

# 2016-2022年中国香水行业 深度研究与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国香水行业深度研究与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/5591657KYW.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

香水是以香精、动物香料和酒精以一定比例调制的，喷洒过后可以让人体保持持久的固定气味的液体。香精萃取自植物，动物香料直接取自动物的身体，有麝香、龙涎香等，是香水的主要香源。香水加入酒精，是借以酒精的挥发性来达到香气四溢的效果。

我国的香料行业发展历史已久，为我国香水行业的发展在技术、经验上打下了一定的基础。此外，在现代香水生产中，我国也大量引进了国外的生产技术与工艺，进一步推动了香水行业在我国的发展，促进了我国香水行业走进成长期。

《2016-2022年中国香水行业深度研究与投资战略研究报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了香水行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国香水行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国香水行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

### 第一章 香水概述

#### 第一节 香水的相关介绍

##### 一、香水的概念和起源

##### 二、香水的分类

##### 三、香水的派别及特征

##### 四、香水的味阶

##### 五、香水的颜色

#### 第二节 香水用香料概述

##### 一、制造香料的花香分类

##### 二、主要植物性香水原料

##### 三、主要动物性香水原料

##### 四、中国天然香料品种及分布

#### 第三节 香水制造的相关概念及工艺

##### 一、调香的含义

## 二、香水制造工艺流程

### 第二章 2013-2015年世界香水产业发展态势分析

#### 第一节 2013-2015年国际香水的历史及品牌概述

- 一、世界香水的产生和发展历史
- 二、世界十大国度香水起源与历史
- 三、世界著名香水品牌及其风格简况
- 四、世界香水的命名方式介绍

#### 第二节 2013-2015年世界香水市场发展动态分析

- 一、世界香水业步入生态时代
- 二、世界香水市场规模分析
- 三、世界香水行业潮流浅析
- 四、香水行业掀起怀旧复古风
- 五、欧美高端香水在危机中逆市上扬

#### 第三节 世界分地区和国家香水市场发展状况分析

- 一、美国香水市场的发展浅析
- 二、法国香水市场的发展浅析
- 三、印度香水市场的发展浅析

#### 第四节 2013-2015年世界香水产品开发动态

- 一、阿玛尼开发出男士香水系列产品
- 二、世界香水巨头联手开发新香水系列
- 三、世界首款铁路主题香水上市

#### 第五节 2013-2015年世界香水包装发展概述

- 一、现代香水瓶的材质
- 二、现代香水瓶的造型与设计
- 三、现代香水瓶的装饰
- 四、现代香水瓶造型的设计思维分析
- 五、法国香水包装设计的特点分析
- 六、特色香水包装是抢占消费者关键

### 第三章 2013-2015年中国香水行业市场发展环境分析

#### 第一节 2013-2015年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、中国居民消费价格走势
- 三、城乡居民收入与消费分析
- 四、中国社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析
- 第二节 2013-2015年中国香水行业政策环境分析
  - 一、化妆品卫生规范
  - 二、化妆品评审和命名新政策解读
  - 三、化妆品广告管理办法
  - 四、香料香精产品生产许可证实施细则
- 第三节 2013-2015年中国香水行业社会环境分析
  - 一、中国人口及分布总体情况
  - 二、中国女性人口及年龄分布
  - 三、女性化妆品消费观念变革
- 第四节 2013-2015年中国化妆品行业发展分析
  - 一、中国化妆品市场概况
  - 二、中国化妆品行业发展概况
  - 三、中国化妆品行业发展概况
  - 四、中国化妆品行业发展概况
  
- 第四章 2013-2015年中国香水市场分析
  - 第一节 2013-2015年中国香水市场运行分析
    - 一、中国香水市场规模及构成
    - 二、中国香水市场规模
    - 三、中国香水市场结构分析
    - 四、中国国产香水品牌发展优势浅析
    - 五、香水企业不断细分市场开拓市场潜力
  - 第二节 中国香水市场竞争分析
    - 一、中国香水品牌市场竞争格局
    - 二、中国香水品牌竞争状况
  - 第三节 2013-2015年中国香水消费分析

