

# 2015-2020年中国男士香水 市场分析及行业调研报告

## 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

《2015-2020年中国男士香水市场分析及行业调研报告》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/rihua1502/T12853S9F0.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-05-15

【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《2015-2020年中国男士香水市场分析及行业调研报告》共九章。报告介绍了男士香水行业相关概述、中国男士香水产业运行环境、分析了中国男士香水行业的现状、中国男士香水行业竞争格局、对中国男士香水行业做了重点企业经营状况分析及中国男士香水产业发展前景与投资预测。您若想对男士香水产业有个系统的了解或者想投资男士香水行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

拉丁文“perfumum”衍生而来，意思是“穿透烟雾”。旧约《圣经》提到香水，通常指一种香料形成，这与拉丁文定义相符。一般上，男性香水可分为四大类，即香精、香水、淡香水及古龙水，另外，还有一种男性专用的须后水。在选购时，可根据瓶上的标识来辨别。

## 报告目录：

### 第一章 中国品牌男士香水发展环境全面透析

#### 第一节 经济环境分析

##### 一、中国GDP分析

##### 三、固定资产投资

##### 三、城镇人员从业状况

##### 四、恩格尔系数分析

##### 五、2015-2020年我国宏观经济发展预测

#### 第二节 政策环境分析

##### 一、产业政策分析

##### 二、相关产业政策影响分析

##### 三、进出口政策分析

#### 第三节 社会环境分析

##### 一、人口规模分析

##### 二、年龄结构分析

##### 三、学历结构分析

#### 第四节 技术环境分析

##### 一、技术发展态势

##### 二、新技术的发展

##### 三、技术发展走势

## 第二章 中国男士香水市场运营全景概况

### 第一节 2012-2014年中国男士香水市场规模

### 第二节 2012-2014年我国男士香水区域结构

### 第三节 中国男士香水区域市场发展规模研究

#### 一、东北地区市场规模分析

#### 二、华北地区市场规模分析

#### 三、华东地区市场规模分析

#### 四、华中地区市场规模分析

#### 五、华南地区市场规模分析

#### 六、西部地区市场规模分析

### 第四节 2015-2020年中国男士香水发展规模预测

## 第三章 中国品牌男士香水市场报价实地考察

### 第一节 价格形成机制分析

### 第二节 2012-2014年中国品牌男士香水平均价格趋向势研究

### 第三节 2015-2020年中国品牌男士香水价格走势判断

## 第四章 中国品牌男士香水进出口产销形势分析

### 第一节 2008-2014年中国品牌男士香水进出口量分析

#### 一、中国品牌男士香水进口分析

#### 二、中国品牌男士香水出口分析

### 第二节 2008-2014年中国品牌男士香水进出口市场走势分析

#### 一、2015-2020年中国品牌男士香水进口预测

#### 二、2015-2020年中国品牌男士香水出口预测

## 第五章 中国男士香水市场需求考察及消费者关注因素分析

### 第一节 2012-2014年中国男士香水产量统计分析

### 第二节 2012-2014年中国男士香水历年消费量统计分析

### 第三节 男士香水产品目标客户群体实地调研

#### 一、不同收入水平消费者偏好调查

#### 二、不同年龄的消费者偏好调查

#### 三、不同地区的消费者偏好调查

### 第四节 男士香水产品的品牌市场考察

#### 一、消费者对男士香水品牌认知度宏观调查

#### 二、消费者对男士香水产品的品牌偏好调查

三、消费者对男士香水品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、男士香水品牌忠诚度调查

六、男士香水前十名品牌市场占有率调查

七、男士香水前十名品牌竞争力比较分析

八、消费者的性别比例调查

九、消费者的购买频率调查

十、消费者的接受价格范围分析

十一、消费者的喜好规格范围分析

十二、消费者的消费金额范围分析

第五节 消费者对相关产品偏好影响因素

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六章 中国品牌男士香水竞争形势监测

第一节 男士香水行业历史竞争格局概况

一、男士香水行业集中度分析

二、男士香水行业竞争程度分析

第二节 男士香水行业企业竞争力分析深度分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 2015-2020年中国品牌男士香水竞争格局未来洞察

