

2015-2020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

报告报价

《2015-2020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/rihua1512/J14380MHJG.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-12-07

【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年中国香水市场分析与投资前景研究报告》共七章。报告介绍了香水行业相关概述、中国香水产业运行环境、分析了中国香水行业的现状、中国香水行业竞争格局、对中国香水行业做了重点企业经营状况分析及中国香水产业发展前景与投资预测。您若想对香水产业有个系统的了解或者想投资香水行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

香气最初是埃及人宗教仪式的一部分，他们燃烧熏香、没药（树胶和一种从亚非林木里提炼出的树脂乳香）和乳香，后来开始使用香精油和药膏。在17世纪，香水开始风靡社会。18世纪，随着古龙香水的出现，香水制造业取得了革命性的进展，迷迭香、橙花油、香柠檬油和柠檬配制而成的混合剂，不仅提神还被广泛运用。19世纪，随着工业和艺术的，香水进一步演变。品味的转变和现代化学的发展为香水奠定了基础。到21世纪初，香水的种类多达2万多种。

20世纪以来香水产业空前繁荣，诞生了像兰寇等香水品牌企业，同时世界许多著名的服装公司、化妆品公司纷纷推出自己的香水，如香奈儿、迪奥、波士、贝纳通、雅顿、雅诗兰黛、纪梵希、露华浓等。由于香水从原料选择、耗时的制作工艺到调香技艺要求的严格，香水自诞生之日就奠定了它成为奢侈品的地位，而香水生产企业也将香水赋予深刻、独特的内涵，或绚丽奢华、或妖娆浪漫、或自然清新……香水商出售的不仅仅是产品，更是一种生活品质 and 品位。

中国是一个非常重要的香水市场——消费者都很年轻并了解奢侈品。随着可支配收入稳步增加，越来越多的消费者都会发现香水的迷人之处。这种需求随着中国消费者对品牌的香水文化的认知不断加深和拓展，也在不断升级。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。

近年来，中国奢侈品行业以20%以上的速度保持增长，未来中国奢侈品市场的将超过日本，成为世界位的奢侈品消费大国。由此可见，香水行业的发展潜力在中国是非常大的。

与欧美市场相比，中国的香水消费起步较晚。但如今的香水在人们生活中的地位，确实在

起着变化。曾经作为奢侈品的香水，近几年已经转变为纯粹的日用品。国外设计师、时尚品牌和化妆品巨头们，正在不自觉地在水制造上发力，让更多人离不开香水。他们潜心研发顶级香水，想要占据香水市场金字塔的顶端，香水正步入一个新的奢华年代。而国产香水也在积极拓展市场，在中高档市场占据的份额增加了。

从市场销售量占有率上看，亚洲占全球销售量的8%，只占了拉丁美洲的20%，而中国只占了全球销售量的0.8%。从国际市场来看，香水市场是个市值438.9亿美元的产业，每年有至少300种新品上市。在法国，香水和衣食住行一样不可或缺，而占全球约20%人口的中国却只占了全球香水销量额的1.5%。国内消费者并没养成使用香水的习惯，购买的香水常常在出席特殊场合才使用。香水至今在中国仍是一个相对新鲜的事物。虽然中国香水市场处于初部发展阶段，但意味着未来潜力很大。

