

2022-2028年中国香水行业 发展态势与发展前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国香水行业发展态势与发展前景报告》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/202201/265134.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

香水是香精的酒精溶液，再加适量定香料等形成的混合物。具有芬芳浓郁的香气，主要作用是喷洒于衣襟、手帕及发际等部位，散发怡人的香气，是重要的化妆品之一。 中企顾问网发布的《2022-2028年中国香水行业发展态势与发展前景报告》共七章。首先介绍了香水行业市场发展环境、香水整体运行态势等，接着分析了香水行业市场运行的现状，然后介绍了香水市场竞争格局。随后，报告对香水做了重点企业经营状况分析，最后分析了香水行业发展趋势与投资预测。您若想对香水产业有个系统的了解或者想投资香水行业，本报告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1章：全球香水行业发展综述1.1 香水行业产业链分析1.1.1香水行业产业链介绍（1）产业链模型原理介绍（2）香水行业产业链分析1.1.2香精香料行业发展情况分析（1）全球香精香料行业供需分析（2）全球香精香料行业竞争格局（3）全球香精香料行业发展前景分析1.1.3香水包装行业发展情况分析（1）全球包装行业发展现状与特点（2）香水包装行业发展趋势分析1.1.4广告行业发展情况分析（1）全球广告行业发展现状与特点（2）全球香水品牌广告典型案例分析1.2 全球香水行业发展环境分析1.2.1国际经济环境分析（1）国际宏观经济现状1）美国经济：稳定复苏2）欧元区：温和复苏3）日本：经济下滑的风险得以缓解4）新兴经济：面临多重考验（2）国际宏观经济走势分析1.2.2国际贸易环境分析（1）国际贸易环境现状分析（2）行业进出口关税分析（3）行业国际贸易环境发展趋势1.2.3全球化妆品行业消费环境分析 第2章：欧洲香水行业现状与前景分析2.1 欧洲香水行业总体状况分析2.1.1欧洲香水行业发展环境分析（1）欧洲宏观经济环境分析1）欧洲经济增长现状2）欧洲经济走势预测（2）欧洲贸易环境分析1）欧洲贸易环境现状2）欧洲贸易环境预测（3）欧洲香水行业消费需求环境分析2.1.2欧洲香水行业市场现状分析（1）欧洲香水市场规模（2）欧洲香水市场区域分布（3）欧洲香水行业进出口市场分析2.2 法国香水市场现状与趋势分析2.2.1法国香水行业的发展历程2.2.2法国香水行业发展环境分析（1）法国经济环境现状分析（2）法国居民消费环境分析（3）法国进出口贸易环境分析2.2.3法国香水行业产品分析2.2.4法国香水行业关联行业分析（1）法国香精香料行业发展分析（2）法国包装设计行业发展分析2.2.5法国香水行业市场规模分析2.2.6法国香水行业品牌格局分析2.2.7法国香水行业发展趋势与前景分析2.3 意大利香水市场现状与趋势分析2.3.1意大利香水行业的发展历程2.3.2意大利香水行业发展环境分析（1）意大利经济环境现状分析（2）意大利居民消费环境分析（3）意大利进出口贸易环境分析2.3.3意大利香水行业市场规模分析2.3.4意大利香水行业发展趋势与前景分析2.4 德国香水市场现状与趋势分析2.4.1

