

# 2013-2017年中国香水市场 分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2013-2017年中国香水市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/rihua1302/P74380GYWT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-02-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国香水市场分析与投资前景研究报告》共七章。首先介绍了香水行业的概念及全球香水行业发展概况，接着分析了中国香水行业发展环境，然后对中国香水行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国香水行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国香水行业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。

通过《2013-2017年中国香水市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。从全球来看，香水是一个价值250亿美元的产业，每年有300多个新品上市。香水在国外，是一个早已介入于生活各个方面的元素，从儿童的教育用品，到各种生活用品，都有香水行业专业的介入，在法国，香水已经是法国人生活的一个重要元素，和衣食住行一样不可缺少。

目前中国市场上的香水产品主要分为高档香水、中偏低档香水和低档香水三类。高档香水以进口的国际品牌为主，包括：都朋、古奇、纪梵希、范思哲等。中偏低档香水主要是价位在20元-50元之间，以国产品牌香水为主，其销售模式分为香水加油站、香水专柜和“流通批发—化妆品专卖店”。低档香水主要是价位在20元以下的廉价低质香水，产品以小容量玻璃装包装为主，向三四级市场销售。

## 报告目录

### 第一章 香水的相关概述

#### 第一节 香水的介绍

##### 一、香水的概念和分类

##### 二、香水的组成成分

##### 三、香水的香味阶段

##### 四、香水的派别及特征

#### 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、我国天然香料品种及分布

第三节 香水制造的相关工艺

一、精华油的提炼程序

二、香水加工制作流程

第二章 2011-2012年全球香水产业发展概况

第一节 国际香水的历史及品牌概述

一、全球十大国度香水起源与历史

二、全球知名品牌香水的开发历程

三、全球著名香水品牌及其风格简况

四、全球香水的命名方式介绍

第二节 2011-2012年全球香水市场的发展

一、全球香水业步入生态时代

二、全球香水市场发展动态

三、全球香水行业潮流浅析

四、香水行业掀起怀旧复古风

五、欧美高端香水公司在危机中逆市上扬

六、美国香水市场的发展浅析

第三节 2011-2012年香水产品开发动态

一、阿玛尼开发出男士香水系列产品

二、全球香水巨头联手开发新香水系列

三、全球首款铁路主题香水上市

四、全球首款栗花香水问世

第四节 2011-2012年全球香水包装发展概述

一、香水包装的设计和生产品历史

二、法国香水包装设计的特点分析

三、现代香水瓶造型的设计思维分析

四、两款名牌香水的包装比较分析

五、特色香水包装是抢占消费者关键

六、香水包装设计的流行趋势

### 第三章 2011-2012年中国香水业发展解析

#### 第一节 2011-2012年我国香水市场总体发展分析

- 一、我国香水市场的产品和品牌介绍
- 二、中国国产香水品牌发展优势浅析
- 三、我国香水市场表现迥异
- 四、南京香水市场一片大好
- 五、香水企业不断细分市场开拓市场潜力

#### 第二节 2011-2012年我国香水市场消费分析

- 一、我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、理性消费带动下国内香水凸显新特点
- 四、香水消费新趋势

#### 第三节 2011-2012年香水市场营销分析

- 一、香水的主要销售模式
- 二、品牌香水的价值塑造和营销手法
- 三、国产香水品牌营销的关键要素
- 四、香水吧创新经营的建议

#### 第四节 中国香水市场面临的问题和发展对策

- 一、我国香水市场的发展瓶颈分析
- 二、中国香水市场发展缓慢的对策建议
- 三、国产香水品牌走出发展瓶颈的方法
- 四、我国香水企业打破制约难题之策

### 第四章 2011-2012年香精香料行业的发展

#### 第一节 2011-2012年全球香精香料行业分析

- 一、全球香精香料业已步入快速发展阶段
- 二、国际香料香精市场开始回升
- 三、全球主要香精香料公司发展动态
- 四、主要国家香料香精立法和管理概况

#### 第二节 2011-2012年中国香精香料行业分析

- 一、我国香料香精工业发展历程
- 二、全球香精香料知名企业完成在华战略布局

三、我国最大香精香料生产基地建成

四、我国香精香料行业发展思路

五、中国香精香料产业结构调整对策

第三节 2011-2012年香料香精企业的发展

一、中国香精香料生产企业三大格局分析

二、香精香料出口企业积极开发新兴市场

三、我国香料香精企业面临的发展困境

四、我国香精企业应对困难的策略

五、香料香精中小企业发展的四条路

六、国内香精香料企业应对欧盟REACH法规策略

第四节 2011-2012年生物技术对香精香料的发展

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

第五章 2011-2012年香水细分产业分析

第一节 男士香水

一、男士香水市场逐渐发展起来

二、国际品牌纷争男士香水市场

三、男性香水产品需求的发展动态

四、品牌成为男士选用香水主要因素

五、观念障碍制约男士香水的发展

六、找准定位精心打造男士香水品牌

七、男士香水市场大有潜力

第二节 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

第三节 汽车香水

一、车用香水的种类及需求特点

二、广东汽车香水市场呈现出繁荣景象

三、我国首款人车两用汽车香水上市

四、浅析国内车用香水市场发展的制约因素

## 第六章 国外主要企业及品牌

### 第一节 迪奥（DIOR）

一、公司简介

二、迪奥香水发展回顾

三、Dior推出男士运动淡香水

四、迪奥的品牌发展带来的启示

### 第二节 香奈儿（CHANEL）

一、品牌简介

二、香奈儿情景营销分析

三、香奈尔5号香水成功的原因

### 第三节 让·古戎

一、公司简介

二、让·古戎香水营销背景

三、让·古戎香水进军中国市场的优势

四、让·古戎香水营销策略

五、让·古戎打造中国特色香水经销团队

### 第四节 兰蔻（LANCÔTE）

一、品牌简介

二、兰蔻主要经典香水介绍

三、兰蔻的品牌战略定位

四、兰蔻成功经营之道

五、兰蔻面临的三大问题

### 第五节 雅诗兰黛（ESTÉE LAUDER）

一、品牌介绍

二、雅诗兰黛发展简史

三、雅诗兰黛推新款香水Sensuous

四、雅诗兰黛发力中国锁定高端市场

五、雅诗兰黛全新营销策略

### 第六节 克莱恩（CALVIN KLEIN）

- 一、品牌介绍
- 二、CK香水产品介绍
- 三、克莱恩香水包装创新设计
- 四、克莱恩扩张亚洲市场首推中国

#### 第七节 其它品牌

- 一、伊丽莎白•雅顿 ( ElizabethArden )
- 二、娇兰 ( Guerlain )
- 三、三宅一生 ( IsseyMiyake )
- 四、古驰集团 ( Gucci )

### 第七章 香水行业重点企业经营状况分析

#### 第一节 南京巴黎贝丽丝香水有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第二节 克丽丝汀·迪奥 ( 上海 ) 香水化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第三节 上海香海美容品厂

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第四节 金玛瑙香水 ( 明光 ) 有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第五节 义乌市美之源化妆品有限公司



- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第六节 浙江倩靓化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第七节 广州市圣伊华精细化工有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第八节 快美特汽车精品（深圳）有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第九节 中山市薇娜化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1302/P74380GYWT.html>