



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年香水行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年香水行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/126075.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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。

二、摘要、目录、图表

走进任何一家商场的一楼化妆品区，迎面扑鼻而来的香气常常叫人迷醉。零落在化妆品之中，香水如此高调地宣扬着它的存在。2009年夏季的香水市场，围绕着浓郁的绿色气息，如清澈小溪透出水草般的浅绿色泽，传递清清爽爽且率性的氛围，是今夏香水的主流趋势。多年来，夏季的香水市场都主打酸酸甜甜的花果香调，2009年绿色香水从春天以来就持续增温，数量比以往都来得多。2009年以来随着一些小型或大型并购案出现以后的行业整合，使得客户和供应商之间的整合这样的事情占据了每个业内人士的心。2009年将出现较多的行业整合。未来将是美容业内适者生存理论的一年，消费者越来越期望实现其金钱的真正价值以及可视的一些效果，因此他们也会更加坚持选择一些他们真正信赖的品牌产品。由于全球经济不景气的问题，以及其他一些因素都可能加速企业之间的整合，尤其是消费包装产品CPG领域。当然这种趋势可能在一定程度上导致消费者在这一方面开支的减少，有机市场增长趋缓等，而这些又只能通过不断并购其他市场份额等措施来改善。从过去的2008年来看，香精及香水业内的很多基础性商品都出现了价格上涨的趋势。加上能源成本的历史性水平的出现，都给这个行业的利润空间带来了很大挑战。这些都不是通过增加价格或选用其他产品来源等措施所能补偿回来的；最终，可能需要一些原材料的离岸供应和其他关键的客户政策。因此，2009年本行业面临的最大挑战以及当务之急就是以合理的价格来保证高质量原材料的长期稳定供应。

很多迹象表明很多公司都发现自己陷入困境，不断紧缩的收入水平以及财务状况，使得不同行业以及不同公司都面临着相似的两难境地。每天都有很多公司在不断采取措施使得自己在激烈的竞争中生存下来，也有很多公司最后只能面对被淘汰出局的局面。一些财务方面的紧缩使得很多公司将会建议他们的顾客适当限制新产品的推出速度，这主要是因为要投资开发新产品所花费的成本和承担的风险远远大过投资销售那些目前已经在市场上有一席之地的现有产品。依此类推，如果新产品推出的数量将会出现一定程度的减少的话，那么完全有理由相信市场上就会供应更多新味道新香氛的机会。因此对于香精香水业来说，这个经济下滑的局面也未尝不是一种新的增长契机，而且这种机遇取决于公司能否在现有产品的基础上给消费者提供一些额外的经济益处，而不是推出更趋向于潮流香氛或是为新产品推出独一无二的包装和运输系统的能力。从总体上来说，当前的经济危机给消费品公司及消费者都提供了更新颖更多样的思维和选择空间。生产商们将会提供更多价格相对较低、规模相对较小的产品来满足消费者面临金融危机时的需要。消费者的消费取向也有了一些改变，比如消费者会选择那些他们真正需要的产品，那些对他们有好处的产品，那些对整个星球和我们所居住的环境没有污染的产品。就精炼香水而言，我们可以预知基本每年都有更多的新产品推出，其中包括很多重新诠释的经典香水。对于经典产品的重新推出即可将卓越和完美延续下去，还

可以节约较大的一笔新产品技术研发成本。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国香料香精化妆品工业协会、中国经济景气监测中心、《中国化妆品》、《化妆品报》、《化妆品行业信息》、《美容时尚报》等国内外相关报刊杂志的基础信息以及香水行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，主要分析了全球香水市场现状、我国香水市场状况、金融风暴对行业的影响、香水包装业的发展趋势、香水的销售渠道、市场竞争格局、进出口状况、香水领域领先企业以及当前北京、上海、广州等各大城市消费者消费心理。对中国香水行业的投资前景、企业应对策略、行业发展趋势进行了研究预测。报告还对国家香水相关产业政策进行了介绍和政策趋向研判，是香水生产业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前香水行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 香水行业发展概述

