二、渠道风险

三、盈利隐忧

四、其他风险

第十章 银杏药妆行业未来发展前景及趋势预测分析

第一节 中国银杏药妆行业发展前景

一、市场发展潜力

二、行业前景广阔

三、行业发展趋向

四、产品发展方向

第二节 中国银杏药妆行业发展趋势分析

第三节 对2026-2031年银杏药妆行业发展预测分析

一、行业发展因素

二、市场规模预测

图表目录

图表：药妆的不同作用及市售药妆代表产品

图表：世界银行大宗商品价格指数

图表：2021-2026年美国cpi及核心cpi

图表：2021-2026年美国新增就业人数和失业率

图表：欧洲经济增速放缓

图表：欧洲主要经济体gdp环比增长

图表：欧元区hicp(%)接近目标

图表：日本pmi指数和消费水平低位波动

图表：日本进出口贸易持续改善

图表：msci新兴市场货币指数

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：207115

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20210415/207115.shtml>

在线订购：[点击这里](#)