第1章：全球香水行业发展综述

1.1 香水行业相关概述

1.1.1 香水相关定义与分类

1.1.2 香水行业生命周期分析

1.2 香水行业产业链分析

1.2.1 香水行业产业链介绍

（1）产业链模型原理介绍

（2）香水行业产业链分析

1.2.2 香精香料行业发展情况分析

（1）全球香精香料行业供需分析

（2）香精香料行业发展趋势分析

1.2.3 香水包装行业发展情况分析

(1) 全球包装行业发展现状与特点

(2) 香水包装行业发展趋势分析

1.2.4 广告行业发展情况分析

(1) 全球广告行业发展现状与特点

(2) 全球香水品牌广告典型案例分析

(3) 香水品牌广告行业发展趋势分析

1.3 全球香水行业发展环境分析

1.3.1 国际经济环境分析

(1) 国际宏观经济现状

(2) 国际宏观经济走势分析

1.3.2 国际贸易环境分析

(1) 国际贸易环境现状分析

(2) 行业进出口关税分析

(3) 行业反倾销政策分析

(4) 行业国际贸易环境发展趋势

1.3.3 全球化妆品行业消费环境分析

(1) 全球人均消费水平分析

(2) 全球化妆品消费习惯分析

第2章：欧洲香水行业现状与前景分析

2.1 欧洲香水行业总体状况分析

2.1.1 欧洲香水行业发展环境分析

(1) 欧洲宏观经济环境分析

1) 欧洲经济增长现状

2) 欧洲经济走势预测

(2) 欧洲贸易环境分析

1) 欧洲贸易环境现状

2) 欧洲贸易环境预测

(3) 欧洲香水行业消费需求环境分析

1) 行业需求特征分析

2) 行业需求趋势分析

3) 行业市场消费行为分析

2.1.2 欧洲香水行业市场现状分析

(1) 欧洲香水市场的特点

(2) 欧洲香水市场供需平衡分析

(3) 欧洲香水行业进出口市场分析

2.2 法国香水市场现状与趋势分析

2.2.1 法国香水行业的发展历程

2.2.2 法国香水行业发展环境分析

(1) 法国经济环境现状分析

(2) 法国居民消费环境分析

(3) 法国进出口贸易环境分析

2.2.3 法国香水行业产业链分析

(1) 法国香水行业产业链的特点

(2) 法国香精香料行业发展分析

(3) 法国包装设计行业发展分析

(4) 法国广告行业发展情况分析

2.2.4 法国香水行业市场现状分析

(1) 法国香水行业市场规模分析

(2) 法国香水行业市场格局分析

2.2.5 法国香水行业发展趋势与前景分析

(1) 行业发展趋势分析

(2) 行业发展前景分析

2.3 意大利香水市场现状与趋势分析

2.3.1 意大利香水行业的发展历程

2.3.2 意大利香水行业发展环境分析

(1) 意大利经济环境现状分析

(2) 意大利居民消费环境分析

(3) 意大利进出口贸易环境分析

2.3.3 意大利香水行业产业链分析

(1) 意大利香水行业产业链的特点

(2) 意大利香精香料行业发展分析

(3) 意大利包装设计行业发展分析

(4) 意大利广告行业发展情况分析

2.3.4 意大利香水行业市场现状分析

(1) 意大利香水行业市场规模分析

(2) 意大利香水行业市场格局分析

2.3.5 意大利香水行业发展趋势与前景分析

(1) 行业发展趋势分析

(2) 行业发展前景分析

2.4 德国香水市场现状与趋势分析

2.4.1 德国香水行业的发展历程

2.4.2 德国香水行业发展环境分析

(1) 德国经济环境现状分析

(2) 德国居民消费环境分析

(3) 德国进出口贸易环境分析

2.4.3 德国香水行业产业链分析

(1) 德国香水行业产业链的特点

(2) 德国香精香料行业发展分析

(3) 德国包装设计行业发展分析

(4) 德国广告行业发展情况分析

2.4.4 德国香水行业市场现状分析

(1) 德国香水行业市场规模分析

(2) 德国香水行业市场格局分析

2.4.5 德国香水行业发展趋势与前景分析

(1) 行业发展趋势分析

(2) 行业发展前景分析

2.5 欧洲其他国家香水市场发展概况

2.5.1 波兰香水行业市场发展概况

(1) 波兰香水行业市场规模分析

(2) 波兰主要香水品牌发展情况

2.5.2 芬兰香水行业市场发展概况

(1) 芬兰香水行业市场规模分析

(2) 芬兰主要香水品牌发展情况

2.5.3 英国香水行业市场发展概况

(1) 英国香水行业市场规模分析

(2) 英国主要香水品牌发展情况

2.5.4 西班牙香水行业市场发展概况

(1) 西班牙香水行业市场规模分析

(2) 西班牙主要香水品牌发展情况

第3章：美洲香水行业现状与前景分析

3.1 美国香水市场现状与趋势分析

3.1.1 美国香水行业的发展历程

3.1.2 美国香水行业发展环境分析

(1) 美国经济环境现状分析

(2) 美国居民消费环境分析

(3) 美国进出口贸易环境分析

3.1.3 美国香水行业产业链分析

(1) 美国香水行业产业链的特点

(2) 美国香精香料行业发展分析

(3) 美国包装设计行业发展分析

(4) 美国广告行业发展情况分析

3.1.4 美国香水行业市场现状分析

(1) 美国香水行业市场规模分析

(2) 美国香水行业市场格局分析

3.1.5 美国香水行业发展趋势与前景分析

