

# 2016-2022年中国香水产业专项调查与发展前景预测报告

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《2016-2022年中国香水产业专项调查与发展前景预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/238957238957.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

据分析，深入的市场了解、先进的研究与开发是香水市场创新的驱动要素；对于该行业而言，从趋势而言，普遍的方向很可能是继续研发新奇的品类。顾客是由于不间断的全球化进程才开始了解这些香味的，他们对此类产品的需求日益增长。与此同时，许多人体验着生活的快节奏，他们对谐和香调的需求也增加了，这些香调让他们好好享受到片刻的闲适轻松。

香水行业大多数的实际应用领域热衷于打造一个可持续的工业文化；伴随着顾客的对可持续性的要求，这种工业文化将引发人们努力地优化生态、经济和社会效益。目标是研发和生产不会对人类和环境产生危害的天然产品。以可再生资源为原料的产品在加工时不会产生有害物质，因而尤其受生产商和顾客的青睐。

2009-2015年中国香水及花露水（3303）进出口数据统计表

数据来源：中国海关

观研天下数据中心整理中国《2016-2022年中国香水市场态势调研与发展前景预测报告中国》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

报告目录：

### 第一章 香水概述

#### 1.1 香水的相关介绍

##### 1.1.1 香水的概念和起源

##### 1.1.2 香水的分类

##### 1.1.3 香水的派别及特征

##### 1.1.4 香水的味阶

##### 1.1.5 香水的颜色

#### 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 中国天然香料品种及分布

#### 1.3 香水制造的相关概念及工艺

##### 1.3.1 调香的含义

##### 1.3.2 香水制造工艺流程

## 第二章 2015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 世界香水的产生和发展历史

#### 2.1.2 世界十大国度香水起源与历史

#### 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 2015年世界香水市场发展动态分析

#### 2.2.1 世界香水业步入生态时代

#### 2.2.2 世界香水市场规模分析

#### 2.2.3 世界香水行业潮流浅析

#### 2.2.4 香水行业掀起怀旧复古风

#### 2.2.5 欧美高端香水在危机中逆市上扬

### 2.3 2015年世界分地区和国家香水市场发展状况分析

#### 2.3.1 美国香水市场的发展浅析

#### 2.3.2 法国香水市场的发展浅析

#### 2.3.3 印度香水市场的发展浅析

### 2.4 2015年世界香水产品开发动态

#### 2.4.1 阿玛尼开发出男士香水系列产品

#### 2.4.2 世界香水巨头联手开发新香水系列

#### 2.4.3 世界首款铁路主题香水上市

### 2.5 2015年世界香水包装发展概述

#### 2.5.1 现代香水瓶的材质

#### 2.5.2 现代香水瓶的造型与设计

#### 2.5.3 现代香水瓶的装饰

#### 2.5.4 现代香水瓶造型的设计思维分析

#### 2.5.5 法国香水包装设计的特点分析

#### 2.5.6 特色香水包装是抢占消费者关键

## 第三章 2015年中国香水行业市场发展环境分析

### 3.1 中国宏观经济环境分析

#### 3.1.1 2015年中国GDP增长情况分析

#### 3.1.2 2015年中国居民消费价格走势

#### 3.1.3 2015年城乡居民收入与消费分析

#### 3.1.4 2015年中国社会消费品零售总额

#### 3.1.5 2015年全社会固定资产投资分析

#### 3.1.6 2015年进出口总额及增长率分析

## 3.2 中国香水行业政策环境分析

### 3.2.1 化妆品卫生规范

### 3.2.2 化妆品评审和命名新政策解读

### 3.2.3 化妆品广告管理办法

### 3.2.4 香料香精产品生产许可证实施细则

## 3.3 中国香水行业社会环境分析

### 3.3.1 2015年中国人口及分布总体情况

### 3.3.2 2015年中国女性人口及年龄分布

### 3.3.3 女性化妆品消费观念变革

## 3.4 中国化妆品行业发展分析

