

# 2014-2020年中国香水市场 现状分析及投资前景研究报告

## 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

《2014-2020年中国香水市场现状分析及投资前景研究报告》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/rihua1409/B338274VEP.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】2014-09-03

【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《2014-2020年中国香水市场现状分析及投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了中国香水行业的概念，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。

当前，我国香水的市场容量达到了100多亿元，并且以每年35%左右的速度快速增长。香水大致分为两种类型，一种是原装，一种是散装。在如今香水选择甚多的市场环境下，顾客更多倾向于尽可能尝试多种香型的产品，正因为如此，一些品质高，小容量的香水很受消费者的欢迎。现在在商场里，虽然我们看到的散装零售香水的品种并没有原装香水的丰富，但基本上能满足顾客的需求，散装香水能够满足女性尝试不同香型的愿望。并且名牌香水太贵，如果卖原装的一大瓶不仅价值不菲，而且很可能因为用过之后不合适，或者用不完，最后白白浪费掉。散装香水一次就买几毫升，不喜欢可即换，不会浪费。名牌香水散装卖与人们的消费心理相呼应，预计在近两年将会迅速发展起来。

## 第一章 2013年中国香水行业整体局势发展综述

### 第一节 中国香水行业发展形势情况

- 一、中国香水行业发展周期
- 二、中国香水行业产业链分析
- 三、中国香水行业发展SWOTW分析

### 第二节 近几年中国香水行业运行状况研究

- 一、2009-2013年中国香水行业产量统计
- 二、2009-2013年中国香水行业需求量走势
- 三、2009-2013年中国香水行业进出口分析
- 四、2009-2013年中国香水行业整体供需状况

## 第二章 2012-2013年当前经济形势对行业发展环境的影响

### 第一节 2012-2013年中国香水行业经济环境展望

- 一、2013年中国国民经济分析
- 二、2013年中国固定资产投资情况分析
- 三、2013年中国恩格尔系数分析

#### 四、2014-2020年中国宏观经济发展预测

#### 第二节 中国香水行业社会环境分析

##### 一、居民消费水平分析

##### 二、城镇人员从业状况

#### 第三节 中国香水行业政策法规解读

##### 一、产业振兴规划

##### 二、产业发展规划

##### 三、行业标准政策

##### 四、市场应用政策

##### 五、财政税收政策

#### 第四节 中国香水行业国际贸易环境研究

#### 第五节 当前经济形势对行业发展环境的影响

### 第三章2009-2014年中国香水行业数据情报跟踪监测

#### 第一节2009-2014年中国香水行业规模分析

##### 一、企业数量增长分析

##### 二、从业人数增长分析

##### 三、资产规模增长分析

#### 第二节2013年中国香水行业结构分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、销售收入结构分析

#### 第三节2009-2014年中国香水行业产值分析

##### 一、产成品增长分析

##### 二、工业销售产值分析

##### 三、出口交货值分析

#### 第四节2009-2014年中国香水行业成本费用分析

##### 一、销售成本统计

##### 二、费用统计

#### 第五节2009-2014年中国香水行业盈利能力分析

##### 一、主要盈利指标分析

##### 二、主要盈利能力指标分析

## 第四章 2012-2017年中国香水行业区域市场需求状况预测

### 第一节2014-2020年华北地区香水市场需求状况

- 一、2013年行业发展现状分析
- 二、2013年市场规模情况分析
- 三、2014-2020年市场需求情况
- 四、2014-2020年香水行业发展前景预测

### 第二节2014-2020年东北地区香水市场规模研究

- 一、2013年香水行业发展现状
- 二、2013年市场规模情况分析
- 三、2014-2020年市场需求情况
- 四、2014-2020年香水行业发展前景预测

### 第三节2014-2020年华东地区香水行业前景展望

- 一、2013年香水行业发展回顾
- 二、2013年市场规模情况分析
- 三、2014-2020年市场需求情况
- 四、2014-2020年香水行业发展前景预测

### 第四节2014-2020年华南地区香水市场需求预测

- 一、2013年香水行业发展局势分析
- 二、2013年市场规模情况分析
- 三、2014-2020年市场需求格局
- 四、2014-2020年香水行业发展前景预测

### 第五节2014-2020年华中地区香水行业发展潜力分析

- 一、2013年香水行业发展情况
- 二、2013年市场规模研究
- 三、2014-2020年市场需求情况
- 四、2014-2020年香水行业发展前景预测

### 第六节2014-2020年西南地区香水市场规模预测

- 一、2013年香水行业发展形势
- 二、2014-2020年市场规模情况
- 三、2014-2020年市场需求预测
- 四、2014-2020年香水行业发展前景预测

### 第七节2014-2020年西北地区香水行业发展预测

- 一、2013年香水行业发展现状分析
- 二、2013年市场规模情况分析
- 三、2014-2020年香水行业市场需求状况
- 四、2014-2020年香水行业发展前景预测

