



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国香水市场监测 及投资策略报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国香水市场监测及投资策略报告》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/248346.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

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。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国香水市场监测及投资策略报告》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。

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家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。

### 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

##### 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 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

### 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年中国全社会固定资产投资额走势图

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

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248346.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](http://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。