### 3.4.1 2012年中国化妆品市场概况

### 3.4.2 2013年中国化妆品行业发展概况

### 3.4.3 2014年中国化妆品行业发展概况

### 3.4.4 2015年中国化妆品行业发展概况

## 第四章2015年中国香水市场分析

## 4.1 中国香水市场运行分析

### 4.1.1 2015年中国香水市场规模及构成

### 4.1.2 2015年中国香水市场规模

### 4.1.3 2015年中国香水市场结构分析

### 4.1.4 中国国产香水品牌发展优势浅析

### 4.1.5 香水企业不断细分市场开拓市场潜力

## 4.2 中国香水市场竞争分析

### 4.2.1 中国香水品牌市场竞争格局

### 4.2.2 中国香水品牌竞争状况

## 4.3 中国香水消费分析

### 4.3.1 中国香水消费与国外消费存在差异

### 4.3.2 中国香水消费者购买习惯分析

### 4.3.3 中国香水消费的使用范围分析

### 4.3.4 中国香水消费的使用频率分析

### 4.3.5 中国香水消费新趋势

## 4.4 中国香水营销分析

### 4.4.1 日本香水的销售模式借鉴

### 4.4.2 香水企业的战略营销实践

### 4.4.3 香水企业的战略营销路径

### 4.4.4 香水企业的营销模式定位

#### 4.4.5 香水企业的营销策略分析

### 4.5 中国香水市场面临的问题和发展对策

#### 4.5.1 中国香水市场的发展瓶颈分析

#### 4.5.2 国产香水发展的制约因素分析

#### 4.5.3 国产香水品牌走出发展瓶颈的方法

## 第五章 2015年中国香水细分产业营运现况

### 5.1 汽车香水

#### 5.1.1 车用香水的种类及选择

#### 5.1.2 广东汽车香水市场呈现出繁荣景象

#### 5.1.3 中国首款人车两用汽车香水上市

#### 5.1.4 汽车香水营销分析

#### 5.1.4 国内车用香水市场发展的制约因素

### 5.2 男士香水

#### 5.2.1 男士香水市场逐渐发展起来

#### 5.2.2 中国男士香水市场规模

#### 5.2.3 品牌成为男士选用香水主要因素

#### 5.2.4 观念障碍制约男士香水的发展

#### 5.2.5 找准定位精心打造男士香水品牌

#### 5.2.6 男士香水市场大有潜力

### 5.3 儿童香水

#### 5.3.1 国内外儿童香水市场概况

#### 5.3.2 中国儿童香水发展备受误解

#### 5.3.3 儿童香水打开中国市场可能性

## 第六章 2010-2015年中国香水及花露水进出口分析(3303)

### 6.1 2010-2015年中国香水及花露水进出口总体情况

#### 6.1.1 2010-2015年中国香水及花露水进口情况

#### 6.1.2 2010-2015年中国香水及花露水出口情况

### 6.2 2010-2015年中国主要省市香水及花露水进出口情况

#### 6.2.1 2010-2015年中国主要省市香水及花露水进口情况

#### 6.2.2 2010-2015年中国主要省市香水及花露水出口情况

### 6.3 2010-2015年中国香水及花露水进出口流向情况

#### 6.3.1 2010-2015年中国香水及花露水进出口流向情况

#### 6.3.2 2010-2015年中国香水及花露水出口流向情况

### 6.4 2010-2015年中国香水及花露水进出口均价分析

#### 2009-2015年中国香水及花露水（3303）进出口平均单价分析

数据来源：中国海关、观研天下数据中心整理

## 第七章 2015年中国香水消费者调查分析

### 7.1 中国香水主要消费市场总体分析

### 7.2 中国香水消费者生活态度分析

#### 7.2.1 品牌观

#### 7.2.2 广告观

#### 7.2.3 购物投资观

#### 7.2.4 饮食生活观

#### 7.2.5 个性时尚观

#### 7.2.6 工作成就观

#### 7.2.7 科技环保观

### 7.3 中国香水消费者体育及休闲活动

#### 7.3.1 体育活动

#### 7.3.2 休闲活动

### 7.4 中国香水区域消费状况分析

#### 7.4.1 华北地区

#### 7.4.2 东北地区

#### 7.4.3 华东地区

#### 7.4.4 中南地区

#### 7.4.5 西南地区

#### 7.4.6 西北地区

## 第八章 2015年香精香料行业发展分析

### 8.1 世界香精香料行业分析

#### 8.1.1 世界香精香料业已步入快速发展阶段

#### 8.1.2 国际香料香精市场开始回升

#### 8.1.3 世界各国主要香精香料公司发展概况

#### 8.1.4 主要国家香料香精立法和管理概况

#### 8.1.5 世界香料香精立法对中国的启示和借鉴

### 8.2 中国香精香料行业分析

#### 8.2.1 中国民族香精香料行业现状

#### 8.2.2 世界香精香料知名企业完成在华战略布局

#### 8.2.3 中国最大香精香料生产基地建成

#### 8.2.4 中国香精香料行业发展思路

#### 8.2.5 云南省香精香料产业发展对策

### 8.3 中国香料香精企业的发展分析

- 8.3.1 中国香精香料生产企业大格局分析
