

# 2024-2030年中国香水市场 评估与未来前景预测报告

## 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

《2024-2030年中国香水市场评估与未来前景预测报告》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/202310/418243.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国香水市场评估与未来前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 香水概述 1 1.1 香水的相关介绍 1 1.1.1 香水的概念和起源 1 1.1.2 香水的分类 2 1.1.3 香水的派别及特征 5 1.1.4 香水的味阶 6 1.1.5 香水的颜色 7 1.2 香水用香料概述 7 1.2.1 制造香料的花香分类 7 1.2.2 主要植物性香水原料 9 1.2.3 主要动物性香水原料 14 1.2.4 中国天然香料品种及分布 14 1.3 香水制造的相关概念及工艺 15 1.3.1 调香的含义 15 1.3.2 香水制造工艺流程 15

第二章 世界香水产业发展态势分析 18 2.1 国际香水的历史及品牌概述 18 2.1.1 世界香水的产生和发展历史 18 2.1.2 世界著名香水品牌及其风格简况 20 2.1.3 世界香水的命名方式介绍 33 2.2 世界香水市场发展动态分析 34 2.2.1 世界化妆品市场规模 34 2.2.2 世界香水市场规模分析 35 2.2.3 世界香水行业潮流浅析 37 2.3 世界分地区和国家香水市场发展状况分析 39 2.3.1 美国香水市场的发展浅析 39 2.3.2 法国香水市场的发展浅析 39 2.3.3 印度香水市场的发展浅析 40 2.4 世界香水产品开发动态 41 2.4.1 Gucci推出新款香水 41 2.4.2 香奈儿推嘉柏丽尔香水新品 41 2.4.3 Izia伊莎香水瑰丽上市 43 2.5 世界香水包装发展概述 44 2.5.1 现代香水瓶的材质 44 2.5.2 现代香水瓶的造型与设计 44 2.5.3 香水瓶的“性别”之分 47 2.5.4 现代香水瓶造型的设计思维分析 48 2.5.5 法国香水包装设计的特点分析 49 2.5.6 特色香水包装是抢占消费者关键 56

第三章 中国香水行业市场发展环境分析 57 3.1 中国宏观经济环境分析 57 3.2 中国香水行业政策环境分析 58 3.2.1 化妆品卫生规范 58 3.2.2 化妆品评审和命名政策 58 3.2.3 《化妆品安全技术规范》 58 3.2.4 香料香精产品生产许可证实施细则 58 3.3 中国香水行业社会环境分析 59 3.3.1 中国人口及分布总体情况 59 3.3.2 中国女性人口及年龄分布 60 3.3.3 中国核心化妆品消费人群迅速增长 60 3.4 中国化妆品行业发展分析 62 3.4.1 中国化妆品市场规模增长 62 3.4.2 中国化妆品行业发展特征 63 3.4.3 中国化妆品市场未来增长动力 64 3.4.4 中国化妆品行业发展概况 68

第四章 中国香水市场分析 73 4.1 中国香水市场运行分析 73 4.1.1 中国香水市场规模 73 4.1.2 中国香水市场结构分析 73 4.1.3 中国国产香水品牌发展浅析 74 4.2 中国香水市场竞争分析 74 4.2.1 中国香水品牌市场竞争格局 74 4.2.2 中国香水品牌竞争状况 74 4.3 中国香水消费分析 75 4.3.1 中国香水消费与国外消费存在差异 75 4.3.2 中国香水消费者消费性别分析 75 4.3.3 中国香水消费消费年龄分析 75 4.3.4 中国香水消费的使用频率分析 78 4.3.5 中国香水消费新趋势 78 4.4 中国香水营销分析 78 4.4.1 日本香水的销售模式借鉴 78 4.4.2 香水企业的战略营销实践 80 4.4.3 香水企业的战略营销路径 84 4.4.4 香水企业的营销模式定位 85 4.4.5 香水企业的营销策略分析 86 4.5 中国香水

