

# 2009-2012年香水行业发展 前景分析及投资风险预测报告

## 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

《2009-2012年香水行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/hzhp/Z1271986LV.html>

报告价格：纸质版：6000元 电子版：7000元 纸质+电子版：8000元

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

2009-2012年香水行业发展前景分析及投资风险预测报告 内容介绍：

从全球来看，香水市场是一个价值250亿美元的产业，每年有300多个新品上市。在国外，香水早已介入生活各个方面，从儿童的教育用品，到各种生活用品，都有曼妙香水的气息，在一些国家，如法国，香水甚至和衣食住行一样不可缺少。面对这样一个充满神奇魅力与商业诱惑的市场的确很难不让人心生爱意。而中国在首饰、服装、皮具、香水等奢侈品上的消费已经达到80亿美元，成为仅次于日本的全球第二大奢侈品消费国。到2010年，中国将有2.5亿消费者有能力购买奢侈品，消费总额将达到2000亿元人民币，香水将对所有人变得越来越有吸引力。金融危机席卷全球，给每一个产业都带来了一次洗礼。香水作为奢侈品市场的主角之一，其价值主要体现在彰显身份和增加生活乐趣，相比其他类别化妆品而言更加缺乏实用性，因而在危机下所受冲击较大。金融危机一方面影响消费者购买力，一方面使各大品牌竞争加剧，导致部分消费下移，品牌竞争分散，市场集中度不断下滑。

2009年上半年，化妆品市场中除护肤品、彩妆品类市场集中度略微上升外，其他市场集中度均呈现下滑态势，香水类市场降幅最大，前十名品牌市场综合占有率之和相比上年同期下滑幅度达5.25个百分点。香水市场领先品牌之间的竞争也变得愈发激烈，香水市场第一位品牌与第十位品牌市场综合占有率之间的差距继续缩小，由2008年上半年的10.55个百分点，缩小到2009年上半年的7.67个百分点。沿海等出口依赖型的经济区域，是最先受金融危机冲击的地区，品牌生存压力增大，竞争激烈。2009年上半年，华北、东北、华东地区香水市场品牌竞争加剧，前十名品牌市场综合占有率之和相比2008年同期下滑明显，分别下降了7.39、8.25、6.69个百分点；且领先品牌间竞争惨烈，第一位品牌与第十位品牌之间的市场综合占有率差距均有缩小，分别减少了6.81、3.86、0.45个百分点。

香水作为奢侈品，一直以来消费群体较为固定，一部分是经济独立的年轻人，重视以香水来传达自己的个性和气质；另一部分是30-50岁拥有较高的收入可以从容消费的中年人。长期稳定发展的消费环境使得这些群体的品牌需求变化较为稳定，但在金融危机的冲击下，原始格局被打破，市场形成了新消费特点。随着金融危机的蔓延，消费者用于享受型消费的那部分购买力受到严重影响，尤其是购买力有限的年轻人不得不在平时降低消费标准，仅在特定节日才进行高消费，这使香水市场销售开始呈现节日性波动特点。从市场集中度变化上可以看出，在情人节、妇女节、母亲节等适合给女性送礼的节日里，香水市场消费有明显向大品牌集中趋势，即2月、3月、5月香水市场前三名品牌市场综合占有率之和明显高出其他月份5个百分点左右。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国香料香精化妆品工业协会、中国经济景气监测中心、《中国化妆品》、《化妆品报》、《化妆品行业信息》、《美容时尚报》、国内外相关刊物杂志的基础信息以及香水研究单位等公布和提供的大量资料，结合中研普华公司对香水相关企业的实地调查，对中国香水市场分析

一、2008年世界香水市场回顾

二、2008年世界香水市场环境

三、2008年全球香水销售分析

四、2008年全球香水研发分析

第二节 2009年世界香水市场分析

一、2009年全球香水需求分析

二、2009年全球香水研发分析

三、2009年全球香水品牌分析

四、2009年中外香水市场对比

第三节 部分国家地区香水行业发展状况

一、2008-2009年美国香水行业考察行业发展分析

二、2008-2009年欧洲香水行业发展分析

三、2008-2009年日本香水行业发展分析

四、2008-2009年韩国香水行业考察行业发展分析

第二章 中国香水行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年香水行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