德国香水行业发展环境分析(1)德国经济环境现状分析(2)德国居民消费环境分析(3)德国进出口贸易环境分析2.4.2德国香水行业市场规模分析2.4.3德国香水行业发展趋势与前景分析2.5 欧洲其他国家香水市场发展概况2.5.1波兰香水行业市场发展概况(1)波兰香水行业品牌竞争格局(2)波兰香水行业展望2.5.2芬兰香水行业市场发展概况(1)芬兰香水行业品牌竞争格局(2)芬兰香水行业展望2.5.3英国香水行业市场发展概况(1)英国香水行业品牌竞争格局(2)英国香水行业展望 第3章：美洲香水行业现状与前景分析3.1 美国香水市场现状与趋势分析3.1.1美国香水行业发展环境分析(1)美国经济环境现状分析(2)美国居民消费环境分析(3)美国进出口贸易环境分析3.1.2美国香水行业市场规模分析3.1.3美国香水行业发展趋势与前景分析3.2 巴西香水市场现状与趋势分析3.2.1巴西香水行业发展环境分析(1)巴西经济环境现状分析(2)巴西居民消费环境分析(3)巴西进出口贸易环境分析3.2.2巴西香水行业市场规模分析3.2.3巴西香水行业消费特征3.2.4巴西香水行业品牌格局3.2.5巴西香水行业发展趋势与前景分析 第4章：亚洲香水行业现状与前景分析4.1 亚洲香水行业总体状况分析4.1.1亚洲香水行业市场市场的特点4.1.2亚洲香水行业市场前景分析4.2 韩国香水市场现状与趋势分析4.2.1韩国香水行业发展环境分析(1)韩国经济环境现状分析(2)韩国居民消费环境分析(3)韩国进出口贸易环境分析4.2.2韩国香水行业市场规模分析4.2.3韩国香水行业品牌格局4.2.4韩国香水行业发展趋势与前景分析4.3 日本香水市场现状与趋势分析4.3.1日本香水行业发展环境分析(1)日本经济环境现状分析(2)日本居民消费环境分析(3)日本进出口贸易环境分析4.3.2日本香水行业市场规模分析4.3.3日本香水行业品牌格局4.3.4日本香水行业发展趋势与前景分析4.4 印度香水市场现状与趋势分析4.4.1印度香水行业发展环境分析(1)印度经济环境现状分析(2)印度居民消费环境分析(3)印度进出口贸易环境分析4.4.2印度香水行业市场规模分析4.4.3印度香水行业发展趋势与前景分析 第5章：全球领先香水品牌经营分析5.1 全球领先香水品牌竞争格局分析5.1.1全球香水公司竞争格局5.1.2全球香水品牌(产品)竞争格局5.2 CHANEL香奈儿5.2.1品牌发展综述(1)品牌发展简介(2)主要产品介绍5.2.2品牌在全球市场销售分析(1)品牌全球市场销售额分析(2)品牌全球区域市场发展分析5.2.3品牌在中国的发展分析(1)在中国的销售布局分析(2)在中国的竞争地位分析5.2.4营销战略分析(1)定位策略分析(2)差异化策略分析5.2.5品牌发展前景预测5.3 法国欧莱雅集团5.3.1品牌发展综述(1)品牌发展简介(2)主要产品介绍5.3.2品牌在全球市场销售分析(1)品牌全球市场销售额分析(2)品牌全球区域市场发展分析5.3.3品牌在中国的发展分析(1)在中国的销售额分析(2)在中国的销售布局分析(3)在中国的竞争地位分析5.3.4营销战略分析(1)品牌策略分析(2)价格策略分析(3)渠道策略分析5.3.5品牌发展前景预测5.4 LVMH集团5.4.1品牌发展综述(1)品牌发展简介(2)主要产品介绍5.4.2品牌在全球市场销售分析(1)品牌全球市场销售额分析(2)品牌全球区域市场发展分析5.4.3品牌在中国的发展

分析5.4.4营销战略分析(1)品牌策略分析(2)产品策略分析(3)地域策略分析5.4.5品牌发展前景预测5.5宝洁公司5.5.1品牌发展综述(1)品牌发展简介(2)主要产品介绍5.5.2品牌在全球市场销售分析(1)品牌全球市场销售额分析(2)品牌全球区域市场发展分析5.5.3品牌在中国的发展分析(1)在中国的销售布局分析(2)在中国的竞争地位分析5.5.4营销战略分析(1)品牌策略分析(2)产品策略分析5.5.5品牌发展前景预测5.6科蒂集团5.6.1品牌发展综述(1)品牌发展简介(2)主要产品介绍5.6.2品牌在全球市场销售分析(1)品牌全球市场销售额分析(2)品牌全球区域市场发展分析5.6.3品牌在中国的发展分析5.6.4营销战略分析5.6.5品牌发展前景预测5.7玫琳凯公司5.7.1品牌发展综述(1)品牌发展简介(2)主要产品介绍5.7.2品牌在全球市场销售分析5.7.3品牌在中国的发展分析(1)在中国的销售额分析(2)在中国的销售布局分析(3)在中国的竞争地位分析5.7.4营销战略分析(1)定位策略分析(2)品牌策略分析(3)渠道策略分析5.7.5品牌发展前景预测

