

2020-2026年中国香水行业市场运行格局及发展趋势 分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国香水行业市场运行格局及发展趋向分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201909/784143.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

我国香水市场主要分为女用香水、男用香水和车用香水三大类。其中以女用香水为主，市场规模占比为71.33%。男士香水、车用香水市场规模占比分别为25.73%、2.94%。从目前状况来看，在香水市场中，女士是最主要的消费群体。

智研咨询发布的《2020-2026年中国香水行业市场运行格局及发展趋向分析报告》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 香水的相关概述

1.1 香水的介绍

1.1.1 香水的概念和分类

1.1.2 香水的组成成分

1.1.3 香水的香味阶段

1.1.4 香水的派别及特征

1.2 香水用香料概述

1.2.1 制造香料的花香分类

1.2.2 主要植物性香水原料

1.2.3 主要动物性香水原料

1.2.4 我国天然香料品种及分布

1.3 香水制造的相关工艺

1.3.1 精华油的提炼程序

1.3.2 香水加工制作流程

第二章 2019年世界香水产业发展态势分析

2.1 国际香水的历史及品牌概述

2.1.1 世界十大国度香水起源与历史

2.1.2 世界知名品牌香水的开发历程

2.1.3 世界著名香水品牌及其风格简况

2.1.4 世界香水的命名方式介绍

2.2 2019年世界香水市场发展现状分析

- 2.2.1 世界香水业步入生态时代
- 2.2.2 全球香水市场发展动态
- 2.2.3 世界香水行业潮流浅析
- 2.2.4 美国香水市场的发展浅析
- 2.3 2019年世界香水产品开发动态分析
 - 2.3.1 阿玛尼开发出男士香水系列产品
 - 2.3.2 世界香水巨头联手开发新香水系列
 - 2.3.3 世界铁路主题香水市场分析
- 2.4 2019年世界香水包装发展概述
 - 2.4.1 香水包装的设计和生历史
 - 2.4.2 法国香水包装设计的特点分析
 - 2.4.3 现代香水瓶造型的设计思维分析
 - 2.4.4 两款名牌香水的包装比较分析
 - 2.4.5 特色香水包装是抢占消费者关键
 - 2.4.6 香水包装设计的流行趋势
- 第三章 2019年中国香水业发展概况分析
 - 3.1 2019年我国香水市场总体发展分析
 - 3.1.1 我国香水市场的产品和品牌介绍
 - 3.1.2 中国国产香水品牌发展优势浅析
 - 3.1.3 香水企业不断细分市场开拓市场潜力
 - 3.2 2019年我国香水消费分析
 - 3.2.1 我国香水消费与国外消费存在差异
 - 3.2.2 中国香水消费者购买习惯分析
 - 3.2.3 理性消费带动下国内香水凸显新特点
 - 3.2.4 香水消费新趋势
 - 3.3 2019年中国香水营销分析
 - 3.3.1 香水的主要销售模式
 - 3.3.2 品牌香水的价值塑造和营销手法
 - 3.3.3 国产香水品牌营销的关键要素
 - 3.3.4 香水吧创新经营的建议
 - 3.4 2019年中国香水市场面临的问题和发展对策分析
 - 3.4.1 我国香水市场的发展瓶颈分析
 - 3.4.2 中国香水市场发展缓慢的对策建议
 - 3.4.3 国产香水品牌走出发展瓶颈的方法
 - 3.4.4 我国香水企业打破制约难题之策

