

2020年中国香水市场调研报告- 行业规模现状与发展动向研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国香水市场调研报告-行业规模现状与发展动向研究》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/520675520675.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

在全球范围内，香水行业主要竞争企业有科蒂、香奈儿（CHANEL）公司、娇兰集团、欧莱雅集团、路威酩轩香水化妆品（上海）有限公司、Joy Jean Patou公司、Davidoff公司、LVMH集团、法国拉科斯特（Lacoste）股份有限公司、雅诗兰黛公司等；其中科蒂为市场龙头企业。

全球香水行业主要竞争企业

序号

企业名称

1

科蒂

2

香奈儿（CHANEL）公司

3

娇兰集团

4

欧莱雅集团

5

路威酩轩香水化妆品（上海）有限公司

6

Joy Jean Patou公司

7

Davidoff公司

8

LVMH集团

9

法国拉科斯特（Lacoste）股份有限公司

10

雅诗兰黛公司 数据来源：公开资料整理

在2019年阿里平台香水市场TOP8中，香奈儿、冰希黎、宝格丽、祖玛珑、迪奥位居前五名，占比分别为6.2%、3.4%、3.4%、3.4%、3.2%。

2019年阿里平台香水市场TOP8（单位：%）

数据来源：公开资料整理

从香水行业中小品牌融资事件来看，完美日记融资事件最多，除2019年9月融资金额未透露外，2020年4月和9月分别融资1亿美元和1.4亿美元，其中2020年9月投资轮次为F轮-上市前，投资方主要包含华平投资和凯雷投资集团等。

2017-2020年香水行业中小品牌主要融资事件汇总

序号

企业名称

1

科蒂

2

香奈儿（CHANEL）公司

3

娇兰集团

4

欧莱雅集团

5

路威酩轩香水化妆品（上海）有限公司

6

Joy Jean Patou公司

7

Davidoff公司

8

LVMH集团

9

法国拉科斯特（Lacoste）股份有限公司

10

雅诗兰黛公司 数据来源：公开资料整理

从香水行业兼并收购案例来看，为更好的开拓自身产品线以及新市场，加上小众香水品牌发展不容忽视，因此选择兼并或收购小众香水品牌就成为了国际香水大品牌的一个主要方式。2020年3月，欧莱雅集团收购了娇韵诗（ClarinsGroup）旗下的两大香水品牌Mugler和Azzaro，来完善自身的品种组合，给其香水产业再次添砖加瓦。

2008-2020年香水行业主要兼并收购案例

时间

收购方

被收购方

金额

概述

2014

雅诗兰黛

Le Labo实验室

未披露

2006年成立于纽约的高端小众香水品牌，向公众开放的香水实验室，现场手工调配，即时装瓶。

2016.02

克利安

未披露

创立于2007年的克利安是新生的小众品牌，但在法国它已经位列于高端香水品牌行列。雅诗兰黛收购以拓展雅诗兰黛集团的奢侈香水产品业务。

2016

西班牙Puig集团

Penhaligon's潘海利根

未披露

19世纪由理发师William Henry Penhaligon创立于英国的老牌香水。

2018.05

International Flavors &Fragrances , IFF

以色列香精及原料制造商花臣

71亿美元

以71亿美元的现金加股票全资收购Frutarom Industries Ltd. (FRUT.TA) 花臣的股份和债务，并一举获得该以色列香精及原料制造商过去八年从各个市场并购的接近50个中小型供应商。

2019.05

瑞士制造商奇华顿 (Givaudan)

Albert Vieille

未披露

AlbertVieille在芳香植物领域具备独特的专业知识，并专精于100%纯精油和特殊天然原料方面。其天然原料产品被用于配制香氛和芳香疗法产品。

2019.07

Drom

未披露

Drom，名列世界十大香精香料供应商。奇华顿（Giraudan）收购香水品牌Drom以进一步扩大其在全球香水市场的领导地位。

2020.02

法国香精香料制造商Robertet

未披露

Givaudan获得了法国天然香精香料制造商Robertet 4.68%的股权，总计108109股。

2008.05

欧莱雅集团

伊夫圣罗兰

115亿欧元

欧莱雅取得伊夫圣罗兰和宝诗龙品牌在香水和化妆品领域全球的长期、独家品牌使用权许可：接管StellaMcCartney，OscardelaRenta及ErmenegildoZegna品牌在香水和化妆品领域的经营许可。

2016.06

Atelier Cologne欧珑

未披露

欧珑是2009年创办于法国的古龙水品牌。

2020.03

娇韵诗（Clarins Group）旗下的两大香水品牌Mugler和Azzaro

未披露

Mugler和Azzaro的加入有助于完善欧莱雅的品类组合，为其香水业务再添砝码。

数据来源：公开资料整理（CMY）

中国报告网是观研天下集团旗下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年中国香水市场调研报告-行业规模现状与发展动向研究》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国香水行业发展概述