第一节 香水的定义及分类

一、香水的定义

二、香水的分类

第二节 香水产业链分析

一、行业经济特性

二、产业链结构分析

第三节 香水行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球香水市场发展分析

第一节 2008年全球香水市场分析

一、2008年全球香水市场回顾

二、2008年全球香水市场环境

三、2008年全球香水销售分析

四、2008年香料香精市场分析

第二节 2009年全球香水市场分析

一、2009年全球香水需求分析

二、2009年天然香水需求分析

三、2009年男性香水市场分析

四、2009年中外香水市场对比

第三节 主要国家地区香水市场分析

一、2008-2009年美国香水市场分析

二、2008-2009年欧洲香水市场分析

三、2008-2009年日本香水市场分析

四、2008-2009年韩国香水市场分析

五、2008-2009年其他国家香水市场

第三章 我国香水行业发展现状

第一节 我国香水行业发展现状

一、香水行业品牌发展现状

二、香水行业消费市场现状

三、香水市场消费层次分析

四、我国香水市场走向分析

第二节 金融危机对香水市场的影响

一、金融危机带给香水业的机遇

二、金融危机对香水品牌的影响

三、金融危机下香水的发展趋势

第三节 2007-2009年香水业发展情况分析

一、2007年香水行业发展情况分析

二、2008年香水行业发展情况分析

三、2009年香水行业发展特点分析

四、2009年1-5月香水行业发展情况

第四节 2008-2009年香水行业运行分析

一、2008-2009年香水业产销存运行分析

二、2008-2009年香水行业利润情况分析

- 三、2008-2009年香水行业发展周期分析
- 四、2009-2012年香水行业发展机遇分析
- 五、2009-2012年香水行业利润增速预测

第五节 2009年1季度香水市场消费格局

- 一、2009年1季度顶端品牌消费格局
- 二、2009年1季度高端品牌消费格局
- 三、2009年1季度中端品牌消费格局
- 四、2009年1季度中低端品牌消费格局
- 五、2009年1季度低端品牌消费格局

第四章 我国香水市场发展研究

第一节 2008年我国香水市场发展研究

- 一、2008年1季度我国香水市场研究
- 二、2008年2季度我国香水市场研究
- 三、2008年3季度我国香水市场研究
- 四、2008年4季度我国香水市场研究

第二节 2009年我国香水市场情况

- 一、2009年1-5月我国香水产销情况
- 二、2009年1-5月我国香水市场价格情况
- 三、2009年1-5月重点城市香水市场发展情况
- 四、2009年1-5月我国香水市场发展情况

第三节 2009年我国香水市场结构和价格走势分析

- 一、2009年Q1我国香水市场结构和价格走势概述
- 二、2009年Q1我国香水市场结构分析
- 三、2009年Q1我国香水市场价格走势分析
- 四、2009年1-5月我国香水市场结构和价格走势概述
- 五、2009年1-5月我国香水市场结构分析
- 六、2009年1-5月我国香水市场价格走势分析

第四节 2009年我国香水业市场发展特点分析

- 一、2009年Q1我国香水市场格局特点
- 二、2009年Q1我国香水产品创新特点
- 三、2009年Q1我国香水市场服务特点

四、2009年Q1我国香水市场品牌特点

第五章 我国香水市场调查分析

第一节 2008年我国香水市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、厂商分析

第二节 2009年1季度我国香水市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、整体市场调查
- 三、产品关注度调查
- 四、市场价格调查

第三节 2009年4月份中国香水市场调查分析

- 一、整体市场关注度
- 二、品牌关注度格局
- 三、产品关注度调查
- 四、不同价位关注度

第四节 2009年5月份中国香水市场调查分析

- 一、整体市场关注度
- 二、品牌关注度格局
- 三、产品关注度调查
- 四、不同价位关注度

第六章 香水行业经济运行分析

第一节 2008-2009年香水产量分析

- 一、2008年香水产量分析
- 二、2009年1-5月香水产量分析

第二节 2008-2009年香水行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2008年香水行业主要经济指标分析
- 三、2009年1-5月香水行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国香水行业绩效分析