第6章：中国香水行业发展现状与趋势分析6.1中国香水行业发展概况6.1.1行业发展制约因素6.1.2行业发展现状6.1.3行业市场规模6.1.4行业发展特点6.2中国香水市场发展环境分析6.2.1行业政策环境分析(1)国家规范化妆品产品技术要求(2)国家完善化妆品安全风险评估(3)国家调控化妆品检验机构建设(4)国家规范化妆品相关产品的命名(5)国家规范非特殊用途化妆品的管理(6)国家推进化妆品安全风险控制体系建设6.2.2行业经济环境分析(1)中国GDP增长情况(2)居民人均收入变化6.2.3行业消费环境分析(1)消费群体变化分析(2)消费观念变化分析1)从“节约”到“时尚”2)从“关注质量”到“关注品牌文化”3)从“整齐划一”到“追求个性与自我”6.3中国香水市场需求分析6.3.1香水市场细分需求分析(1)女士香水需求分析(2)男士香水需求分析(3)汽车香水需求分析6.3.2中国香水市场发展策略分析6.4中国香水市场销售渠道分析6.4.1中国香水行业传统渠道策略分析(1)传统销售渠道概述(2)商场专柜渠道分析1)渠道概况2)进入壁垒3)成本构成4)收益分析(3)超市卖场渠道分析1)渠道概况2)进入壁垒3)成本构成4)收益分析(4)专营店渠道分析1)渠道概况2)运营策略3)进入壁垒4)成本构成5)收益分析1、化妆品专营店利润下降因素分析2、化妆品专营店现有盈利分析3、化妆品专营店的核心盈利点(5)加盟专卖渠道分析1)渠道概况2)运营策略3)成本构成4)收益分析(6)美容院零售渠道分析1)渠道概况2)进入壁垒3)成本构成4)收益分析(7)电视购物渠道分析1)渠道概况2)进入壁垒3)成本构成4)收益分析6.4.2中国香水行业电子商务渠道分析(1)渠道销售规模(2)渠道特性分析(3)渠道优劣势分析1)三方平台2)自有平台(4)与传统渠道关联1)利好关联2)不利关联3)解决方案(5)渠道经营策略1)规划共同愿景2)规范产品价格3)产品差异化经营4)完善售后服务(6)渠道广告投放1)2019年时尚网站行业数据2)2019年热门行业品牌网络广告投放3)2019年化妆护肤品网络广告投放费用4)2019年化妆护