(1) 行业发展趋势分析

(2) 行业发展前景分析

3.2 巴西香水市场现状与趋势分析

3.2.1 巴西香水行业的发展历程

3.2.2 巴西香水行业发展环境分析

(1) 巴西经济环境现状分析

(2) 巴西居民消费环境分析

(3) 巴西进出口贸易环境分析

3.2.3 巴西香水行业产业链分析

(1) 巴西香水行业产业链的特点

(2) 巴西香精香料行业发展分析

(3) 巴西包装设计行业发展分析

(4) 巴西广告行业发展情况分析

3.2.4 巴西香水行业市场现状分析

(1) 巴西香水行业市场规模分析

(2) 巴西香水行业市场格局分析

3.2.5 巴西香水行业发展趋势与前景分析

(1) 行业发展趋势分析

(2) 行业发展前景分析

第4章：亚洲香水行业现状与前景分析

4.1 亚洲香水行业总体状况分析

4.1.1 亚洲香水行业发展环境分析

(1) 亚洲宏观经济环境分析

1) 亚洲经济增长现状

2) 亚洲经济走势预测

(2) 亚洲贸易环境分析

1) 亚洲贸易环境现状

2) 亚洲贸易环境预测

(3) 亚洲香水行业消费需求环境分析

1) 行业需求特征分析

2) 行业需求趋势分析

3) 行业市场消费行为分析

4.1.2 亚洲香水行业市场现状分析

(1) 亚洲香水市场的特点

(2) 亚洲香水市场供需平衡分析

(3) 亚洲香水行业进出口市场分析

4.2 韩国香水市场现状与趋势分析

4.2.1 韩国香水行业的发展历程

4.2.2 韩国香水行业发展环境分析

(1) 韩国经济环境现状分析

(2) 韩国居民消费环境分析

(3) 韩国进出口贸易环境分析

4.2.3 韩国香水行业产业链分析

(1) 韩国香水行业产业链的特点

(2) 韩国香精香料行业发展分析

(3) 韩国包装设计行业发展分析

(4) 韩国广告行业发展情况分析

4.2.4 韩国香水行业市场现状分析

(1) 韩国香水行业市场规模分析

(2) 韩国香水行业市场格局分析

4.2.5 韩国香水行业发展趋势与前景分析

(1) 行业发展趋势分析

(2) 行业发展前景分析

4.3 日本香水市场现状与趋势分析

4.3.1 日本香水行业的发展历程

4.3.2 日本香水行业发展环境分析

(1) 日本经济环境现状分析

(2) 日本居民消费环境分析

(3) 日本进出口贸易环境分析

4.3.3 日本香水行业产业链分析

(1) 日本香水行业产业链的特点

(2) 日本香精香料行业发展分析

(3) 日本包装设计行业发展分析

(4) 日本广告行业发展情况分析

4.3.4 日本香水行业市场现状分析

(1) 日本香水行业市场规模分析

(2) 日本香水行业市场格局分析

4.3.5 日本香水行业发展趋势与前景分析

(1) 行业发展趋势分析

(2) 行业发展前景分析

4.4 印度香水市场现状与趋势分析

4.4.1 印度香水行业的发展历程

4.4.2 印度香水行业发展环境分析

(1) 印度经济环境现状分析

(2) 印度居民消费环境分析

(3) 印度进出口贸易环境分析

4.4.3 印度香水行业产业链分析

(1) 印度香水行业产业链的特点

(2) 印度香精香料行业发展分析

(3) 印度包装设计行业发展分析

(4) 印度广告行业发展情况分析

4.4.4 印度香水行业市场现状分析

(1) 印度香水行业市场规模分析

(2) 印度香水行业市场格局分析

4.4.5 印度香水行业发展趋势与前景分析

(1) 行业发展趋势分析

(2) 行业发展前景分析

第5章：全球领先香水品牌经营分析

5.1 全球领先香水品牌竞争格局分析

5.1.1 全球香水细分领域品牌竞争格局分析

5.1.2 全球区域市场香水品牌竞争格局分析

5.2 CHANEL香奈儿

5.2.1 品牌发展综述

(1) 品牌发展简介

(2) 主要产品介绍

5.2.2 品牌在全球市场销售分析

(1) 品牌全球市场销售额分析

(2) 品牌全球区域市场发展分析

5.2.3 品牌在中国的发展分析

(1) 在中国的销售额分析

(2) 在中国的销售布局分析

(3) 在中国的竞争地位分析

5.2.4 营销战略分析

(1) 渠道策略分析

(2) 产品策略分析

(3) 定价策略分析

(4) 促销策略分析

5.2.5 品牌发展前景预测

5.3 法国欧莱雅集团

5.3.1 品牌发展综述

(1) 品牌发展简介

(2) 主要产品介绍

5.3.2 品牌在全球市场销售分析

(1) 品牌全球市场销售额分析

(2) 品牌全球区域市场发展分析

5.3.3 品牌在中国的发展分析

(1) 在中国的销售额分析

(2) 在中国的销售布局分析

(3) 在中国的竞争地位分析

5.3.4 营销战略分析

(1) 渠道策略分析

(2) 产品策略分析

(3) 定价策略分析

(4) 促销策略分析

5.3.5 品牌发展前景预测

5.4 LVMH集团

5.4.1 品牌发展综述

(1) 品牌发展简介

(2) 主要产品介绍

5.4.2 品牌在全球市场销售分析

(1) 品牌全球市场销售额分析

(2) 品牌全球区域市场发展分析

5.4.3 品牌在中国的发展分析

(1) 在中国的销售额分析

(2) 在中国的销售布局分析