第二节 香水行业投资机会分析

一、香水投资项目分析

二、可以投资的香水模式

三、2009年香水投资机会

四、2009年香水细分行业投资机会

五、2009年香水投资新方向

### 第三节 香水行业发展前景分析

#### 一、香水市场发展前景分析

#### 二、中国香水行业竞争格局分析

#### 第一节 香水行业集中度分析

##### 一、香水市场集中度分析

##### 二、香水企业集中度分析

##### 三、香水区域集中度分析

#### 第二节 香水行业主要企业竞争力分析

##### 一、重点企业资产总计对比分析

##### 二、重点企业从业人员对比分析

##### 三、重点企业全年营业收入对比分析

##### 四、重点企业利润总额对比分析

##### 五、重点企业综合竞争力对比分析

#### 第三节 香水行业竞争格局分析

##### 一、2008年香水行业竞争分析

##### 二、2008年中外香水产品竞争分析

##### 三、2008-2009年国内外香水竞争分析

##### 四、2008-2009年中国香水行业赢利水平分析

#### 第一节 成本分析

##### 一、2008-2009年香水原材料价格走势

##### 二、2008-2009年香水行业人工成本分析

#### 第二节 产销运存分析

##### 一、2008-2009年香水行业产销情况

##### 二、2008-2009年香水行业库存情况

##### 三、2008-2009年香水行业资金周转情况

#### 第三节 盈利水平分析

##### 一、2008-2009年香水行业价格走势

##### 二、2008-2009年香水行业营业收入情况

##### 三、2008-2009年香水行业毛利率情况

##### 四、2008-2009年香水行业赢利能力

##### 五、2008-2009年香水行业赢利水平

##### 六、2009-2012年香水行业赢利预测

## 第十一章 香水行业盈利能力分析

### 第一节 2009年中国香水行业投资策略分析

#### 第一节 行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

#### 第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业SWOT分析
- 四、行业五力模型分析

#### 第三节 香水行业投资效益分析

- 一、2009年香水行业投资状况分析
- 二、2009年香水行业投资效益分析
- 三、2009-2012年香水行业投资方向
- 四、2009-2012年香水行业投资建议

#### 第四节 香水行业投资策略研究

- 一、2008年香水行业投资策略
- 二、2009年香水行业投资策略
- 三、2009-2012年香水行业投资策略
- 四、2009-2012年香水细分行业投资策略

## 第十四章 香水行业投资风险预警

### 第一节 影响香水行业发展的主要因素

- 一、2009年影响香水行业运行的有利因素
- 二、2009年影响香水行业运行的稳定因素
- 三、2009年影响香水行业运行的不利因素
- 四、2009年中国香水行业发展趋势分析

#### 第一节 2009-2012年中国香水发展趋势分析

#### 第二节 2009-2012年香水产品发展趋势分析

- 一、2009-2012年香水产品技术趋势分析
- 二、2009-2012年香水产品价格趋势分析

### 第三节 2009-2012年中国香水市场规模

图表：2008-2009年香水重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国香水发展前景预测

图表：2001-2008年美国香水市场调研市场销售规模

图表：2009-2012年美国香水市场调研市场销售规模预测

图表：2002-2008年英国香水市场调研市场规模

图表：2002-2008年英国香水市场调研市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年英国香水市场调研市场规模预测

图表：2008-2012年英国香水市场调研市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年德国香水市场调研市场规模

图表：2002-2008年德国香水市场调研市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年德国香水市场调研市场规模预测

图表：2008-2012年德国香水市场调研市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年日本香水市场规模

图表：2002-2008年日本香水市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年日本香水市场规模预测

图表：2009-2012年日本香水市场规模趋预测势图

图表：2002-2008年中国香水行业国有企业工业数据

图表：2009年1-9月中国香水行业集体企业工业数据

图表：2009年1-9月中国香水行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国香水行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国香水行业私营企业工业数据

图表：2009年1-9月中国香水行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-9月中国香水行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-9月中国不同所有制香水企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制香水企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制香水企业累计资产总计对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制香水企业累计利润总额对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制香水企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制香水企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制香水企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制香水企业产销率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制香水企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制香水企业人均销售率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制香水企业亏损面对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制香水企业销售利润率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制香水企业资金利税率对比

图表：2009年1-9月香水产品产量北京市统计

图表：2009年1-9月香水产品产量天津市统计

图表：2009年1-9月香水产品产量河北省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-9月香水产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量吉林省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-9月香水产品产量上海市统计

图表：2009年1-9月香水产品产量江苏省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量浙江省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量安徽省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量福建省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量江西省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量山东省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量河南省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量湖北省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量湖南省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量广东省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量广西区统计

图表：2009年1-9月香水产品产量海南省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量四川省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量云南省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量陕西省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量青海省统计

图表：2009年1-9月香水产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-9月香水产品产量新疆区统计



详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/Z1271986LV.html>