## 第五章 2010-2013年中国香水行业成本费用统计分析

### 第一节 2010-2013年香水行业产品销售成本分析

- 一、2010-2013年香水行业销售成本总额分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析

### 第二节 2010-2013年香水行业销售费用分析

- 一、2010-2013年香水行业销售费用总额分析
- 二、不同规模企业销售费用比较分析
- 三、不同所有制企业销售费用比较分析

### 第三节 2010-2013年香水行业管理费用分析

- 一、2010-2013年香水行业管理费用总额分析
- 二、不同规模企业管理费用比较分析
- 三、不同所有制企业管理费用比较分析

### 第四节 2010-2013年香水行业财务费用分析

- 一、2010-2013年香水行业财务费用总额分析
- 二、不同规模企业财务费用比较分析
- 三、不同所有制企业财务费用比较分析

## 第六章 中国香水产业市场营销策略竞争深度研究

### 第一节 不同规模企业市场营销策略竞争分析

- 一、不同规模企业市场产品策略
- 二、不同规模企业市场渠道策略
- 三、不同规模企业市场价格策略
- 四、不同规模企业广告媒体策略
- 五、不同规模企业客户服务策略

### 第二节 不同所有制企业市场营销策略竞争分析

- 一、不同所有制企业市场产品策略

二、不同所有制企业市场渠道策略

三、不同所有制企业市场价格策略

四、不同所有制企业广告媒体策略

五、不同所有制企业客户服务策略

第三节 不同规模企业/所有制企业市场营销策略专家观点

## 第七章2013年中国香水行业营销策略和销售渠道考察

第一节 中国香水行业目前主要营销渠道分析

第二节 中国香水行业重点企业营销策略

第三节 中国香水行业产品营销策略建议

一、产品功效优先策略

二、产品品牌提升策略

三、产品价格杠杆策略

四、产品媒体组合策略

五、产品个性推介策略

六、产品层次营销策略

第四节 中国香水行业营销渠道变革专家研究

一、香水行业营销渠道新理念

二、香水行业渠道管理新发展

三、当前中国中小企业的外部营销环境

四、中小企业营销渠道存在的问题和不足

第五节 中国香水行业营销渠道发展趋势点评

一、营销渠道结构扁平化

二、营销渠道终端个性化

三、营销渠道关系互动化

四、营销渠道商品多样化

## 第八章2013年中国香水行业需求用户调研结果

第一节2013年香水行业用户认知程度分析

一、不同收入用户认知程度分析

二、不同年龄用户认知程度分析

三、不同地区用户认知程度分析

#### 四、不同学历用户认知程度分析

#### 第二节2013年中国香水行业用户需求特点

##### 一、不同收入用户需求特点分析

##### 二、不同年龄用户需求特点分析

##### 三、不同地区用户需求特点分析

##### 四、不同学历用户需求特点分析

#### 第三节2013年中国香水行业用户关注因素分析

##### 一、功能多样性

##### 二、质量可靠性

##### 三、价格合理性

##### 四、外型美观性

##### 五、服务便捷性

#### 第四节2013年香水行业其它用户特征分析

### 第九章 2013年中国香水行业整体竞争格局形势剖析

#### 第一节 2013年中国香水行业集中度分析

##### 一、行业集中度分析

##### 二、不同所有制企业市场份额调查

##### 三、不同规模企业市场份额调查

##### 四、不同类型市场主要企业分析

#### 第二节2013年中国区域竞争格局深度剖析

##### 一、主要生产区域

##### 二、主要消费区域

##### 三、主要产销区市场对接分析

#### 第三节2013年中国香水行业与替代品行业市场占有率分析

#### 第四节2014-2020年中国香水行业市场竞争趋势预测

### 第十章2013年中国香水标杆企业竞争力指标分析（企业可自选）

#### 第一节 标杆企业（一）

##### 一、企业发展概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析



四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第二节 标杆企业（二）

一、企业发展概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第三节 标杆企业（三）

一、企业发展概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第四节 标杆企业（四）

一、企业发展概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第五节 标杆企业（五）

一、企业发展概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

&hellip;&hellip;