- 一、中国香水消费与国外消费存在差异
- 二、中国香水消费者购买习惯分析
- 三、中国香水消费的使用范围分析
- 四、中国香水消费的使用频率分析
- 五、中国香水消费新趋势

#### 第四节 2013-2015年中国香水营销分析

- 一、日本香水的销售模式借鉴
- 二、香水企业的战略营销实践
- 三、香水企业的战略营销路径
- 四、香水企业的营销模式定位
- 五、香水企业的营销策略分析

#### 第五节 2013-2015年中国香水市场面临的问题和发展对策

- 一、中国香水市场的发展瓶颈分析
- 二、国产香水发展的制约因素分析
- 三、国产香水品牌走出发展瓶颈的方法

### 第五章 2013-2015年中国香水细分产业营运现况

#### 第一节 汽车香水

- 一、车用香水的种类及选择
- 二、广东汽车香水市场呈现出繁荣景象
- 三、中国首款人车两用汽车香水上市
- 四、汽车香水营销分析
- 四、国内车用香水市场发展的制约因素

#### 第二节 男士香水

- 一、男士香水市场逐渐发展起来
- 二、中国男士香水市场规模
- 三、品牌成为男士选用香水主要因素
- 四、观念障碍制约男士香水的发展
- 五、找准定位精心打造男士香水品牌
- 六、男士香水市场大有潜力

#### 第三节 儿童香水

- 一、国内外儿童香水市场概况

- 二、中国儿童香水发展备受误解
- 三、儿童香水打开中国市场可能性

## 第六章 2013-2015年中国香水及花露水进出口分析(3303)

### 第一节 2013-2015年中国香水及花露水进出口总体情况

- 一、中国香水及花露水进口情况
- 二、中国香水及花露水出口情况

### 第二节 2013-2015年中国主要省市香水及花露水进出口情况

- 一、中国主要省市香水及花露水进口情况
- 二、中国主要省市香水及花露水出口情况

### 第三节 2013-2015年中国香水及花露水进出口流向情况

- 一、中国香水及花露水进出口流向情况
- 二、中国香水及花露水出口流向情况

### 第四节 2013-2015年中国香水及花露水进出口均价分析

## 第七章 2013-2015年中国香水消费者调查分析

### 第一节 中国香水主要消费市场总体分析

### 第二节 中国香水消费者生活态度分析

- 一、品牌观
- 二、广告观
- 三、购物投资观
- 四、饮食生活观
- 五、个性时尚观
- 六、工作成就观
- 七、科技环保观

### 第三节 中国香水消费者体育及休闲活动

- 一、体育活动
- 二、休闲活动

### 第四节 中国香水区域消费状况分析

- 一、华北地区
- 二、东北地区
- 三、华东地区

- 四、中南地区
- 五、西南地区
- 六、西北地区

## 第八章 香精香料行业发展分析

### 第一节 2013-2015年世界香精香料行业分析

### 第二节 2013-2015年中国香精香料行业分析

- 一、中国民族香精香料行业现状
- 二、世界香精香料知名企业完成在华战略布局
- 三、中国最大香精香料生产基地建成
- 四、中国香精香料行业发展思路
- 五、云南省香精香料产业发展对策

### 第三节 2013-2015年中国香料香精企业的发展分析

- 一、中国香精香料生产企业三大格局分析
- 二、中国香精香料企业的特点分析
- 三、香精香料出口企业积极开发新兴市场
- 四、中国香料香精企业面临的发展困境
- 五、国内香精香料企业应对欧盟REACH法规策略

