

# 2013-2017年中国香水市场 深度评估及发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2013-2017年中国香水市场深度评估及发展趋势研究报告》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.cction.com/report/201306/95760.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

从全球来看，香水是一个价值250亿美元的产业，每年有300多个新品上市。香水在国外，是一个早已介入于生活各个方面的元素，从儿童的教育用品，到各种生活用品，都有香水行业专业的介入，在法国，香水已经是法国人生活的一个重要元素，和衣食住行一样不可缺少。

目前中国市场上的香水产品主要分为高档香水、中偏低档香水和低档香水三类。高档香水以进口的国际品牌为主，包括：都朋、古奇、纪梵希、范思哲等。中偏低档香水主要是价位在20元-50元之间，以国产品牌香水为主，其销售模式分为香水加油站、香水专柜和“流通批发—化妆品专卖店”。低档香水主要是价位在20元以下的廉价低质香水，产品以小容量玻璃装包装为主，向三四级市场销售。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国香水市场深度评估及发展趋势研究报告》共七章。首先介绍了香水行业的概念及全球香水行业发展概况，接着分析了中国香水行业发展环境，然后对中国香水行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国香水行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国香水行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 第一章 香水的相关概述

#### 第一节 香水的介绍

##### 一、香水的概念和分类

##### 二、香水的组成成分

##### 三、香水的香味阶段

##### 四、香水的派别及特征

#### 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、我国天然香料品种及分布

### 第三节 香水制造的相关工艺

#### 一、精华油的提炼程序

#### 二、香水加工制作流程

## 第二章 2011-2012年全球香水产业发展概况

### 第一节 国际香水的历史及品牌概述

#### 一、全球十大国度香水起源与历史

#### 二、全球知名品牌香水的开发历程

#### 三、全球著名香水品牌及其风格简况

#### 四、全球香水的命名方式介绍

### 第二节 2011-2012年全球香水市场的发展

#### 一、全球香水业步入生态时代

#### 二、全球香水市场发展动态

#### 三、全球香水行业潮流浅析

#### 四、香水行业掀起怀旧复古风

#### 五、欧美高端香水公司在危机中逆市上扬

#### 六、美国香水市场的发展浅析

### 第三节 2011-2012年香水产品开发动态

#### 一、阿玛尼开发出男士香水系列产品

#### 二、全球香水巨头联手开发新香水系列

#### 三、全球首款铁路主题香水上市

#### 四、全球首款栗花香水问世

### 第四节 2011-2012年全球香水包装发展概述

#### 一、香水包装的设计和生历史

#### 二、法国香水包装设计的特点分析

#### 三、现代香水瓶造型的设计思维分析

#### 四、两款名牌香水的包装比较分析

#### 五、特色香水包装是抢占消费者关键

#### 六、香水包装设计的流行趋势

## 第三章 2011-2012年中国香水业发展解析

### 第一节 2011-2012年我国香水市场总体发展分析

#### 一、我国香水市场的产品和品牌介绍

#### 二、中国国产香水品牌发展优势浅析

三、我国香水市场表现迥异

四、南京香水市场一片大好

五、香水企业不断细分市场开拓市场潜力

第二节 2011-2012年我国香水市场消费分析

一、我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、理性消费带动下国内香水凸显新特点

四、香水消费新趋势

第三节 2011-2012年香水市场营销分析

一、香水的主要销售模式

二、品牌香水的价值塑造和营销手法

三、国产香水品牌营销的关键要素

四、香水吧创新经营的建议

第四节 中国香水市场面临的问题和发展对策

一、我国香水市场的发展瓶颈分析

二、中国香水市场发展缓慢的对策建议

三、国产香水品牌走出发展瓶颈的方法

四、我国香水企业打破制约难题之策

第四章 2011-2012年香精香料行业的发展

第一节 2011-2012年全球香精香料行业分析

一、全球香精香料业已步入快速发展阶段

二、国际香料香精市场开始回升

三、全球主要香精香料公司发展动态

四、主要国家香料香精立法和管理概况

第二节 2011-2012年中国香精香料行业分析

一、我国香料香精工业发展历程

二、全球香精香料知名企业完成在华战略布局

三、我国最大香精香料生产基地建成

四、我国香精香料行业发展思路

五、中国香精香料产业结构调整对策

第三节 2011-2012年香料香精企业的发展

一、中国香精香料生产企业三大格局分析

- 二、香精香料出口企业积极开发新兴市场
- 三、我国香料香精企业面临的发展困境
- 四、我国香精企业应对困难的策略
- 五、香料香精中小企业发展的四条路
- 六、国内香精香料企业应对欧盟REACH法规策略

#### 第四节 2011-2012年生物技术对香精香料的发展

- 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

#### 第五章 2011-2012年香水细分产业分析

##### 第一节 男士香水

- 一、男士香水市场逐渐发展起来
- 二、国际品牌纷争男士香水市场
- 三、男性香水产品需求的发展动态
- 四、品牌成为男士选用香水主要因素
- 五、观念障碍制约男士香水的发展
- 六、找准定位精心打造男士香水品牌
- 七、男士香水市场大有潜力

##### 第二节 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

##### 第三节 汽车香水

- 一、车用香水的种类及需求特点
- 二、广东汽车香水市场呈现出繁荣景象
- 三、我国首款人车两用汽车香水上市
- 四、浅析国内车用香水市场发展的制约因素

#### 第六章 国外主要企业及品牌

##### 第一节 迪奥 (DIOR)

- 一、公司简介
- 二、迪奥香水发展回顾

三、Dior推出男士运动淡香水

四、迪奥的品牌发展带来的启示

## 第二节 香奈儿 (CHANEL)

一、品牌简介

二、香奈儿情景营销分析

三、香奈尔5号香水成功的原因

## 第三节 让·古戎

一、公司简介

二、让·古戎香水营销背景

三、让·古戎香水进军中国的优势

四、让·古戎香水营销策略

五、让·古戎打造中国特色香水经销团队

## 第四节 兰蔻 (LANCÔTE)

一、品牌简介

二、兰蔻主要经典香水介绍

三、兰蔻的品牌战略定位

四、兰蔻成功经营之道

五、兰蔻面临的三大问题

## 第五节 雅诗兰黛 (ESTÉE)

一、品牌介绍

二、雅诗兰黛发展简史

三、雅诗兰黛推新款香水Sensuous

四、雅诗兰黛发力中国锁定高端市场

五、雅诗兰黛全新营销策略

## 第六节 克莱恩 (CALVIN)

一、品牌介绍

二、CK香水产品介绍

三、克莱恩香水包装创新设计

四、克莱恩扩张亚洲市场首推中国

## 第七节 其它品牌

一、伊丽莎白·雅顿 (Elizabeth Arden)

二、娇兰 (Guerlain)

三、三宅一生 ( IsseyMiyake )

四、古驰集团 ( Gucci )

第七章 香水行业重点企业经营状况分析

第一节 南京巴黎贝丽丝香水有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第二节 克丽丝汀·迪奥 ( 上海 ) 香水化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第三节 上海香海美容品厂

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第四节 金玛瑙香水 ( 明光 ) 有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第五节 义乌市美之源化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第六节 浙江倩靓化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析



#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第七节 广州市圣伊华精细化工有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第八节 快美特汽车精品（深圳）有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第九节 中山市薇娜化妆品有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201306/95760.html>