

# 2020年中国香水行业分析报告- 行业深度调研与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国香水行业分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/424859424859.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

水适用人群不断扩大，市场由女士专场渐渐渗入男性消费者，因而市场规模保持增长。中国香水市场2013-2016年整体呈扩张趋势，但增速不断趋缓，2017年香水销售随整体零售复苏而强势上扬，销售规模同比高增14.74%至61.55亿元，由于使用香水在国内还未形成普遍的消费习惯，故市场规模相比其他日化子类较低，2017年占整体日化市场的1.7%。

### 2013-2018年我国香水行业市场规模

数据来源：商务委

竞争格局方面，由于国内香水消费理念较为淡薄，因此本土企业投入力度也相对有限，占据国内绝大部分份额的企业来自香水文化浓厚的欧洲。据统计，本土企业（市占率>0.1%）所占份额仅为0.9%，而欧洲龙头企业市占率达到47.9%。

### 我国香水市场品牌公司归属地格局（单位：%）

数据来源：商务委

分结构来看，香水在国内消费者眼中具备一定的奢侈品属性，因此高端市场规模领先，且占比份额近年来有进一步扩大的趋势，2017年占比达到77.8%，预计2018年中国高端香水市场占比约为80%。

### 2013-2018年我国不同档次香水市场占比情况

数据来源：商务委

网购网数据显示，2018年当前最受欢迎的六款女士香水均属于国外品牌。其中，香奈儿5号、爱马仕尼罗河淡香水、阿玛尼新寄情香水、古驰嫉妒我女士香水来自奢侈品牌，产品单价最高。（JPTC）

### 截至2018年我国最受欢迎的六款女士香水

产品

专柜价

香奈儿5号

1060/50ml

兰蔻真爱奇迹香水

530/50 ml

阿玛尼新寄情香水

750/50 ml

古驰季度我女士香水

550/30 ml

爱马仕尼罗河淡香水

755/50 ml

安娜苏许愿精灵香水

565/50 ml 数据来源：商务委

## 【报告大纲】

### 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 2017-2020年世界香水产业发展态势分析

#### 第一节 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020年中国香水行业市场发展环境分析

### 第一节 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020年中国香水市场分析

##### 第一节 2017-2020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
- 二、中国香水品牌竞争状况

##### 第三节 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020年中国香水及花露水进出口分析

第一节 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020年中国香水及花露水进出口均价分析

第七章 2017-2020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 2017-2020年世界香精香料行业分析

### 第二节 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、发展现状

#### 四、优劣势分析

### 第二节 克莱恩(CALVIN KLEIN)

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、发展现状

#### 四、优劣势分析

### 第三节 兰蔻(LANCÔME)

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、发展现状

#### 四、优劣势分析

### 第四节 迪奥(DIOR)

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、发展现状

#### 四、优劣势分析

### 第五节 雅芳(Avon)

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、发展现状

#### 四、优劣势分析

### 第六节 波士(Hugo Boss)

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

### 三、发展现状

### 四、优劣势分析

## 第十章 2021-2026年中国香水行业投资与前景预测

### 第一节 2021-2026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 2021-2026年中国香水行业发展前景预测

#### 一、2021-2026年中国香水总体市场规模预测

#### 二、2021-2026年中国男士香水市场规模预测

#### 三、2021-2026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

图表详见报告正文..... (GY YX)

#### 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国香水行业分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/424859424859.html>