第四章 2019年中国香水细分产业营运形势分析

4.1 汽车香水

4.1.1 车用香水的种类及需求特点

4.1.2 广东汽车香水市场呈现出繁荣景象

4.1.3 我国人车两用汽车香水市场分析

4.1.4 浅析国内车用香水市场发展的制约因素

4.2 男士香水

4.2.1 男士香水市场逐渐发展起来

4.2.2 国际品牌纷争男士香水市场

4.2.3 男性香水产品需求的发展动态

4.2.4 品牌成为男士选用香水主要因素

4.2.5 观念障碍制约男士香水的发展

4.2.6 找准定位精心打造男士香水品牌

4.2.7 男士香水市场大有潜力

4.3 儿童香水

4.3.1 国内外儿童香水市场概况

4.3.2 中国儿童香水发展备受误解

4.3.3 儿童香水打开中国市场可能性

第五章 2019年中国香精香料行业发展态势分析

5.1 2019年世界香精香料行业发展情况分析

5.1.1 世界香精香料业已步入快速发展阶段

5.1.2 全球主要香精香料公司发展动态

5.1.3 主要国家香料香精立法和管理概况

5.2 2019年中国香精香料行业运行形势分析

5.2.1 我国香料香精工业发展历程

5.2.2 世界香精香料知名企业完成在华战略布局

5.2.3 我国香精香料行业发展思路

5.2.4 中国香精香料产业结构调整对策

5.3 2019年中国香料香精企业的发展分析

5.3.1 中国香精香料生产企业三大格局分析

5.3.2 香精香料出口企业积极开发新兴市场

5.3.3 我国香料香精企业面临的发展困境

5.3.4 我国香精企业应对困难的策略

5.3.5 香料香精中小企业发展的四条路

5.3.6 国内香精香料企业应对欧盟REACH法规策略

5.4 生物技术对香精香料的发展分析

5.4.1 生物技术在香精香料生产的历史

5.4.2 生物技术在香精香料生产中的应用

5.4.3 生物工程给香精香料业带来新发展

5.4.4 芳香化合物的生物工程技术前景

第六章 2015-2019年中国化妆品制造所属行业主要数据监测分析

6.1 2015-2019年中国化妆品制造所属行业规模分析

6.1.1 企业数量增长分析

6.1.2 从业人数增长分析

6.1.3 资产规模增长分析

6.2 2019年中国化妆品制造所属行业结构分析

6.2.1 企业数量结构分析

6.2.2 销售收入结构分析

6.3 2015-2019年中国化妆品制造所属行业产值分析

6.3.1 产成品增长分析

6.3.2 工业销售产值分析

6.3.3 出口交货值分析

6.4 2015-2019年中国化妆品制造所属行业成本费用分析

6.4.1 销售成本分析

6.4.2 费用分析

6.5 2015-2019年中国化妆品制造所属行业盈利能力分析

6.5.1 主要盈利指标分析

6.5.2 主要盈利能力指标分析

第七章 2015-2019年中国香水及花露水所属行业进出口数据监测分析

7.1 2015-2019年中国香水及花露水所属行业进口数据分析

7.1.1 进口数量分析

7.1.2 进口金额分析

7.2 2015-2019年中国香水及花露水所属行业出口数据分析

7.2.1 出口数量分析

7.2.2 出口金额分析

7.3 2015-2019年中国香水及花露水所属行业进出口平均单价分析

7.4 2015-2019年中国香水及花露水所属行业进出口国家及地区分析

7.4.1 进口国家及地区分析

7.4.2 出口国家及地区分析

第八章 国外主要企业及品牌经营情况分析

8.1 香奈儿 (CHANEL)

8.1.1 品牌简介

8.1.2 香奈儿情景营销分析

8.1.3 香奈尔5号香水成功的原因

8.2 让·古戎

8.2.1 公司简介

8.2.2 让·古戎香水营销背景

8.2.3 让·古戎香水进军中国市场的优势

8.2.4 让·古戎香水营销策略

8.2.5 让·古戎打造中国特色香水经销团队

8.3 兰蔻 (LANCÔME)

8.3.1 品牌简介

8.3.2 兰蔻主要经典香水介绍

8.3.3 兰蔻的品牌战略定位

8.3.4 兰蔻成功经营之道

8.3.5 兰蔻面临的三大问题

8.4 迪奥 (DIOR)