第七章 中国男士香水重点品牌企业营销策略借鉴

第一节 波士Boss

一、企业概况

二、近三年企业经营状况

三、近三年品牌竞争力分析

四、近三年品牌市场份额分析

五、未来五年该品牌竞争策略

第二节 CK(Calvin Klein)

- 一、企业概况
- 二、近三年企业经营状况
- 三、近三年品牌竞争力分析
- 四、近三年品牌市场份额分析
- 五、未来五年该品牌竞争策略

### 第三节 Kenzo 高田贤三

- 一、企业概况
- 二、近三年企业经营状况
- 三、近三年品牌竞争力分析
- 四、近三年品牌市场份额分析
- 五、未来五年该品牌竞争策略

### 第四节 迪奥Dior

- 一、企业概况
- 二、近三年企业经营状况
- 三、近三年品牌竞争力分析
- 四、近三年品牌市场份额分析
- 五、未来五年该品牌竞争策略

### 第五节 巴宝莉Burberry

- 一、企业概况
- 二、近三年企业经营状况
- 三、近三年品牌竞争力分析
- 四、近三年品牌市场份额分析
- 五、未来五年该品牌竞争策略

### 第六节 阿迪达斯Adidas

- 一、企业概况
- 二、近三年企业经营状况
- 三、近三年品牌竞争力分析
- 四、近三年品牌市场份额分析
- 五、未来五年该品牌竞争策略

### 第七节 香奈儿Chanel

- 一、企业概况
- 二、近三年企业经营状况

- 三、近三年品牌竞争力分析
- 四、近三年品牌市场份额分析
- 五、未来五年该品牌竞争策略

#### 第八节 纪梵希Givenchy

- 一、企业概况
- 二、近三年企业经营状况
- 三、近三年品牌竞争力分析
- 四、近三年品牌市场份额分析
- 五、未来五年该品牌竞争策略

#### 第九节 阿玛尼Armani

- 一、企业概况
- 二、近三年企业经营状况
- 三、近三年品牌竞争力分析
- 四、近三年品牌市场份额分析
- 五、未来五年该品牌竞争策略

#### 第十节 宝格丽Bvlgari

- 一、企业概况
- 二、近三年企业经营状况
- 三、近三年品牌竞争力分析
- 四、近三年品牌市场份额分析
- 五、未来五年该品牌竞争策略

### 第八章 2015-2020年中国品牌男士香水未来市场机会洞察

#### 第一节 2015-2020年男士香水行业产量预测

#### 第二节 2015-2020年男士香水行业总资产预测

#### 第三节 2015-2020年男士香水行业工业总产值预测

#### 第四节 2015-2020年男士香水行业销售收入预测

### 第九章 2015-2020年中国男士香水行业投资契机与战略规划

#### 第一节 行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

## 第二节 男士香水行业投资效益预测

### 一、行业盈利能力

### 二、行业偿债能力

### 三、行业发展能力

## 第三节 2015-2020年中国品牌男士香水投资前景评估

### 一、金融危机风险预警

### 二、行业竞争风险预警

### 三、技术风险预警

### 四、经营管理风险预警

## 第四节 男士香水行业投资前景研究分析

### 一、重点投资品种分析

### 二、重点投资地区分析

#### 图表目录：

图表1：我国GDP增长情况

图表2：国民生产总值

图表3：2009-2014年我国国内生产总值预测

图表4：居民消费价格分类指数分析

图表5：我国CPI和PPI情况

图表6：社会消费品零售额情况

图表7：社会消费品零售额分行业统计

图表8：CPI同比增幅

图表9：CPI同比涨幅

图表10：PPI同比涨幅

图表11：我国进出口总值统计数据

图表12：进出口总值分月统计（单位：亿美元）

图表13：贸易顺差分月份统计（单位：亿美元）

图表14：我国进出口总额及其增长率

图表15：2009-2014年我国国际贸易总额预测

图表16：固定资产投资及其增速

图表17：我国固定投资情况

图表18：我国城镇固定投资分产业统计

图表19：2009-2014年我国固定资产投资预测



图表20：中国人口数及其构成单位：万人

图表21：我国人口年龄结构分析图

图表22：我国男士香水制品行业市场规模

图表23：我国男士香水制品行业市场规模

