

# 2015-2020年中国香水市场 监测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

《2015-2020年中国香水市场监测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/rihua1411/M465108QN7.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】2014-11-26

【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年中国香水市场监测及投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了中国香水行业发展环境，接着分析了中国香水行业规模及消费需求，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。您若想了解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。

数据显示，全球香水市场有望在2019年达到456亿美元，主要驱动来自于新兴市场的消费能力和创新产品的推出。而我国的香水市场目前还尚未被完全激发，只有约16%的中国女性定期使用彩妆产品，47%的中国女性只偶尔使用香水，因此潜力巨大。

我国香水市场具有较大的增长潜力。相关数据显示，奢侈品品牌或设计师制造的香水，欧洲市场的年销售额是90亿美元，美国市场是40亿美元，而在中国的年销售额大约在12亿美元左右。护肤产品占到中国化妆品市场60%以上的份额，彩妆占到近30%的份额，而香水仅占5%左右，近年来，中国消费者的消费心理正在发生改变，中国香水产业正在走向春天。因此，越来越多的国外香水品牌开始加大在我国市场的布局。

目前我国香水市场上，国外品牌占据主要优势。高端领域为dior、chanel等外资品牌牢牢占领，国产品牌则游走于中低端领域，从销售额及市场份额来看，中外品牌差距仍不小。国内很多廉价香水都是劣质香水。它们大部分是人工化学合成香料制成，有些香水还是将有毒香料掺在劣质溶液中配制而成。不仅原料劣质有害，而且这些香水的制造流程也往往达不到卫生标准。

## 报告目录：

### 第一章 2014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SWOT分析

#### 第二节 近几年中国香水行业运行状况研究

##### 一、2014-2014年中国香水行业产量统计

##### 二、2014-2014年中国香水行业需求量走势

##### 三、2014-2014年中国香水行业进出口分析

## 四、2014-2014年中国香水行业整体供需状况

### 第二章2013-2014年当前经济形势对行业发展环境的影响

#### 第一节2013-2014年中国香水行业经济环境展望

- 一、2014年中国国民经济分析
- 二、2014年中国固定资产投资情况分析
- 三、2014年中国恩格尔系数分析
- 四、2015-2020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2013-2014年中国香水行业数据情报跟踪监测

#### 第一节2013-2014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2014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2013-2014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2013-2014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2013-2014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 2014-2017年中国香水行业区域市场需求状况预测

#### 第一节2015-2020年华北地区香水市场需求状况

##### 一、2014年行业发展现状分析

##### 二、2014年市场规模情况分析

##### 三、2015-2020年市场需求情况

##### 四、2015-2020年香水行业发展前景预测

#### 第二节2015-2020年东北地区香水市场规模研究

##### 一、2014年香水行业发展现状

##### 二、2014年市场规模情况分析

##### 三、2015-2020年市场需求情况

##### 四、2015-2020年香水行业发展前景预测

#### 第三节2015-2020年华东地区香水行业前景展望

##### 一、2014年香水行业发展回顾

##### 二、2014年市场规模情况分析

##### 三、2015-2020年市场需求情况

##### 四、2015-2020年香水行业发展前景预测

#### 第四节2015-2020年华南地区香水市场需求预测

##### 一、2014年香水行业发展局势分析

##### 二、2014年市场规模情况分析

##### 三、2015-2020年市场需求格局

##### 四、2015-2020年香水行业发展前景预测

#### 第五节2015-2020年华中地区香水行业发展潜力分析

##### 一、2014年香水行业发展情况

##### 二、2014年市场规模研究

##### 三、2015-2020年市场需求情况

#### 四、2015-2020年香水行业发展前景预测

##### 第六节2015-2020年西南地区香水市场规模预测

###### 一、2014年香水行业发展形势

###### 二、2015-2020年市场规模情况

###### 三、2015-2020年市场需求预测

###### 四、2015-2020年香水行业发展前景预测

##### 第七节2015-2020年西北地区香水行业发展预测

###### 一、2014年香水行业发展现状分析

###### 二、2014年市场规模情况分析

###### 三、2015-2020年香水行业市场需求状况

###### 四、2015-2020年香水行业发展前景预测

#### 第五章 2014-2014年中国香水行业成本费用统计分析

##### 第一节2014-2014年香水行业产品销售成本分析

###### 一、2014-2014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2014-2014年香水行业销售费用分析

###### 一、2014-2014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2014-2014年香水行业管理费用分析

###### 一、2014-2014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2014-2014年香水行业财务费用分析

###### 一、2014-2014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2014年中国香水行业营销策略

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

第八章2014年中国香水行业需求用户调研结果

第一节2014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2014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2014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2014年香水行业其它用户特征分析

