

2014-2020年中国香水市场 深度研究与投资前景调研报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2020年中国香水市场深度研究与投资前景调研报告》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/Z22719BGM2.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

第一章 香水概述

第一节 香水的相关介绍

- 一、香水的基本类型
- 二、香水的派别及特征
- 三、香水的味阶

第二节 香水制造相关概念及工艺

- 一、调香的含义
- 二、香水制造工艺流程

第二章 世界香水市场概述

第一节 世界香水的历史及品牌简况

- 一、世界香水的产生和发展历史
- 二、世界著名香水品牌及风格
- 三、世界品牌香水命名的方式

第二节 世界香水市场发展情况

- 一、国际香水市场总体发展状况
- 二、国际香水市场重回奢华时代
- 三、国际香水消费市场新走势
- 四、法国香水市场继续发展

第三节 世界香水包装业的发展简述

- 一、香水包装的发展历史
- 二、香水包装的重要性及设计要求
- 三、现代香水包装的设计特性
- 四、法国香水包装的设计特色

第三章 中国香水市场发展分析

第一节 中国香水市场现状

- 一、中国香水等奢侈品消费居世界第二

二、中国香水市场的发展状况

三、中国香水市场规模迅速增长

四、中国香水市场中外品牌的表现

第二节 中国香水市场消费者分析

一、女性香水消费市场分析

二、中国不同收入群体使用香水的比例及频率比较

三、中国不同收入和年龄段的群体使用香水品牌分析

四、中国新富女性香水消费心态分析

五、武汉消费者选购香水对颜色的偏好分析

第三节 中国香水行业存在的问题及发展策略

一、中国消费观念成为香水市场的瓶颈

二、制约中国香水行业发展的因素

三、中国香水制造和销售中存在的问题

四、香水市场营销策略

第四章 香水细分市场发展分析

第一节 车用香水

一、汽车香水市场的发展变化

二、劣质汽车香水充斥市场

三、汽车香水市场难以整治的原因

四、中国车用香水等汽车用品市场发展潜力大

第二节 男士香水

一、男用香水味道按基调分类

二、世界主要男士香水品牌及其内涵

三、中国男用香水市场主要消费群体分析

四、中国男士香水市场逐渐升温

五、中国主要城市男士香水市场消费状况

第三节 儿童香水

一、国内外儿童香水市场现状

二、消费观念阻碍儿童香水在中国市场的推广

三、儿童香水市场存在巨大商机

第五章 中国香水及花露水进出口数据分析

第一节 2012-2013年中国香水及花露水进出口总体数据

二、2012年中国香水及花露水进出口总体数据

三、2013年中国香水及花露水进出口总体数据

第二节 2012-2013年中国香水及花露水主要省市进出口数据

一、2012年中国香水及花露水主要省市进出口数据

二、2013年中国香水及花露水主要省市进出口数据

第三节 2012-2013年中国香水及花露水主要国家进出口数据

一、2012年中国香水及花露水主要国家进出口数据

二、2013年中国香水及花露水主要国家进出口数据

第六章 香精香料行业的发展概述

第一节 香水用香料简介

一、香水用香料的分类及品种

二、国内外主要植物香料品种

三、动物性香水香料简介

第二节 国际香精香料市场发展简况

一、国际日化用香精香料市场特点

二、国际上日用香料的立法和管理情况

三、东南亚香精香料市场发展状况

四、全球芳香料市场需求预测

第三节 中国香精香料行业发展概况

一、中国天然香料产量及分布情况

二、中国日化香精市场分析

三、开发日化香精市场的策略

第四节 植物性香料提取技术的研究进展

一、香料制取技术的发展历史

二、香料主要提取技术

三、香料提取技术发展现状及开发方向

第七章 国际主要香水企业及品牌发展分析

第一节 香奈尔 (Chanel)