### 第四节 2013-2015年中国生物技术对香精香料的发展分析

- 一、生物技术在香精香料生产的历史
- 二、生物技术在香精香料生产中的应用
- 三、生物工程给香精香料业带来新发展
- 四、芳香化合物的生物工程技术前景

### 第五节 2013-2015年中国香精香料行业发展策略和方向

- 一、整合产业结构
- 二、调整产品结构
- 三、优化市场结构
- 四、健全资本结构

### 第六节 香精香料行业发展前景

- 一、食品香精香料行业发展前景
- 二、日化香精香料行业发展前景



## 第九章 2013-2015年主要香水企业及品牌发展分析

### 第一节 香奈儿(CHANEL)

- 一、品牌简介
- 二、香奈儿主要经典香水简介
- 三、香奈儿在中国的销售状况
- 四、香奈儿情景营销分析
- 五、香奈尔5号香水成功的原因

### 第二节 克莱恩(CALVIN KLEIN)

- 一、品牌介绍
- 二、CK香水产品介绍
- 三、CK香水在中国的销售情况
- 四、克莱恩香水包装创新设计

### 第三节 兰蔻(LANCÔME)

- 一、品牌简介
- 二、兰蔻主要经典香水介绍
- 三、兰蔻香水在中国的销售状况
- 四、兰蔻的品牌战略定位
- 五、兰蔻成功经营之道

### 第四节 迪奥(DIOR)

- 一、企业简介
- 二、迪奥香水发展回顾
- 三、迪奥香水在中国的销售状况
- 四、Dior推出男士运动淡香水
- 五、迪奥香水推出高级定制

### 第五节 雅芳(Avon)

- 一、企业简介
- 二、雅芳集团的经营状况
- 三、雅芳(中国)制造有限公司经营状况
- 四、雅芳香水在中国的销售状况
- 五、雅芳营销模式转型

### 第六节 波士(Hugo Boss)

- 一、品牌简介

## 二、波士香水简介

## 三、波士香水在中国的销售状况

### 第七节 雅诗兰黛(Estée Lauder)

#### 一、企业及品牌简介

#### 二、雅诗兰黛发展简史

#### 三、雅诗兰黛的香水产品简介

#### 四、雅诗兰黛集团经营情况

#### 五、雅诗兰黛香水在中国的销售状况

#### 六、雅诗兰黛发力中国锁定高端市场

### 第八节 玫琳凯(Mary Kay)

#### 一、企业基本情况

#### 二、玫琳凯(中国)化妆品有限公司经营状况

#### 三、玫琳凯香水在中国的销售状况

#### 四、玫琳凯中国抢占电子商务先机

### 第九节 大卫杜夫(Davidoff)

#### 一、品牌简介

#### 二、大卫杜夫香水简介

#### 三、大卫杜夫香水在中国的销售状况

### 第十节 欧莱雅(L'Oréal)

#### 一、企业简介

#### 二) 欧莱雅集团经营状况

#### 三、欧莱雅集团经营状况

#### 四、欧莱雅香水在中国的销售状况

### 第十一节 让·古戎

#### 一、公司简介 (zyyzg)

#### 二、让·古戎香水中国营销策略

### 第十二节 上海家化联合股份有限公司

#### 一、企业基本情况

#### 二、企业经营情况

#### 三、企业运营指标状况

#### 四、上海家化香水销售情况

#### 四、企业未来发展策略

## 第十三节 其它品牌

- (一) 伊丽莎白·雅顿(Elizabeth Arden)
- (二) 娇兰(Guerlain)
- (三) 三宅一生(Issey Miyake)
- (四) 古琦(Gucci)
- (五) 安娜苏(Anna Sui)
- (六) 巴宝丽(Burberry)
- (七) 纪梵希(Givenchy)

## 第十章 2016-2022年中国香水行业投资与前景预测

### 第一节 2016-2022年中国香水行业投资分析

- 一、中国香水行业投资机会分析
- 二、中国香水行业投资风险分析
- 三、中国香水行业投资策略分析
- 四、中国香水吧引爆新一季投资热潮

### 第二节 2016-2022年中国香水行业发展前景预测

- 一、2016-2022年中国香水总体市场规模预测
- 二、2016-2022年中国男士香水市场规模预测
- 三、2016-2022年中国高档香水市场规模预测
- 四、未来中国香水行业发展趋势

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/5591657KYW.html>