护肤品网络广告投放媒体类别6.5 中国香水市场竞争现状分析6.5.1国内市场竞争格局6.5.2行业五力模型分析（1）上游议价能力（2）下游议价能力（3）新进入者威胁（4）替代产品威胁（5）行业内部竞争6.6 中国香水市场发展前景分析 第7章：中国香水行业领先企业经营分析7.1 上海家化联合股份有限公司（）7.1.1企业发展简况分析7.1.2企业经营状况分析（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析7.1.3企业产品结构分析7.1.4企业研发实力分析7.1.5企业销售渠道与网络7.1.6企业经营优劣势分析7.1.7企业最新发展动态7.2 南京巴黎贝丽丝香水有限公司7.2.1企业发展简况分析7.2.2企业经营状况分析7.2.3企业产品结构分析7.2.4企业研发实力分析7.2.5企业销售渠道与网络7.2.6企业经营优劣势分析7.3 圣美伦（南京）香水有限公司7.3.1企业发展简况分析7.3.2企业经营状况分析7.3.3企业产品结构分析7.3.4企业研发实力分析7.3.5企业销售渠道与网络7.3.6企业经营优劣势分析7.3.7企业最新发展动态7.4 浙江美之源化妆品有限公司7.4.1企业发展简况分析7.4.2企业经营状况分析7.4.3企业产品结构分析7.4.4企业研发实力分析7.4.5企业销售渠道与网络7.4.6企业经营优劣势分析7.4.7企业最新发展动态7.5 广州市天盈化妆品有限公司7.5.1企业发展简况分析7.5.2企业经营状况分析7.5.3企业产品结构分析7.5.4企业销售渠道与网络7.5.5企业经营优劣势分析7.6 广州卓芬化妆品有限公司7.6.1企业发展简况分析7.6.2企业经营状况分析7.6.3企业产品结构分析7.6.4企业研发实力分析7.6.5企业销售渠道与网络7.6.6企业经营优劣势分析7.7 广东艾琳化妆品有限公司7.7.1企业发展简况分析7.7.2企业经营状况分析7.7.3企业产品结构分析7.7.4企业研发实力分析7.7.5企业销售渠道与网络7.7.6企业经营优劣势分析7.8 广州市伊丽雅化妆品有限公司7.8.1企业发展简况分析7.8.2企业经营状况分析7.8.3企业产品结构分析7.8.4企业研发实力分析7.8.5企业销售渠道与网络7.8.6企业经营优劣势分析7.9 厦门费洛蒙香水有限公司7.9.1企业发展简况分析7.9.2企业经营状况分析7.9.3企业产品结构分析7.9.4企业研发实力分析7.9.5企业销售渠道与网络7.9.6企业经营优劣势分析7.9.7企业最新发展动态7.10 广州市佳柔化妆品有限公司7.10.1企业发展简况分析7.10.2企业经营状况分析7.10.3企业产品结构分析7.10.4企业研发实力分析7.10.5企业销售渠道与网络7.10.6企业经营优劣势分析 图表目录：图表1：香水行业的产业链图图表2：2015-2019年全球香精香料总销售额（单位：亿美元）图表3：2015-2019年全球十大香精香料生产企业市场集中度走势（单位：%）图表4：2022-2028年世界香精香料市场需求预测（单位：百万美元）图表5：香水包装行业发展趋势图表6：2015-2019年全球各媒体广告支出（单位：百万美元）图表7：2015-2019年全球各媒体广告支出份额（单位：%）图表8：Dior——“真我”香水案例分析图表9：迪奥——Addict（沉迷）案例分析图表10：GUCCI——ENVY（嫉妒）案例分析图表11：Gucci——FLORA（花之舞）案例分析图表12：Gucci——Guilty（原罪）案例分析图表13：兰蔻—— 案例分析图

表14：兰蔻——引力案例分析图表15：兰蔻——璀璨珍爱案例分析图
表16：香奈儿5号——平面广告案例分析图表17：香奈儿——如获至宝
案例分析图表18：2015-2019年美国GDP（不变价）同比变化情况（单位：%）图表19
：2015-2019年欧元区购买经理人指数变化情况图表20：2015-2019年日本GDP（现价）同比变
化情况（单位：%）图表21：全球人均化妆品消费情况（单位：美元）图表22：2015-2019年
欧元区GDP季调折年率（单位：%）图表23：欧洲香水行业市场消费行为图表24：2015-2019
年欧洲香水市场规模（单位：亿美元）图表25：欧洲香水市场区域分布情况（单位：%）图
表26：2015-2019年法国GDP按季同比变化情况（单位：%）图表27：2015-2019年法国人均年
收入（单位：美元，%）图表28：2015-2019年法国贸易差额（单位：百万欧元）图表29：法
国香水产品香型图表30：法国著名香水产品品牌

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/265134.html>