- 一、2008-2009年行业产销情况
- 二、2008-2009年行业规模情况
- 三、2008-2009年行业盈利能力
- 四、2008-2009年行业经营发展能力
- 五、2008-2009年行业偿债能力分析

第七章 我国香水行业进出口分析

第一节 我国香水进口分析

- 一、2008年进口总量分析
- 二、2008年进口结构分析
- 三、2008年进口区域分析

第二节 我国香水出口分析

- 一、2008年出口总量分析
- 二、2008年出口结构分析
- 三、2008年出口区域分析

第三节 我国香水进出口预测

- 一、2009年1季度进口分析
- 二、2009年1季度出口分析
- 三、2009年香水进口预测
- 四、2009年香水出口预测

第八章 香水细分市场情况分析

第一节 车用香水市场分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 女士香水市场分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析

- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 男士香水市场分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 儿童香水市场分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第九章 香水区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第十章 中国香水行业消费市场分析

第一节 中国香水消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2008-2009年消费者收入水平
- 三、2009年消费者信心指数分析

第二节 香水行业产品目标客户群体调查

- 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

第三节 香水市场消费需求分析

- 一、香水市场的消费需求变化
- 二、香水行业的需求情况分析
- 三、2009年香水品牌市场消费需求分析

第四节 香水消费市场状况分析

- 一、香水行业消费特点
- 二、香水消费者分析
- 三、香水消费结构分析
- 四、香水消费的市场变化
- 五、香水市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 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

第六节 香水行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、香水行业品牌忠诚度调查
- 六、香水行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第二部分 行业竞争格局

第十一章 香水行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国香水行业竞争格局综述

- 一、2008年香水行业集中度
- 二、2008年香水行业竞争程度
- 三、2008年香水企业与品牌数量
- 四、2008年香水行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年香水行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外香水竞争分析
- 二、2008-2009年我国香水市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国香水市场集中度分析
- 四、2009-2012年国内主要香水企业动向
- 五、2009年国内香水拟在建项目分析

第十二章 香水企业竞争策略分析

第一节 香水市场竞争策略分析

- 一、2009年香水市场增长潜力分析
- 二、2009年香水主要潜力品种分析
- 三、现有香水产品竞争策略分析
- 四、潜力香水品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 香水企业竞争策略分析

- 一、金融危机对香水行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后香水行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国香水市场竞争趋势
- 四、2009-2012年香水行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年香水行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年香水企业竞争策略分析

第十三章 国际香水企业竞争分析

第一节 香奈尔 (Chanel)

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 让·古戎

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 兰寇 (Lancome)

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第四节 迪奥 (Dior)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 露华浓 (Revlon)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 亚洲发展公司 (ADE)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 雅诗兰黛 (Estee Lauder)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 波士 (Hugo Boss)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 纪梵希 (Gi Vechy)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十四章 国内香水企业竞争分析

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、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 浙江倩靓化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 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、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 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、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 金玛瑙香水(杭州)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 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、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 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、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 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、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 河北中科三合化学有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十五章 香水行业发展趋势分析

第一节 我国香水行业前景与机遇分析

一、我国香水行业发展前景

二、我国香水发展机遇分析

三、2009年香水的发展机遇分析

四、金融危机对香水行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国香水市场趋势分析

一、2008-2009年香水市场趋势总结

二、2009-2012年香水发展趋势分析

三、2009-2012年香水市场发展空间

四、2009-2012年香水产业政策趋向

五、2009-2012年香水技术革新趋势

六、2009-2012年香水价格走势分析

七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十六章 未来香水行业发展预测

第一节 未来香水需求与消费预测

- 一、2009-2012年香水产品消费预测
- 二、2009-2012年香水市场规模预测
- 三、2009-2012年香水行业总产值预测
- 四、2009-2012年香水行业销售收入预测
- 五、2009-2012年香水行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国香水行业供需预测