- 8.3.2 中国香精香料企业的特点分析
- 8.3.3 香精香料出口企业积极开发新兴市场
- 8.3.4 中国香料香精企业面临的发展困境
- 8.3.5 国内香精香料企业应对欧盟REACH法规策略
- 8.4 中国生物技术对香精香料的发展分析
  - 8.4.1 生物技术在香精香料生产的历史
  - 8.4.2 生物技术在香精香料生产中的应用
  - 8.4.3 生物工程给香精香料业带来新发展
  - 8.4.4 芳香化合物的生物工程技术前景
- 8.5 中国香精香料行业发展策略和方向
  - 8.5.1 整合产业结构
  - 8.5.2 调整产品结构
  - 8.5.3 优化市场结构
  - 8.5.4 健全资本结构
- 8.6 香精香料行业发展前景
  - 8.6.1 食品香精香料行业发展前景
  - 8.6.2 日化香精香料行业发展前景
- 第九章2015年主要香水企业及品牌发展分析
  - 9.1 香奈儿(CHANEL)
    - 9.1.1 品牌简介
    - 9.1.2 香奈儿主要经典香水简介
    - 9.1.3 2015年香奈儿在中国的销售状况
    - 9.1.4 香奈儿情景营销分析
    - 9.1.5 香奈尔5号香水成功的原因
  - 9.2 克莱恩(CALVIN KLEIN)
    - 9.2.1 品牌介绍
    - 9.2.2 CK香水产品介绍
    - 9.2.3 2015年CK香水在中国的销售情况
    - 9.2.4 克莱恩香水包装创新设计
  - 9.3 兰蔻(LANC?ME)
    - 9.3.1 品牌简介
    - 9.3.2 兰蔻主要经典香水介绍
    - 9.3.3 2015年兰蔻香水在中国的销售状况
    - 9.3.4 兰蔻的品牌战略定位



### 9.3.5 兰蔻成功经营之道

## 9.4 迪奥(DIOR)

### 9.4.1 企业简介

### 9.4.2 迪奥香水发展回顾

### 9.4.3 2015年迪奥香水在中国的销售状况

### 9.4.4 Dior推出男士运动淡香水

### 9.4.5 迪奥香水推出高级定制

## 9.5 雅芳(Avon)

### 9.5.1 企业简介

### 9.5.2 2015年雅芳集团的经营状况

### 9.5.3 2015年雅芳(中国)制造有点公司经营状况

### 9.5.4 2015年雅芳香水在中国的销售状况

### 9.5.5 雅芳营销模式转型

## 9.6 波士(Hugo Boss)

### 9.6.1 品牌简介

### 9.6.2 波士香水简介

### 9.6.3 2015年波士香水在中国的销售状况

## 9.7 雅诗兰黛(Est é e Lauder)

### 9.7.1 企业及品牌简介

### 9.7.2 雅诗兰黛发展简史

### 9.7.3 雅诗兰黛的香水产品简介

### 9.7.4 2015财年雅诗兰黛集团经营情况

### 9.7.5 2015年雅诗兰黛香水在中国的销售状况

### 9.7.6 雅诗兰黛发力中国锁定高端市场

## 9.8 玫琳凯(Mary Kay)

### 9.8.1 企业基本情况

### 9.8.2 2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司经营状况

### 9.8.3 2015年玫琳凯香水在中国的销售状况

### 9.8.4 玫琳凯中国抢占电子商务先机

## 9.9 大卫杜夫(Davidoff)

### 9.9.1 品牌简介

### 9.9.2 大卫杜夫香水简介

### 9.9.3 2015年大卫杜夫香水在中国的销售状况

## 欧莱雅(LOr é al)

### .1 企业简介

- .2 2014年欧莱雅集团经营状况
- .3 2015年欧莱雅集团经营状况
- .4 2015年欧莱雅香水在中国的销售状况

让·古戎

- .1 公司简介
- .2 让·古戎香水中国营销策略

上海家化联合股份有限公司

- .1 企业基本情况
- .2 2015年企业经营情况
- .3 2013-2015年企业运营指标状况
- .4 2015年上海家化香水销售情况
- .4 企业未来发展策略

