

# 2022-2028年中国香水行业 发展趋势与投资方向研究报告

## 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

《2022-2028年中国香水行业发展趋势与投资方向研究报告》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/202205/293576.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趋势与投资方向研究报告》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 2020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 2020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 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 2020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 2020年中国香水业发展概况分析

- 3.1 2020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 2020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 2020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 2020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 2020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 2020年中国香精香料行业发展态势分析

- 5.1 2020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 2020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 2020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 2016-2020年中国化妆品制造所属行业主要数据监测分析

- 6.1 2016-2020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 2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国香水及花露水所属行业进出口数据监测分析

- 7.1 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国香水及花露水所属行业进出口平均单价分析
- 7.4 2016-2020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 (ESTEE 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 义乌市爱之语化妆品有限公司
  - 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

## 第十章 2022-2028年中国香水行业发展趋势预测分析

- 10.1 2022-2028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 2022-2028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

部分图表目录：

图表：2016-2020年中国化妆品制造行业企业数量增长趋势图

图表：2016-2020年中国化妆品制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2016-2020年中国化妆品制造行业从业人数增长趋势图

图表：2016-2020年中国化妆品制造行业资产规模增长趋势图

图表：2016-2020年中国化妆品制造行业产成品增长趋势图

图表：2016-2020年中国化妆品制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2016-2020年中国化妆品制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2016-2020年中国化妆品制造行业销售成本增长趋势图

图表：2016-2020年中国化妆品制造行业费用使用统计图

图表：2016-2020年中国化妆品制造所属行业主要盈利指标统计图

图表：2016-2020年中国化妆品制造所属行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2016-2020年中国香水及花露水进口数量分析

图表：2016-2020年中国香水及花露水进口金额分析

图表：2016-2020年中国香水及花露水出口数量分析

图表：2016-2020年中国香水及花露水出口金额分析

图表：2016-2020年中国香水及花露水所属行业进出口平均单价分析

图表：2016-2020年中国香水及花露水进口国家及地区分析

图表：2016-2020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&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/293576.html>