市场面临的问题和发展对策 87 4.5.1 中国香水市场的发展瓶颈分析 87 4.5.2 国产香水品牌走出发展瓶颈的方法 88 第五章 中国香水细分产业营运现况 89 5.1 汽车香水 89 5.1.1 车用香水的种类及选择 89 5.1.2 汽车香水的作用 89 5.1.3 汽车香水存在安全隐患 89 5.2 男士香水 90 5.2.1 中国男士香水市场规模 90 5.2.2 中国男士香水消费特点 90 5.2.3 观念障碍制约男士香水的发展 90 5.2.4 品牌是男性选购香水的动力 90 5.2.5 男士香水市场大有潜力 91 5.3 女士香水 91 5.3.1 中国女士香水市场规模 91 5.3.2 小众香水发展良好 92 第六章 中国香水及花露水进出口分析 (3303) 93 6.1 中国香水及花露水进出口总体情况 93 6.1.1 中国香水及花露水进口情况 93 6.1.2 中国香水及花露水出口情况 93 6.2 中国主要省市香水及花露水进出口情况 94 6.2.1 中国主要省市香水及花露水进口情况 94 6.2.2 中国主要省市香水及花露水出口情况 95 6.3 中国香水及花露水进出口流向情况 96 6.3.1 中国香水及花露水进口流向情况 96 6.3.2 中国香水及花露水出口流向情况 97 6.4 中国香水及花露水进出口均价分析 98 第七章 中国香水消费者调查分析 99 7.1 中国香水消费者生活态度分析 99 7.1.1 品牌观 99 7.1.2 广告观 99 7.1.3 购物投资观 99 7.1.4 饮食生活观 100 7.1.5 个性时尚观 100 7.1.6 工作成就观 101 7.1.7 科技环保观 101 7.2 中国香水消费者体育及休闲活动 101 7.2.1 体育活动 101 7.2.2 休闲活动 101 7.3 中国香水区域消费状况分析 102 7.3.1 华北地区 102 7.3.2 东北地区 102 7.3.3 华东地区 103 7.3.4 华中地区 103 7.3.5 华南地区 104 7.3.6 西部地区 104 第八章 香精香料行业发展分析 105 8.1 世界香精香料行业分析 105 8.1.1 世界香精香料业稳步增长 105 8.1.2 国际香料香精市场竞争格局 105 8.1.3 世界各国主要香精香料公司发展概况 105 8.2 中国香精香料行业分析 106 8.2.1 2017年香精香料行业现状 106 8.2.2 世界香精香料知名企业完成在华战略布局 107 8.2.3 中国香精香料行业发展思路 107 8.3 中国香料香精企业的发展分析 108 8.3.1 中国香精香料生产企业格局分析 108 8.3.2 中国香精香料企业的特点分析 110 8.3.3 香精香料企业主要以食用香精为主 111 8.3.4 中国香料香精企业面临的发展困境 111 8.3.5 我国香精香料企业趋势 112 8.4 中国生物技术对香精香料的发展分析 112 8.4.1 生物技术在香精香料生产的历史 112 8.4.2 生物技术在香精香料生产中的应用 112 8.4.3 生物工程给香精香料业带来新发展 113 8.5 中国香精香料行业投资策略和方向 113 8.5.1 积极创建香料香精科技创新研发平台 113 8.5.2 促进合成香料的发展 113 8.5.3 提高我国香精生产的技术 114 8.5.4 推进新香料品种的开发与应用研究 114 8.6 香精香料行业趋势预测 114 8.6.1 食品香精香料行业趋势预测 114 8.6.2 日化香精香料行业趋势预测 114 第九章 主要香水企业及品牌发展分析 116 9.1 香奈儿 (CHANEL) 116 9.1.1 品牌简介 116 9.1.2 香奈儿主要经典香水简介 116 9.1.3 香奈儿在中国的销售状况 117 9.1.4 香奈儿营销策略分析 117 9.2 克莱恩 (CALVIN KLEIN) 118 9.2.1 品牌介绍 118 9.2.2 CK香水产品介绍 118 9.2.3 CK香水在中国的销售情况 122 9.3 兰蔻 (LANC ME) 122 9.3.1 品牌简介 122 9.3.2 兰蔻主要经典香水介绍 123 9.3.3 兰蔻香水在中国的销售状况 123 9.3.4 兰蔻的品牌战略定位 123 9.4 迪奥 (DIOR) 124 9.4.1 企业简介 124 9.4.2

迪奥香水发展回顾 124 9.4.3 迪奥香水在中国的销售状况 124 9.4.4 Dior推出的男士运动香水 124  
9.4.5 迪奥香水推出高级定制 125 9.5 雅芳 (Avon) 126 9.5.1 企业简介 126 9.5.2 雅芳集团的经  
营状况 126 9.5.3 雅芳香水在中国的销售状况 127 9.5.4 雅芳营销模式转型 127 9.6 波士 (Hugo  
Boss) 127 9.6.1 品牌简介 127 9.6.2 波士香水简介 127 9.6.3 波士香水在中国的销售状况 128 9.7  
雅诗兰黛 (Est&eacute;e Lauder) 128 9.7.1 企业及品牌简介 128 9.7.2雅诗兰黛的香水产品简介  
129 9.7.3 2017年财年雅诗兰黛集团经营情况 129 9.7.4 雅诗兰黛香水在中国的销售状况 130  
9.7.6 雅诗兰黛发展战略 130 9.8 玫琳凯 (Mary Kay) 130 9.8.1 企业基本情况 130 9.8.2 玫琳凯 (中  
国) 化妆品有限公司经营状况 130 9.8.3 玫琳凯香水在中国的销售状况 130 9.9 大卫杜夫  
(Davidoff) 131 9.9.1 品牌简介 131 9.9.2 大卫杜夫香水简介 131 9.9.3 大卫杜夫香水在中国的  
销售状况 132 9.10 欧莱雅 (L'Or&eacute;al) 132 9.10.1 企业简介 132 9.10.2 欧莱雅集团经营状况  
133 9.10.3 欧莱雅香水在中国的销售状况 133 9.11 上海家化联合股份有限公司 133 9.11.1 企业  
基本情况 133 9.11.2 企业经营情况 134 9.11.3 上海家化香水销售情况 136 9.11.4 企业未来投资策  
略 137 9.12 其它品牌 137 9.12.1 伊丽莎白 雅顿 (Elizabeth Arden) 137 9.12.2 娇兰 (Guerlain)  
138 9.12.3 三宅一生 (Issey Miyake) 139 9.12.4 古琦 (Gucci) 139 9.12.5 安娜苏 (Anna Sui)  
141 9.12.6 巴宝丽 (Burberry) 141 9.12.7 纪梵希 (Givenchy) 142 第十章 中国香水行业投资  
与趋势分析 143 10.1 中国香水行业投资分析 143 10.1.1 中国香水行业投资机会分析 143 10.1.2  
中国香水行业投资前景分析 143 10.1.3 中国国产香水应立足于中国传统文化 143 10.2 中国香水  
行业趋势预测分析 144 10.2.1 中国香水总体市场规模预测 144 10.2.2 中国男士香水市场规模预  
测 144 10.2.3 中国女士香水市场规模预测 145

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418243.html>