其它品牌

- .1 伊丽莎白·雅顿(Elizabeth Arden)
- .2 娇兰(Guerlain)
- .3 宅生(Issey Miyake)
- .4 古琦(Gucci)
- .5 安娜苏(Anna Sui)
- .6 巴宝丽(Burberry)
- .7 纪梵希(Givenchy)

第十章 2016-2022年中国香水行业投资与前景预测

10.1 2016-2022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
- 10.1.4 中国香水吧引爆新季投资热潮

10.2 2016-2022年中国香水行业发展前景预测

- 10.2.1 2016-2022年中国香水总体市场规模预测
- 10.2.2 2016-2022年中国男士香水市场规模预测
- 10.2.3 2016-2022年中国高档香水市场规模预测
- 10.2.4 未来中国香水行业发展趋势

图表目录：

- 图表 1 香水按香型分类
- 图表 2 香水按照味道分类
- 图表 3 花香型香水按照制造工艺分类

- 图表 4 现代型香水根据香气特点分类
- 图表 5 香水按浓度和持久性分类
- 图表 6 香水按照其他方式分类
- 图表 7 香水的味阶及特点
- 图表 8 制造香料的花香分类
- 图表 9 主要植物性香水原料来源及分类
- 图表 10 主要植物性香水原料来源及分类
- 图表 11 中国天然香料及品种
- 图表 12 萃取法工艺过程
- 图表 13 2015年度分地区香水市场规模及增长率
- 图表 14 2015年度部分国家的香水市场规模
- 图表15 2011-2015年中国国内生产总值及增长速度
- 图表16 2011-2015年中国居民消费价格指数变化趋势图
- 图表17 2011-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图
- 图表18 2011-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图
- 图表19 2011-2015年中国城镇居民消费与恩格尔系数
- 图表20 2011-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数
- 图表21 2011-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度
- 图表22 2011-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图
- 图表23 2011-2015年中国进出口总额及增长速度
- 图表 24 香料香精产品单元表
- 图表 25 企业生产香料香精产品的标准及相关标准
- 图表 26 企业生产应用香料香精产品必备的生产设备和检测仪器
- 图表 27 2015年中国人口数及其构成情况
- 图表 28 2011-2015年中国城市人口及所占比例趋势图
- 图表 29 2011-2015年间主要年份中国女性人口数量及比重
- 图表 30 2015年中国女性人口年龄分布
- 图表 31 2015年中国女性人口年龄分布结构图
- 图表 32 2011-2015年中国化妆品市场规模增长趋势图
- 图表 33 2011-2015年中国高档化妆品市场规模及增长率
- 图表 34 2013年中国化妆品行业经济指标统计
- 图表 35 2013年中国化妆品行业前五省区企业数量排名
- 图表 36 2013年中国化妆品行业前五省区工业总产值排名
- 图表 37 2013年中国化妆品行业前五省区资产总计排名
- 图表 38 2013年中国化妆品行业前五省区销售收入排名

图表 39 2013年中国化妆品行业前五省区利润总额排名

图表 40 2014年中国化妆品行业经济指标统计

图表 41 2014年中国化妆品行业前五省区企业数量排名

图表 42 2014年中国化妆品行业前五省区资产总计排名

图表 43 2014年中国化妆品行业前五省区销售收入排名

图表 44 2014年中国化妆品行业前五省区利润总额排名

图表 45 2015年中国化妆品行业经济指标统计

图表 46 2015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名

图表 47 2015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名

图表 48 2015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名

图表 49 2015年中国化妆品行业前五省区利润总额排名

图表 50 2015年中国香水市场规模及构成(单位：亿元)

图表 51 2011-2015年中国香水市场规模及增长率(单位：亿元)

图表 52 2015年中国高档香水与大众香水市场规模份额

图表 53 2015年中国男士香水与女士香水市场规模份额

图表 54 2015年中国香水市场结构(单位：亿元)