第九章 2014年中国香水行业整体竞争格局形势剖析

第一节 2014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2014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2014年中国香水行业与替代品行业市场占有率分析

第四节2015-2020年中国香水行业市场竞争趋势预测

第十章2014年中国香水标杆企业竞争力指标分析（企业可自选十家）

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 博思数据关于中国香水行业市场盈利预测与投资潜力

### 第一节 2015-2020年中国香水行业重点企业投资行为研究

### 第二节 2015-2020年中国香水行业市场规模预测

### 第三节 2015-2020年中国香水行业盈利水平分析

### 第四节 2015-2020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 2015-2020年中国香水总体机会专家评价

## 第十二章 2015-2020年中国香水行业前景展望及对策分析

### 第一节 2015-2020年中国香水行业发展前景展望

- 一、香水行业市场发展前景分析
- 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 2015-2020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 2015-2020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 中国香水行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 2015-2020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 项目投资注意事项(专家点评)

### 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：2013-2014年中国香水产量变化走势图

图表：2013-2014年中国香水重点省市产量对比图

图表：2014年中国香水产量和2011年同期对比图

图表：2014年中国香水产量前5位省市对比图

图表：2014年中国香水前5位省市产量比例图

图表：2014年中国香水重点省市产量及增长率统计表 单位：吨

图表：2014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：2014年中国香水主要省份产量比重统计表

图表：2014年中国香水市场集中度和2011年同期对比图

图表：2014-2014年中国香水需求量走势图

图表：2014-2014年中国香水整体供需走势图

图表：20013-2014年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2014年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：20013-2014年中国全社会固定投资额走势图

图表：20013-2014年中国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：20013-2014年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：20013-2014年中国香水进出口总额走势图

图表：20013-2014年中国香水进口总额和出口总额走势图

图表：2014-2014年中国香水进口数量统计图

图表：2014-2014年中国香水进口金额统计图

图表：2014-2014年中国香水出口数量统计图

图表：2014-2014年中国香水出口金额统计图

图表：2014-2014年中国香水进出口平均单价统计图

图表：2014-2014年中国香水进口国家及地区统计图

图表：2014-2014年中国香水出口国家及地区统计图

图表：2013-2014年中国香水企业数量增长趋势图

图表：2013-2014年中国香水亏损企业数量增长趋势图

图表：2013-2014年中国香水从业人数增长趋势图

图表：2013-2014年中国香水资产规模增长趋势图

图表：2014年中国香水不同类型企业数量分布图

图表：2014年中国香水不同所有制企业数量分布图

图表：2014年中国香水不同类型企业销售收入分布图

图表：2014年中国香水不同所有制企业销售收入分布图

图表：2013-2014年中国香水产成品增长趋势图

图表：2013-2014年中国香水工业销售产值增长趋势图

图表：2013-2014年中国香水出口交货值增长趋势图

图表：2013-2014年中国香水行业销售成本增长趋势图

图表：2013-2014年中国香水费用使用统计图

图表：2013-2014年中国香水主要盈利指标统计图

图表：2013-2014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：2015-2020年中国香水产品供给预测趋势图表

图表：2015-2020年中国香水产品需求预测趋势图表

图表：2015-2020年中国香水产品竞争格局预测走势图

图表：2015-2020年中国香水资产利润率走势预测图表

图表：2015-2020年中国香水销售利润率走势预测图表

图表：2015-2020年中国香水成本费用利润率走势预测图

图表：2015-2020年中国香水产品未来行业盈利状况预测表

图表：2015-2020年中国香水产品市场供给预测数据

图表：2015-2020年中国香水产品市场需求状况预测图

图表：2015-2020年中国香水产品价格走势预测图

图表：2015-2020年中国香水产品未来行业发展趋势预测表

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/rihua1411/M465108QN7.html>