(3) 在中国的竞争地位分析

5.4.4 营销战略分析

(1) 渠道策略分析

(2) 产品策略分析

(3) 定价策略分析

(4) 促销策略分析

5.4.5 品牌发展前景预测

5.5 宝洁公司

5.5.1 品牌发展综述

(1) 品牌发展简介

(2) 主要产品介绍

5.5.2 品牌在全球市场销售分析

(1) 品牌全球市场销售额分析

(2) 品牌全球区域市场发展分析

5.5.3 品牌在中国的发展分析

(1) 在中国的销售额分析

(2) 在中国的销售布局分析

(3) 在中国的竞争地位分析

5.5.4 营销战略分析

(1) 渠道策略分析

(2) 产品策略分析

(3) 定价策略分析

(4) 促销策略分析

5.5.5 品牌发展前景预测

5.6 科蒂集团

5.6.1 品牌发展综述

(1) 品牌发展简介

(2) 主要产品介绍

5.6.2 品牌在全球市场销售分析

(1) 品牌全球市场销售额分析

(2) 品牌全球区域市场发展分析

5.6.3 品牌在中国的发展分析

(1) 在中国的销售额分析

(2) 在中国的销售布局分析

(3) 在中国的竞争地位分析

5.6.4 营销战略分析

(1) 渠道策略分析

(2) 产品策略分析

(3) 定价策略分析

(4) 促销策略分析

5.6.5 品牌发展前景预测

5.7 玫琳凯公司

5.7.1 品牌发展综述

(1) 品牌发展简介

(2) 主要产品介绍

5.7.2 品牌在全球市场销售分析

(1) 品牌全球市场销售额分析

(2) 品牌全球区域市场发展分析

5.7.3 品牌在中国的发展分析

(1) 在中国的销售额分析

(2) 在中国的销售布局分析

(3) 在中国的竞争地位分析

5.7.4 营销战略分析

(1) 渠道策略分析

(2) 产品策略分析

(3) 定价策略分析

(4) 促销策略分析

5.7.5 品牌发展前景预测

第6章：中国香水行业发展现状与趋势分析

6.1 中国香水行业发展概况

6.1.1 行业发展历程

6.1.2 行业发展现状

6.1.3 行业市场规模

6.1.4 行业发展特点

6.2 中国香水市场发展环境分析

6.2.1 行业政策环境分析

（1）行业政策动向

（2）行业发展规划

6.2.2 行业经济环境分析

（1）中国GDP增长情况

（2）居民人均收入变化

6.2.3 行业消费环境分析

（1）消费群体变化分析

（2）消费观念变化分析

6.3 中国香水市场需求分析

6.3.1 按对象分类的香水市场细分需求分析

(1) 女士香水需求分析

(2) 男士香水需求分析

(3) 汽车香水需求分析

6.3.2 不同类型香水需求分析

(1) 按香型分类的香水需求分析

(2) 按味道分类的香水需求分析

(3) 按浓度分类的香水需求分析

6.3.3 中国香水市场消费趋势分析

6.4 中国香水市场销售渠道分析

6.4.1 中国香水行业传统渠道策略分析

(1) 传统销售渠道概述

(2) 商场专柜渠道分析

(3) 超市卖场渠道分析

(4) 专营店渠道分析

(5) 加盟专卖渠道分析

(6) 美容院零渠道分析

(7) 电视购物渠道分析

6.4.2 中国香水行业电子商务渠道分析

(1) 渠道销售规模

(2) 渠道特性分析

(3) 渠道优劣势分析

(4) 与传统渠道关联

(5) 渠道经营策略

(6) 渠道广告投放

6.5 中国香水市场竞争现状分析

6.5.1 国内市场竞争格局

(1) 区域分布格局

(2) 企业规模格局

(3) 企业性质格局

6.5.2 行业五力模型分析

(1) 上游议价能力

(2) 下游议价能力

(3) 新进入者威胁

(4) 替代产品威胁

(5) 行业内部竞争

6.5.3 行业投资兼并重组整合分析

(1) 国际投资兼并重组分析

(2) 国内投资兼并重组分析

6.6 中国香水市场发展趋势分析

第7章：中国香水行业领先企业经营分析

7.1 中国香水行业企业总体状况分析

7.1.1 企业整体排名分析

7.1.2 企业销售规模分析

7.1.3 企业资产总额分析

7.1.4 企业利润总额分析

7.2 领先企业经营状况分析

7.2.1 上海家化联合股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业研发实力分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

7.2.2 南京巴黎贝丽丝香水有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业研发实力分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

(8) 企业最新发展动态

7.2.3 圣美伦(南京)香水有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业研发实力分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

(8) 企业最新发展动态