图表 55 2011-2015年中国香水企业市场占有率统计

图表 56 2014年市场份额排名前十位的香水生产企业

图表 57 2015年市场份额排名前十位的香水生产企业

图表 58 2011-2015年中国香水产品市场占有率统计

图表 59 2014年中国香水市场份额排名前十位的品牌份额

图表 60 2015年中国香水市场份额排名前十位的品牌份额

图表 61 中国香水消费者购买习惯

图表 62 大众群体与新富群体香水使用比例

图表 63 不同收入的新富群体使用香水的比例

图表 64 大众群体使用香水的频率

图表 65 新富群体使用香水的频率

图表 66 年收入40万以上的新富群体使用香水的频率

图表 67 2011-2015年中国男士香水市场规模及增长趋势图

图表 68 2011-2015年中国香水及花露水进口数量统计

图表 69 2011-2015年中国香水及花露水进口数量增长趋势图

图表 70 2011-2015年中国香水及花露水进口金额统计

图表 71 2011-2015年中国香水及花露水进口金额增长趋势图

图表 72 2011-2015年中国香水及花露水出口数量统计

图表 73 2011-2015年中国香水及花露水出口数量增长趋势图

- 图表 74 2011-2015年中国香水及花露水出口金额统计
- 图表 75 2011-2015年中国香水及花露水出口金额增长趋势图
- 图表 76 2015年中国主要省市(分海关)香水及花露水进口统计
- 图表 77 2015年中国主要省市(分海关)香水及花露水进口统计
- 图表 78 2015年中国主要省市(分海关)香水及花露水出口统计
- 图表 79 2015年中国主要省市(分海关)香水及花露水出口统计
- 图表 80 2015年中国香水及花露水进口来源地情况
- 图表 81 2015年中国香水及花露水进口来源地情况
- 图表 82 2015年中国香水及花露水出口流向情况
- 图表 83 2015年中国香水及花露水出口流向情况
- 图表 84 2011-2015年中国香水及花露水进出口均价情况
- 图表 85 2011-2015年中国香水及花露水进出口均价趋势图
- 图表 86 中国30大城市香水市场需求总体状况
- 图表 87 中国30大城市香水品牌渗透率总体情况
- 图表 88 中国30大城市消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 89 中国香水消费者的品牌观
- 图表 90 中国香水消费者的广告观
- 图表 91 中国香水消费者的购物投资观
- 图表 92 中国香水消费者的饮食生活观
- 图表 93 中国香水消费者的个性时尚观
- 图表 94 中国香水消费者的工作成就观
- 图表 95 中国香水消费者的科技环保观
- 图表 96 中国香水消费者参加体育运动所占份额
- 图表 97 中国香水消费者参加休闲活动所占份额
- 图表 98 北京香水市场需求总体状况
- 图表 99 北京香水品牌渗透率总体情况
- 图表 100 北京消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 101 天津香水市场需求总体状况
- 图表 102 天津香水品牌渗透率总体情况
- 图表 103 天津消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 104 太原香水市场需求总体状况
- 图表 105 太原香水品牌渗透率总体情况
- 图表 106 太原消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 107 哈尔滨香水市场需求总体状况
- 图表 108 哈尔滨香水品牌渗透率总体情况