图表24：我国男士香水制品行业市场规模区域结构分析

图表25：我国男士香水制品行业市场规模区域结构分析

图表26：我国东北地区男士香水制品行业市场规模

图表27：我国东北地区男士香水制品行业市场规模

图表28：我国华北地区男士香水制品行业市场规模

图表29：我国华北地区男士香水制品行业市场规模

图表30：我国华东地区男士香水制品行业市场规模

图表31：我国华东地区男士香水制品行业市场规模

图表32：我国华中地区男士香水制品行业市场规模

图表33：我国华中地区男士香水制品行业市场规模

图表34：我国华南地区男士香水制品行业市场规模

图表35：我国华南地区男士香水制品行业市场规模

图表36：我国西部地区男士香水制品行业市场规模

图表37：我国西部地区男士香水制品行业市场规模

图表38：2015-2020年我国男士香水制品行业市场规模预测

图表39：2015-2020年我国男士香水制品行业市场规模预测

图表40：我国男士香水制品产量分析

图表41：我国男士香水制品产量分析

图表42：我国男士香水制品消费量分析

图表43：我国男士香水制品消费量分析

图表44：消费者收入分布比率

图表45：消费者收入分布比率

图表46：消费者年龄分布比率图

图表47：消费者年龄分布比率图

图表48：消费区域分布比率表

图表49：消费区域分布比率表

图表50：消费者对男士香水制品品牌认知度调查

图表51：消费者对男士香水制品产品品牌状况调查分析

图表52：消费者对男士香水制品产品品牌状况调查分析

图表53：消费者对男士香水制品品牌的首要认知渠道

图表54：份消费者消费习惯调查

图表54：份消费者消费习惯调查

图表56：消费者品牌忠诚度调查

图表57：消费者品牌忠诚度调查

图表58：中国消费者男士香水品牌构成

图表59：2008-2009年中国消费者男士香水品牌构成

图表60：男士香水制品消费者关注度调研

图表61：男士香水制品消费者关注度调研

图表62：份男士香水消费者性别比例调查分析

图表63：男士香水消费者购买频率分析

图表64：男士香水消费者产品价格认同情况调查分析

图表66：男士香水消费者消费金额分析

图表67：男士香水制品产品购买渠道分布图

图表68：男士香水制品产品广告影响程度分析

图表69：男士香水制品行业成本构成

图表70：男士香水制品行业成本构成

图表71：我国男士香水制品平均价格分析

图表72：我国男士香水制品平均价格分析

图表73：2009-2014年我国男士香水制品平均价格预测

图表74：2009-2014年我国男士香水制品平均价格预测

图表75：我国男士香水制品进口量分析

图表76：我国男士香水制品进口量分析

图表77：我国男士香水制品出口量分析

图表78：我国男士香水制品出口量分析

图表79：2008-2014年我国男士香水制品进口量预测

图表80：2008-2014年我国男士香水制品进口量预测

图表81：2008-2014年我国男士香水制品出口量预测

图表82：2008-2014年我国男士香水制品出口量预测

图表112：男士香水品牌市场占有率分析

图表113：我国男士香水制品行业集中度分析

图表114：我国男士香水制品行业集中度分析

图表115：2015-2020年我国男士香水制品竞争格局分析

图表116：2015-2020年我国男士香水制品竞争格局分析

图表117：2015-2020年我国男士香水制品产量预测

图表118：2015-2020年我国男士香水制品产量预测

图表119：2015-2020年我国男士香水制品总资产预测

图表120：2015-2020年我国男士香水制品总资产预测

图表121：2015-2020年我国男士香水制品总产值预测

图表122：2015-2020年我国男士香水制品总产值预测

图表123：2015-2020年我国男士香水制品销售收入预测

图表124：2015-2020年我国男士香水制品销售收入预测

图表125：男士香水制品行业盈利能力类财务指标分析

图表126：男士香水制品行业偿债能力类财务指标分析

图表127：男士香水制品行业发展能力类财务指标分析

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/rihua1502/T12853S9F0.html>