7.2.4 浙江美之源化妆品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业研发实力分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

(8) 企业最新发展动态

7.2.5 广州市天盈化妆品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业研发实力分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

(8) 企业最新发展动态

7.2.6 广州卓芬化妆品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业研发实力分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

(8) 企业最新发展动态

7.2.7 广东艾琳化妆品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业研发实力分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

(8) 企业最新发展动态

7.2.8 广州市伊丽雅化妆品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业研发实力分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

(8) 企业最新发展动态

7.2.9 厦门费洛蒙香水有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业研发实力分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

(8) 企业最新发展动态

7.2.10 广州佳柔化妆品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业研发实力分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

(8) 企业最新发展动态

图表目录

图表1：香水行业的生命周期

图表2：香水行业的产业链

图表3：2000-2014年全球香水行业总销售额（单位：亿美元）

图表4：香料及其分类

图表5：香精按用途分类情况

图表6：2000-2014年全球香精香料总销售额（单位：亿美元）

图表7：全球香精香料行业区域结构（单位：%）

图表8：香精香料行业进口产品结构（单位：%）

图表9：2004-2014年全球十大香精香料生产企业市场集中度走势（单位：%）

图表10：2009-2014年香精香料行业工业总产值及其在GDP中的占比（单位：亿元，%）

图表11：香水包装的特点

图表12：香水包装的趋势分析

图表13：2014年香水品牌广告投放金额

图表14：不同化妆品消费人群接触各类广告的排名及比例（单位：% ，人）

图表15：欧洲、德国、美国GDP指数走势图

图表16：2011-2014年世界经济增长趋势（单位：%）

图表17：2008-2014年美国实际GDP环比折年率（单位：%）

图表18：2001-2014年欧元区17国GDP季调折年率（单位：%）

图表19：2007-2014年度日本GDP环比变化情况（单位：%）

图表20：2015-2016年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）

图表21：部分国家化妆品进口关税

图表22：部分国家化妆品行业的贸易保护政策

图表23：2007-2014年全球人均化妆品消费情况（单位：美元）

图表24：各国居民化妆品消费习惯对比

图表25：2005-2014年法国国内生产总值及其预测（单位：万亿欧元，%）

图表26：2007-2014年法国人均年收入（单位：欧元）

图表27：2007-2014年法国化妆品行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表28：2007-2014年法国香水行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表29：2014法国人均香水消费额（单位：欧元）

图表30：法国化妆品行业贸易政策

图表31：2014年法国香水品牌销售额排名

图表32：2004-2014年法国香精香料总销售额（单位：亿欧元）

图表33：法国香料行业市场格局

图表34：法国香水行业市场格局

图表35：2005-2014年意大利国内生产总值及其预测（单位：万亿欧元，%）

图表36：2007-2014年意大利人均年收入（单位：欧元）

图表37：2007-2014年意大利化妆品行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表38：2007-2014年意大利香水行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表39：2014意大利人均香水消费额（单位：欧元）