图表 109 哈尔滨消费者最经常使用的香水品牌总体情况

图表 110 长春香水市场需求总体状况

图表 111 长春香水品牌渗透率总体情况

图表 112 长春消费者最经常使用的香水品牌总体情况

图表 113 沈阳香水市场需求总体状况

图表 114 沈阳香水品牌渗透率总体情况

图表 115 沈阳消费者最经常使用的香水品牌总体情况

图表 116 大连香水市场需求总体状况

图表 117 大连香水品牌渗透率总体情况

图表 118 大连消费者最经常使用的香水品牌总体情况

图表 119 济南香水市场需求总体状况

图表 120 济南香水品牌渗透率总体情况

图表 121 济南消费者最经常使用的香水品牌总体情况

图表 122 青岛香水市场需求总体状况

图表 123 青岛香水品牌渗透率总体情况

图表 124 青岛消费者最经常使用的香水品牌总体情况

图表 125 南京香水市场需求总体状况

图表 126 南京香水品牌渗透率总体情况

图表 127 南京消费者最经常使用的香水品牌总体情况

图表 128 苏州香水市场需求总体状况

图表 129 苏州香水品牌渗透率总体情况

图表 130 苏州消费者最经常使用的香水品牌总体情况

图表 131 上海香水市场需求总体状况

图表 132 上海香水品牌渗透率总体情况

图表 133 上海消费者最经常使用的香水品牌总体情况

图表 134 杭州香水市场需求总体状况

图表 135 杭州香水品牌渗透率总体情况

图表 136 杭州消费者最经常使用的香水品牌总体情况

图表 137 宁波香水市场需求总体状况

图表 138 宁波香水品牌渗透率总体情况

图表 139 宁波消费者最经常使用的香水品牌总体情况

图表 140 福州香水市场需求总体状况

图表 141 福州香水品牌渗透率总体情况

图表 142 福州消费者最经常使用的香水品牌总体情况

图表 143 厦门香水市场需求总体状况

- 图表 144 厦门香水品牌渗透率总体情况
- 图表 145 厦门消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 146 合肥香水市场需求总体状况
- 图表 147 合肥香水品牌渗透率总体情况
- 图表 148 合肥消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 149 南昌香水市场需求总体状况
- 图表 150 南昌香水品牌渗透率总体情况
- 图表 151 南昌消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 152 郑州香水市场需求总体状况
- 图表 153 郑州香水品牌渗透率总体情况
- 图表 154 郑州消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 155 长沙香水市场需求总体状况
- 图表 156 长沙香水品牌渗透率总体情况
- 图表 157 长沙消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 158 武汉香水市场需求总体状况
- 图表 159 武汉香水品牌渗透率总体情况
- 图表 160 武汉消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 161 广州香水市场需求总体状况
- 图表 162 广州香水品牌渗透率总体情况
- 图表 163 广州消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 164 深圳香水市场需求总体状况
- 图表 165 深圳香水品牌渗透率总体情况
- 图表 166 深圳消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 167 佛山香水市场需求总体状况
- 图表 168 佛山香水品牌渗透率总体情况
- 图表 169 佛山消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 170 南宁香水市场需求总体状况
- 图表 171 南宁香水品牌渗透率总体情况
- 图表 172 南宁消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 173 海口香水市场需求总体状况
- 图表 174 海口香水品牌渗透率总体情况
- 图表 175 海口消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 176 成都香水市场需求总体状况
- 图表 177 成都香水品牌渗透率总体情况
- 图表 178 成都消费者最经常使用的香水品牌总体情况

- 图表 179 重庆香水市场需求总体状况
- 图表 180 重庆香水品牌渗透率总体情况
- 图表 181 重庆消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 182 昆明香水市场需求总体状况
- 图表 183 昆明香水品牌渗透率总体情况
- 图表 184 昆明消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 185 西安香水市场需求总体状况
- 图表 186 西安香水品牌渗透率总体情况
- 图表 187 西安消费者最经常使用的香水品牌总体情况
- 图表 188 REACH法规注册指南和物质的命名和识别指南
- 图表 189 香奈儿5号香水味阶组成
- 图表 190 香奈儿Chance香水味阶组成
- 图表 191 香奈儿ALLURE香水味阶组成
- 图表 192 香奈儿十九号香水味阶组成
- 图表 193 香奈儿魅力运动男士香水味阶组成
- 图表 194 2011-2015年香奈儿在中国的香水销售额及增长率
- 图表 195 2011-2015年香奈儿香水各系列在中国的销售状况
- 图表 196 情景营销(Scene Marketing)流程图
- 图表 197 CK香水系列简介
- 图表 198 2011-2015年CK在中国的香水销售额及增长率
- 图表 199 2011-2015年CK香水各系列在中国的销售状况
- 图表 200 兰蔻经典香水系列
- 图表 201 2011-2015年兰蔻香水各系列在中国的销售额
- 图表 202 2011-2015年迪奥在中国的香水销售额及增长率
- 图表 203 2011-2015年迪奥香水各系列在中国的销售额
- 图表 204 2011-2015年雅芳销售和利润状况统计
- 图表 205 2011-2015年雅芳销售收入及增长率情况
- 图表 206 2011-2015年雅芳经营利润及增长率情况
- 图表 207 2011-2015年雅芳净利润及增长率情况
- 图表 208 2011-2015年雅芳毛利率变化情况
- 图表 209 2011-2015年雅芳集团按产品分销售额占比
- 图表 210 2011-2015年雅芳分地区经营情况
- 图表 211 2011-2015年雅芳(中国)制造有限公司收入及利润统计
- 图表 212 2011-2015年雅芳(中国)制造有限公司收入增长趋势图
- 图表 213 2011-2015年雅芳(中国)制造有限公司销售利润率