- 一、2008-2012年中国香水供给预测
- 二、2009-2012年中国香水产量预测
- 三、2009-2012年中国香水需求预测
- 四、2009-2012年中国香水供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国香水产品价格预测
- 六、2009-2012年主要香水产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十七章 香水行业投资现状分析

第一节 2008年香水行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月香水行业投资情况分析

- 一、2009年1-5月总体投资及结构
- 二、2009年1-5月投资规模情况
- 三、2009年1-5月投资增速情况
- 四、2009年1-5月分行业投资分析
- 五、2009年1-5月分地区投资分析

六、2009年1-5月外商投资情况

第十八章 香水行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年香水行业政策环境分析
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内香水技术现状
- 二、2009年香水技术发展分析
- 三、2009-2012年香水技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第五节 化工行业振兴规划

- 一、化工行业振兴规划概述
- 二、化工行业振兴规划细则
- 三、化工行业振兴规划主要任务
- 四、化工行业振兴规划主要工程
- 五、化工行业振兴规划主要措施
- 六、化工行业振兴规划的意义与作用
- 七、化工行业振兴规划对香水行业的影响

第十九章 香水行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较
- 二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 香水行业投资效益分析

一、2008-2009年香水行业投资状况分析

二、2009-2012年香水行业投资效益分析

三、2009-2012年香水行业投资趋势预测

四、2009-2012年香水行业的投资方向

五、2009-2012年香水行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响香水行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响香水行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响香水行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响香水行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国香水行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国香水行业发展面临的机遇分析

第五节 香水行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年香水行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年香水行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年香水行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年香水行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年香水行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年香水行业其他风险及控制策略

第二十章 香水行业投资战略研究

第一节 香水行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国香水品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、香水实施品牌战略的意义

三、香水企业品牌的现状分析

四、我国香水企业的品牌战略

五、香水品牌战略管理的策略

第三节 香水企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第四节 香水行业投资战略研究

一、2009年化妆品行业投资战略

二、2009年香水行业投资战略

三、2009-2012年香水行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：香水产业链分析

图表：国际香水市场规模

图表：国际香水生命周期

图表：2003-2008年中国香水行业市场规模

图表：2002-2008年全球香水产业市场规模

图表：2006-2008年香水重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国香水行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国香水行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国香水行业资产情况分析