图表40：意大利化妆品行业贸易政策

图表41：2014年意大利香水品牌销售额排名

图表42：2004-2014年意大利香精香料总销售额（单位：亿欧元）

图表43：意大利香料行业市场格局

图表44：意大利香水行业市场格局

图表45：2005-2014年德国国内生产总值及其预测（单位：万亿欧元，%）

图表46：2007-2014年德国人均年收入（单位：欧元）

图表47：2007-2014年德国化妆品行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表48：2007-2014年德国香水行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表49：2014德国人均香水消费额（单位：欧元）

图表50：德国化妆品行业贸易政策

图表51：2014年德国香水品牌销售额排名

图表52：2004-2014年德国香精香料总销售额（单位：亿欧元）

图表53：德国香料行业市场格局

图表54：德国香水行业市场格局

图表55：波兰香水品牌排行榜

图表56：芬兰香水品牌排行榜

图表57：英国香水品牌排行榜

图表58：西班牙香水品牌排行榜

图表59：2005-2014年美国国内生产总值及其预测（单位：万亿欧元，%）

图表60：2007-2014年美国人均年收入（单位：欧元）

图表61：2007-2014年美国化妆品行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表62：2007-2014年美国香水行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表63：2014美国人均香水消费额（单位：欧元）

图表64：美国化妆品行业贸易政策

图表65：2014年美国香水品牌销售额排名

图表66：2004-2014年美国香精香料总销售额（单位：亿欧元）

图表67：美国香料行业市场格局

图表68：美国香水行业市场格局

图表69：2005-2014年巴西国内生产总值及其预测（单位：万亿欧元，%）

图表70：2007-2014年巴西人均年收入（单位：欧元）

图表71：2007-2014年巴西化妆品行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表72：2007-2014年巴西香水行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表73：2014巴西人均香水消费额（单位：欧元）

图表74：巴西化妆品行业贸易政策

图表75：2014年巴西香水品牌销售额排名

图表76：2004-2014年巴西香精香料总销售额（单位：亿欧元）

图表77：巴西香料行业市场格局

图表78：巴西香水行业市场格局

图表79：2005-2014年韩国国内生产总值及其预测（单位：万亿欧元，%）

图表80：2007-2014年韩国人均年收入（单位：欧元）

图表81：2007-2014年韩国化妆品行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表82：2007-2014年韩国香水行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表83：2014韩国人均香水消费额（单位：欧元）

图表84：韩国化妆品行业贸易政策

图表85：2014年韩国香水品牌销售额排名

图表86：2004-2014年韩国香精香料总销售额（单位：亿欧元）

图表87：韩国香料行业市场格局

图表88：韩国香水行业市场格局

图表89：2005-2014年日本国内生产总值及其预测（单位：万亿欧元，%）

图表90：2007-2014年日本人均年收入（单位：欧元）

图表91：2007-2014年日本化妆品行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表92：2007-2014年日本香水行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表93：2014日本人均香水消费额（单位：欧元）

图表94：日本化妆品行业贸易政策

图表95：2014年日本香水品牌销售额排名

图表96：2004-2014年日本香精香料总销售额（单位：亿欧元）

图表97：日本香料行业市场格局

图表98：日本香水行业市场格局

图表99：2005-2014年印度国内生产总值及其预测（单位：万亿欧元，%）

图表100：2007-2014年印度人均年收入（单位：欧元）

图表101：2007-2014年印度化妆品行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表102：2007-2014年印度香水行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表103：2014印度人均香水消费额（单位：欧元）

图表104：印度化妆品行业贸易政策

图表105：2014年印度香水品牌销售额排名

图表106：2004-2014年印度香精香料总销售额（单位：亿欧元）

图表107：印度香料行业市场格局

图表108：印度香水行业市场格局

图表109：2014年全球十大奢侈香水品牌排行榜

图表110：2014年全球高级女士香水国家销售额排行TOP10

图表111：2014年全球男士香水国家销售额排行TOP10

图表112：香奈儿香水的产品系列

图表113：2010-2014年香奈儿品牌香水全球市场销售额（单位：亿美元，%）

图表114：2014年香奈儿品牌香水区域市场销售份额（单位：%）

图表115：2010-2014年香奈儿品牌香水中国市场销售额（单位：亿美元，%）

图表116：香奈儿品牌香水销售渠道

图表117：香奈儿香水的市场定位模型

图表118：香奈儿香水的代言人列表

图表119：2015-2020年香奈儿品牌香水全球市场销售额预测（单位：亿美元）

图表120：2011-2014年法国欧莱雅集团主要经济指标（单位：亿欧元，%）

·····略

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/rihua1512/J14380MHJG.html>