第一节 香水行业发展情况概述

- 一、香水行业相关定义
- 二、香水行业基本情况介绍
- 三、香水行业发展特点分析
- 四、香水行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、香水行业需求主体分析

第二节 中国香水行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、香水行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国香水行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国香水行业生命周期分析

- 一、香水行业生命周期理论概述
- 二、香水行业所属的生命周期分析

第四节 香水行业经济指标分析

- 一、香水行业的赢利性分析
- 二、香水行业的经济周期分析
- 三、香水行业附加值的提升空间分析

第五节 中国香水行业进入壁垒分析

- 一、香水行业资金壁垒分析
- 二、香水行业技术壁垒分析
- 三、香水行业人才壁垒分析
- 四、香水行业品牌壁垒分析
- 五、香水行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球香水行业市场发展现状分析

第一节 全球香水行业发展历程回顾

第二节 全球香水行业市场区域分布情况

第三节 亚洲香水行业地区市场分析

- 一、亚洲香水行业市场现状分析
- 二、亚洲香水行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲香水行业市场前景分析

第四节 北美香水行业地区市场分析

- 一、北美香水行业市场现状分析
- 二、北美香水行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美香水行业市场前景分析

第五节 欧盟香水行业地区市场分析

- 一、欧盟香水行业市场现状分析
- 二、欧盟香水行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟香水行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界香水行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球香水行业市场规模预测

第三章 中国香水产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品香水总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国香水行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国香水产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国香水行业运行情况

第一节 中国香水行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国香水行业市场规模分析

第三节 中国香水行业供应情况分析

第四节 中国香水行业需求情况分析

第五节 我国香水行业进出口形势分析

一、进口形势分析

二、出口形势分析

三、进出口价格对比分析

第六节 我国香水行业细分市场分析（2015-2019年）

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第七节 中国香水行业供需平衡分析

第八节 中国香水行业发展趋势分析

第五章 中国香水所属行业运行数据监测

第一节 中国香水所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国香水所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国香水所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国香水市场格局分析

第一节 中国香水行业竞争现状分析

一、中国香水行业竞争情况分析

二、中国香水行业主要品牌分析

第二节 中国香水行业集中度分析

一、中国香水行业市场集中度分析

二、中国香水行业企业集中度分析

第三节 中国香水行业存在的问题

第四节 中国香水行业解决问题的策略分析

第五节 中国香水行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国香水行业需求特点与动态分析

第一节 中国香水行业消费市场动态情况

第二节 中国香水行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 香水行业成本分析

第四节 香水行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国香水行业价格现状分析

第六节 中国香水行业平均价格走势预测

一、中国香水行业价格影响因素

二、中国香水行业平均价格走势预测

三、中国香水行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国香水行业区域市场现状分析

第一节 中国香水行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区香水市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区香水市场规模分析

四、华东地区香水市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区香水市场规模分析

四、华中地区香水市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区香水市场规模分析

四、华南地区香水市场规模预测

第九章 2017-2020年中国香水行业竞争情况

第一节 中国香水行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国香水行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国香水行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第四节 中国香水行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 香水行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业2

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业3

- 一、企业概况
- 二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国香水行业发展前景分析与预测

第一节 中国香水行业未来发展前景分析

一、香水行业国内投资环境分析

二、中国香水行业市场机会分析

三、中国香水行业投资增速预测

第二节 中国香水行业未来发展趋势预测

第三节 中国香水行业市场发展预测

一、中国香水行业市场规模预测

二、中国香水行业市场规模增速预测

三、中国香水行业产值规模预测

四、中国香水行业产值增速预测

五、中国香水行业供需情况预测

第四节 中国香水行业盈利走势预测

一、中国香水行业毛利润同比增速预测

二、中国香水行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国香水行业投资风险与营销分析

第一节 香水行业投资风险分析

一、香水行业政策风险分析

二、香水行业技术风险分析

三、香水行业竞争风险

四、香水行业其他风险分析

第二节 香水行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国香水行业发展战略及规划建议

第一节 中国香水行业品牌战略分析

- 一、香水企业品牌的重要性
- 二、香水企业实施品牌战略的意义
- 三、香水企业品牌的现状分析
- 四、香水企业的品牌战略
- 五、香水品牌战略管理的策略

第二节 中国香水行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国香水行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 香水行业竞争力提升策略

- 一、香水行业产品差异性策略
- 二、香水行业个性化服务策略
- 三、香水行业的促销宣传策略
- 四、香水行业信息智能化策略
- 五、香水行业品牌化建设策略
- 六、香水行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国香水行业发展策略及投资建议

第一节 中国香水行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国香水行业定价策略分析

第三节 中国香水行业营销渠道策略

一、香水行业渠道选择策略

二、香水行业营销策略

第四节 中国香水行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国香水行业重点投资区域分析

二、中国香水行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

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/520675520675.html>