图表：2007-2008年香水产品进口数量比较

图表：2007-2008年香水进口金额趋势比较

图表：2007-2008年香水进口数量趋势比较

图表：2007-2008年香水出口金额趋势比较

图表：2007-2008年香水出口数量趋势比较

图表：2008年我国前十位出口香水数量省市地区

图表：2008年我国前十位出口香水金额省市地区

图表：2007-2008年中国香水发展能力分析

图表：2007-2008年中国香水竞争力分析

图表：2009-2012年中国香水产能预测

图表：2009-2012年中国香水消费量预测

图表：2009-2012年中国香水市场前景预测

图表：2009-2012年中国香水市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国香水发展前景预测

图表：2008年1-12月香水产量全国合计

图表：2008年1-12月香水产量北京市合计

图表：2008年1-12月香水产量天津市合计

图表：2008年1-12月香水产量河北省合计

图表：2008年1-12月香水产量山西省合计

图表：2008年1-12月香水产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月香水产量吉林省合计

图表：2008年1-12月香水产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月香水产量上海市合计

图表：2008年1-12月香水产量江苏省合计

图表：2008年1-12月香水产量浙江省合计

图表：2008年1-12月香水产量安徽省合计

图表：2008年1-12月香水产量福建省合计

图表：2008年1-12月香水产量江西省合计

图表：2008年1-12月香水产量山东省合计

图表：2008年1-12月香水产量河南省合计

图表：2008年1-12月香水产量湖北省合计

图表：2008年1-12月香水产量湖南省合计

图表：2008年1-12月香水产量广东省合计
图表：2008年1-12月香水产量广西区合计
图表：2008年1-12月香水产量海南省合计
图表：2008年1-12月香水产量重庆市合计
图表：2008年1-12月香水产量四川省合计
图表：2008年1-12月香水产量贵州省合计
图表：2008年1-12月香水产量云南省合计
图表：2008年1-12月香水产量陕西省合计
图表：2008年1-12月香水产量甘肃省合计
图表：2008年1-12月香水产量新疆区合计
图表：2008年1-12月香水产量内蒙古合计
图表：2009年1-5月香水产量全国合计
图表：2009年1-5月香水产量北京市合计
图表：2009年1-5月香水产量天津市合计
图表：2009年1-5月香水产量河北省合计
图表：2009年1-5月香水产量山西省合计
图表：2009年1-5月香水产量辽宁省合计
图表：2009年1-5月香水产量吉林省合计
图表：2009年1-5月香水产量黑龙江合计
图表：2009年1-5月香水产量上海市合计
图表：2009年1-5月香水产量江苏省合计
图表：2009年1-5月香水产量浙江省合计
图表：2009年1-5月香水产量安徽省合计
图表：2009年1-5月香水产量福建省合计
图表：2009年1-5月香水产量江西省合计
图表：2009年1-5月香水产量山东省合计
图表：2009年1-5月香水产量河南省合计
图表：2009年1-5月香水产量湖北省合计
图表：2009年1-5月香水产量湖南省合计
图表：2009年1-5月香水产量广东省合计
图表：2009年1-5月香水产量广西区合计
图表：2009年1-5月香水产量海南省合计

图表：2009年1-5月香水产量重庆市合计

图表：2009年1-5月香水产量四川省合计

图表：2009年1-5月香水产量贵州省合计

图表：2009年1-5月香水产量云南省合计

图表：2009年1-5月香水产量陕西省合计

图表：2009年1-5月香水产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月香水产量新疆区合计

图表：2009年1-5月香水产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月香水行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月香水行业收入前十家企业

图表：2008年5月香水行业收入前十家企业

图表：2008年8月香水行业收入前十家企业

图表：2008年11月香水行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月香水行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月香水行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月香水进口数据

图表：2008年1季度香水进口数据

图表：2008年1月香水进口数据

图表：2008年2月香水进口数据

图表：2008年3月香水进口数据

图表：2008年2季度香水进口数据

图表：2008年4月香水进口数据

图表：2008年5月香水进口数据

图表：2008年6月香水进口数据

图表：2008年3季度香水进口数据

图表：2008年7月香水进口数据

图表：2008年8月香水进口数据

图表：2008年9月香水进口数据

图表：2008年4季度香水进口数据

图表：2008年10月香水进口数据

图表：2008年11月香水进口数据

图表：2008年12月香水进口数据

图表：2008年1-12月香水出口数据

图表：2008年1季度香水出口数据

图表：2008年1月香水出口数据

图表：2008年2月香水出口数据

图表：2008年3月香水出口数据

图表：2008年2季度香水出口数据
图表：2008年4月香水出口数据
图表：2008年5月香水出口数据
图表：2008年6月香水出口数据
图表：2008年3季度香水出口数据
图表：2008年7月香水出口数据
图表：2008年8月香水出口数据
图表：2008年9月香水出口数据
图表：2008年4季度香水出口数据
图表：2008年10月香水出口数据
图表：2008年11月香水出口数据
图表：2008年12月香水出口数据
图表：2009年1-5月香水进口数据
图表：2009年1季度香水进口数据
图表：2009年1月香水进口数据
图表：2009年2月香水进口数据
图表：2009年3月香水进口数据
图表：2009年2季度香水进口数据
图表：2009年4月香水进口数据
图表：2009年5月香水进口数据
图表：2009年1-5月香水出口数据
图表：2009年1季度香水出口数据
图表：2009年1月香水出口数据
图表：2009年2月香水出口数据
图表：2009年3月香水出口数据
图表：2009年2季度香水出口数据
图表：2009年4月香水出口数据
图表：2009年5月香水出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/126075.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。