- 图表 214 2015年雅芳(中国)制造有限公司成本费用统计
- 图表 215 2015年雅芳(中国)制造有限公司成本费用比例图
- 图表 216 2011-2015年雅芳在中国的香水销售额及增长率
- 图表 217 2011-2015年雅芳香水系列在中国的销售情况
- 图表 218 2011-2015年波士在中国的香水销售额及增长率
- 图表 219 2011-2015年波士香水各系列在中国的销售额
- 图表 220 2011-2015年雅诗兰黛销售和利润情况统计
- 图表 221 2011-2015年雅诗兰黛销售收入增长趋势
- 图表 222 2011-2015年雅诗兰黛利润总额增长趋势
- 图表 223 2011-2015年雅诗兰黛净利润增长趋势
- 图表 224 2011-2015年雅诗兰黛分地区销售收入统计
- 图表 225 2011-2015年雅诗兰黛分产品销售收入统计
- 图表 226 2011-2015年雅诗兰黛在中国的香水销售额及增长率
- 图表 227 2011-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入及利润统计
- 图表 228 2011-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入增长趋势图
- 图表 229 2011-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司销售利润率
- 图表 230 2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司成本费用统计
- 图表 231 2011-2015年玫琳凯在中国的香水销售额及增长率
- 图表 232 大卫杜夫女士香水Cool Water Wave味阶及组成
- 图表 233 大卫杜夫男士香水Cool Water味阶及组成
- 图表 234 2011-2015年大卫杜夫在中国的香水销售额及增长率
- 图表 235 2015年欧莱雅集团经营情况
- 图表 236 2015年欧莱雅集团分部门经营情况
- 图表 237 2015年欧莱雅集团分产品及部门经营情况
- 图表 238 2011-2015年欧莱雅集团销售额分地区情况统计
- 图表 239 2011-2015年欧莱雅集团化妆品业务分地区销售额统计
- 图表 240 2011-2015年欧莱雅集团经营利润分地区情况统计
- 图表 241 2011-2015年大卫杜夫在中国的香水销售额及增长率
- 图表 242 上海家化联合股份股份有限公司按专业构成分员工情况
- 图表 243 上海家化联合股份股份有限公司按教育程度分员工情况
- 图表 244 2015年上海家化联合股份股份有限公司主营业务分行业情况表
- 图表 245 2015年上海家化联合股份股份有限公司主营业务分地区情况表
- 图表 246 2011-2015年上海家化联合股份股份有限公司资产及负债统计
- 图表 247 2011-2015年上海家化联合股份股份有限公司销售及利润统计
- 图表 248 2011-2015年上海家化联合股份股份有限公司成本费用统计

图表 249 2011-2015年上海家化联合股份股份有限公司偿债能力情况

图表 250 2011-2015年上海家化联合股份股份有限公司盈利能力情况

图表 251 2011-2015年上海家化联合股份股份有限公司成长能力情况

图表 252 2011-2015年上海家化联合股份股份有限公司营运能力统计

图表 253 2011-2015年上海家化在中国的香水销售额及增长率

图表 254 宅生生之水味阶及组成

图表 255 古琦envy me香水的味阶及组成

图表 256 2011-2015年古琦在中国的香水销售额及增长率

图表 257 2011-2015年安娜苏在中国的香水销售额及增长率

图表 258 巴宝丽Weekend男香味阶及组成

图表 259 巴宝丽TOUCH男士香水味阶及组成

图表 260 2011-2015年纪梵希在中国的香水销售额及增长率

图表 261 2016-2022年中国香水市场规模预测增长趋势图

图表 262 2016-2022年中国男士香水市场规模预测增长趋势图

图表 263 2016-2022年中国高档香水市场规模预测

中国报告网所发行报告书中的信息、数据与图表部分会随时间变化补充更新，降低企事业单位分析投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/238957238957.html>