

# 2021-2027年中国香水产业发展现状与投资策略报告

## 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

《2021-2027年中国香水产业发展现状与投资策略报告》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/202011/193301.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

2017年我国香水行业市场规模达到214亿元，较上年的202亿元同比增长5.9%。2010-2017年我国香水市场规模走势

中企顾问网发布的《2021-2027年中国香水产业发展现状与投资策略报告》共十章。首先介绍了香水相关概念及发展环境，接着分析了中国香水规模及消费需求，然后对中国香水市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国香水面临的机遇及发展前景。您若想对中国香水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。

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 2017-2019年世界香水产业发展态势分析

#### 第一节 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019年中国香水行业市场发展环境分析

第一节 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019年中国香水市场分析

第一节 2017-2019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 我国香水品牌市场格局

二、中国香水品牌竞争状况

第三节 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019年中国香水及花露水进出口分析

## 第一节 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019年中国香水及花露水进出口均价分析

## 第七章 2017-2019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 2017-2019年世界香精香料行业分析

### 第二节 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 2017-2019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 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

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

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

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

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

第十章 2021-2027年中国香水行业投资与前景预测 ( )

第一节 2021-2027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 2021-2027年中国香水行业发展前景预测

一、2021-2027年中国香水总体市场规模预测 2018-2024年我国香水市场规模预测

二、2021-2027年中国男士香水市场规模预测

三、2021-2027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.cction.com/report/202011/193301.html>