## 第十一章2014-2020年中国香水行业市场盈利预测与投资潜力

### 第一节2014-2020年中国香水行业重点企业投资行为研究

### 第二节2014-2020年中国香水行业市场规模预测

### 第三节2014-2020年中国香水行业盈利水平分析

### 第四节 2014-2020年中国香水投资机会分析

#### 一、细分市场机会

#### 二、新进入者投资机会

#### 三、产业链投资机会

### 第五节 2014-2020年中国香水总体机会专家评价

## 第十二章 2014-2020年中国香水行业前景展望及对策分析

### 第一节2014-2020年中国香水行业发展前景展望

#### 一、香水行业市场前景分析

#### 二、香水行业市场蕴藏的商机探讨

#### 三、香水行业“十二五”规划解读

### 第二节2014-2020年中国行业发展对策研究

#### 一、把握国家投资的契机

#### 二、竞争性战略联盟的实施

#### 三、市场重点客户战略实施

## 第十三章2014-2020年中国香水产业未来发展预测及投资风险

### 第一节 当前行业存在的问题解决

### 第二节 中国香水产业发展预测与投资前景

### 第三节 中国香水产业投资风险

#### 一、政策风险

#### 二、技术风险

#### 三、市场风险

#### 四、财务风险

#### 五、经营管理风险

### 第四节 当前经济不景气环境下香水企业防范措施及策略

## 第十四章 2014-2020年中国香水行业投资风险策略探讨

- 第一节 产品定位与定价
- 第二节 成本控制建议
- 第三节 技术创新研究
- 第四节 投资策略解析
- 第五节 如何应对当前经济形势

## 第十五章 博思数据关于项目投资注意事项

### 第一节 中国香水行业投资环境考察

- 一、经济因素
- 二、政策因素
- 三、人口因素
- 四、社会发展因素

### 第二节 中国香水行业投资风险控制策略

- 一、行业投资风险控制及策略研究
- 二、建立健全投资风险预警机制
- 三、建立完善的质量管理体系（提高产品市场竞争力）
- 四、建立健全企业内控机制（降低投资风险的可能性）

### 第三节 香水行业技术应用注意事项

### 第四节 香水行业项目投资注意事项

- 一、注意选择好项目实施团队
- 二、注意对项目的前期分析
- 三、注意与企业现有产业相衔接
- 四、注意与所在地区产业相连接
- 五、注意与现有营销体系相连接
- 六、注意对项目投资总额的控制

### 第五节 香水行业生产开发注意事项

- 一、产品开发与品牌路线相吻合，战线统一
- 二、开发新产品要差异化，拥有个性
- 三、注重生产现场管理，精益化生产

### 第六节 香水行业销售注意事项

图表目录：（部分）

图表：中国香水行业发展周期布局图

图表：2008-2013年中国香水产量变化走势图

图表：2010-2011年中国香水重点省市产量对比图

图表：2013年中国香水产量和2011年同期对比图

图表：2013年中国香水产量前5位省市对比图

图表：2013年中国香水前5位省市产量比例图

图表：2013年中国香水重点省市产量及增长率统计表 单位：吨

图表：2013年中国香水产量增长率排名前5位省市对比图 单位：吨

图表：2013年中国香水主要省份产量比重统计表

图表：2013年中国香水市场集中度和2011年同期对比图

图表：2009-2013年中国香水需求量走势图

图表：2009-2013年中国香水整体供需走势图

图表：2005-2013年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2013年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2013年中国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2013年中国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2005-2013年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2013年中国香水进出口总额走势图

图表：2005-2013年中国香水进口总额和出口总额走势图

图表：2009-2013年中国香水进口数量统计图

图表：2009-2013年中国香水进口金额统计图

图表：2009-2013年中国香水出口数量统计图

图表：2009-2013年中国香水出口金额统计图

图表：2009-2013年中国香水进出口平均单价统计图

图表：2009-2013年中国香水进口国家及地区统计图

图表：2009-2013年中国香水出口国家及地区统计图

图表：2009-2014年中国香水企业数量增长趋势图

图表：2009-2014年中国香水亏损企业数量增长趋势图

图表：2009-2014年中国香水从业人数增长趋势图

图表：2009-2014年中国香水资产规模增长趋势图

图表：2013年中国香水不同类型企业数量分布图

图表：2013年中国香水不同所有制企业数量分布图

图表：2013年中国香水不同类型企业销售收入分布图

图表：2013年中国香水不同所有制企业销售收入分布图

图表：2009-2014年中国香水产成品增长趋势图

图表：2009-2014年中国香水工业销售产值增长趋势图

图表：2009-2014年中国香水出口交货值增长趋势图

图表：2009-2014年中国香水行业销售成本增长趋势图

图表：2009-2014年中国香水费用使用统计图

图表：2009-2014年中国香水主要盈利指标统计图

图表：2009-2014年中国香水主要盈利指标增长趋势图

图表：部分企业主要经济指标走势图

图表：部分企业经营收入走势图

图表：部分企业盈利指标走势图

图表：部分企业负债情况图

图表：部分企业负债指标走势图

图表：部分企业运营能力指标走势图

图表：部分企业成长能力指标走势图

图表：2014-2020年中国香水产品供给预测趋势图表

图表：2014-2020年中国香水产品需求预测趋势图表

图表：2014-2020年中国香水产品竞争格局预测走势图

图表：2014-2020年中国香水资产利润率走势预测图表

图表：2014-2020年中国香水销售利润率走势预测图表

图表：2014-2020年中国香水成本费用利润率走势预测图

图表：2014-2020年中国香水产品未来行业盈利状况预测表

图表：2014-2020年中国香水产品市场供给预测数据

图表：2014-2020年中国香水产品市场需求状况预测图

图表：2014-2020年中国香水产品价格走势预测图

图表：2014-2020年中国香水产品未来行业发展趋势预测表

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

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/rihua1409/B338274VEP.html>