8.4.1 公司简介

8.4.2 迪奥香水发展回顾

8.4.3 Dior推出男士运动淡香水

8.4.4 迪奥的品牌发展带来的启示

8.5 雅诗兰黛 (ESTÉE LAUDER)

8.5.1 品牌介绍

8.5.2 雅诗兰黛发展简史

8.5.3 雅诗兰黛推新款香水Sensuous

8.5.4 雅诗兰黛发力中国锁定高端市场

8.5.5 雅诗兰黛全新营销策略

8.6 克莱恩 (CALVIN KLEIN)

8.8.1 品牌介绍

8.8.2 CK香水产品介绍

8.8.3 克莱恩香水包装创新设计

8.8.4 克莱恩扩张亚洲市场首推中国

8.7 其它品牌

8.7.1 伊丽莎白·雅顿 (Elizabeth Arden)

8.7.2 娇兰 (Guerlain)

8.7.3 三宅一生 (Issey Miyake)

8.7.4 古驰集团 (Gucci)

8.7.5 巴宝丽 (Burberry)

8.7.6 纪梵希 (Givenchy)

第九章 中国香水产业优势企业关键性数据分析

9.1 克丽丝汀·迪奥(上海)香水化妆品有限公司

9.1.1 企业概况

9.1.2 企业主要经济指标分析

9.1.3 企业盈利能力分析

9.1.4 企业偿债能力分析

9.2 中山市晶纯化妆品有限公司

9.2.1 企业概况

9.2.2 企业主要经济指标分析

9.2.3 企业盈利能力分析

9.2.4 企业偿债能力分析

9.3 义乌市为你美化妆品有限公司

9.3.1 企业概况

9.3.2 企业主要经济指标分析

9.3.3 企业盈利能力分析

9.3.4 企业偿债能力分析

9.4 义乌市金芭蒂化妆品有限公司

9.4.1 企业概况

9.4.2 企业主要经济指标分析

9.4.3 企业盈利能力分析

9.4.4 企业偿债能力分析

9.5 南京巴黎贝丽丝香水有限公司

9.5.1 企业概况

9.5.2 企业主要经济指标分析

9.5.3 企业盈利能力分析

9.5.4 企业偿债能力分析

9.6 义乌市爱之语化妆品有限公司

9.6.1 企业概况

9.6.2 企业主要经济指标分析

9.6.3 企业盈利能力分析

9.6.4 企业偿债能力分析

第十章 2020-2026年中国香水行业发展趋势预测分析 (ZY KT)

10.1 2020-2026年中国香水行业投资分析

10.1.1 中国香水行业投资机会分析

10.1.2 中国香水行业投资风险分析

10.1.3 中国香水行业投资策略分析

10.2 2020-2026年中国香水行业发展前景预测

10.2.1 香水行业走向

10.2.2 香水市场需求预测

10.2.3 香水进出口形势预测

10.2.4 香水市场盈利能力预测 (ZY KT)

部分图表目录：

图表：2015-2019年中国化妆品制造行业企业数量增长趋势图

图表：2015-2019年中国化妆品制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2015-2019年中国化妆品制造行业从业人数增长趋势图

图表：2015-2019年中国化妆品制造行业资产规模增长趋势图

图表：2015-2019年中国化妆品制造行业产成品增长趋势图

图表：2015-2019年中国化妆品制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2015-2019年中国化妆品制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2015-2019年中国化妆品制造行业销售成本增长趋势图

图表：2015-2019年中国化妆品制造行业费用使用统计图

图表：2015-2019年中国化妆品制造行业主要盈利指标统计图

图表：2015-2019年中国化妆品制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2015-2019年中国香水及花露水进口数量分析

图表：2015-2019年中国香水及花露水进口金额分析

图表：2015-2019年中国香水及花露水出口数量分析

图表：2015-2019年中国香水及花露水出口金额分析

图表：2015-2019年中国香水及花露水进出口平均单价分析

图表：2015-2019年中国香水及花露水进口国家及地区分析

图表：2015-2019年中国香水及花露水出口国家及地区分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201909/784143.html>