- 一、公司简介
- 二、香奈尔打造个性香味产品
- 三、香奈尔以卓越的品质取胜
- 四、香奈尔简约包装设计的创新
- 五、香奈尔广告传播的特点
- 六、香奈尔终端建设瞄准富裕群体聚集地

第二节 让·古戎

- 一、公司简介
- 二、让·古戎香水营销背景
- 三、让·古戎进入中国市场的优势及机遇
- 四、让·古戎香水的市场定位分析及招商情况
- 五、让·古戎着力构建经销商网络
- 六、让·古戎香水成功启动中国市场

第三节 兰蔻 (Lancome)

- 一、公司简介
- 二、兰蔻的品牌定位
- 三、兰蔻产品的成功之道
- 四、兰蔻品牌在发展中面临的问题及挑战
- 五、兰蔻香水营销方案

第四节 迪奥 (Dior)

- 一、公司简介
- 二、迪奥香水在不同年代展现的时尚主题
- 三、迪奥集团的经营策略

第五节 露华浓 (Revlon)

- 一、公司简介
- 二、露华浓香水市场营销策略

第六节 其他国外香水企业及品牌

- 一、亚洲发展公司 (ADE)

二、雅诗兰黛 (Estee Lauder)

三、波士 (Hugo Boss)

四、纪梵希 (Gi Vechy)

第八章 中国主要香水生产企业

第一节 南京巴黎贝丽丝香水有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动态与策略

四、企业未来发展展望与战略

第二节 浙江倩靓化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动态与策略

四、企业未来发展展望与战略

第三节 广州市圣伊华精细化工有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动态与策略

四、企业未来发展展望与战略

第四节 克丽丝汀迪奥 (上海) 香水化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动态与策略

四、企业未来发展展望与战略

第五节 上海香海美容品厂

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动态与策略

四、企业未来发展展望与战略

第六节 金玛瑙香水 (杭州) 有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动态与策略

四、企业未来发展展望与战略

第七节 义乌市美之源化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动态与策略

四、企业未来发展展望与战略

第八节 快美特汽车精品（深圳）有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动态与策略

四、企业未来发展展望与战略

第九节 中山市薇娜化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业最新发展动态与策略

四、企业未来发展展望与战略

第十节 中国其他香水生产企业简介

一、北京巴黎兰西化妆品有限公司

二、上海家化有限公司

三、广州市伊丽雅化妆品有限公司

四、广州爱特丽汽车香水有限公司

五、贝弗莉化妆品（珠海）有限公司

附录

附录一：香水、花露水行业标准

图表目录

图表：中国消费者对香水品牌认知度排名

图表：知名品牌香水拥有者获得渠道对比

图表：各收入阶层香水拥有情况分布

图表：大众消费群体、新富消费群体、新富女性使用香水的比例

图表：大众消费群体、新富消费群体、年总收入40万以上群体使用香水的频率

图表：影响消费者购买香水的主要因素

图表：2012年1-12月中国香水及花露水进口数据

图表：2012年1-12月中国香水及花露水出口数据

图表：2013年1-12月中国香水及花露水进口数据

图表：2013年1-12月中国香水及花露水出口数据

图表：2012年1-12月中国香水及花露水主要省市进口数据

图表：2012年1-12月中国香水及花露水主要省市出口数据

图表：2013年1-12月中国香水及花露水主要省市进口数据

图表：2013年1-12月中国香水及花露水主要省市出口数据

图表：2012年1-12月中国香水及花露水主要国家进口数据

图表：2012年1-12月中国香水及花露水主要国家出口数据

图表：2013年1-12月中国香水及花露水主要国家进口数据

图表：2013年1-12月中国香水及花露水主要国家出口数据

图表：中国主要天然香料产量

图表：期刊化妆品广告投放前10位品牌

图表：兰寇主要香水名称及价格定位

图表：兰寇广告预算项目及金额

图表：香水、花露水感官指标、理化指标

图表：香水、花露水瓶装产品容量允差幅度规定

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/Z22719BGM2.html>