



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国香水行业市场分析及 投资前景预测报告

## 一、调研说明

《2009年中国香水行业市场分析及投资前景预测报告》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/29483.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](mailto: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

### 第一章 香水相关概述

#### 一、香水的相关介绍

- (一) 香水的基本类型
- (二) 香水的派别及特征
- (三) 香水的味阶

#### 二、香水制造相关概念及工艺

- (一) 调香的含义
- (二) 香水制造工艺流程

### 第二章 2008年中国香水行业发展环境

#### 一、2008年中国经济发展环境

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国香水行业发展政策环境

- (一) 政府出台相关政策
- (二) 产业发展标准
- (三) 进出口政策

#### 三、2008年中国香水行业发展社会环境

### 第三章 2008年全球香水市场发展概述

#### 一、全球香水的历史及品牌简况

- (一) 全球香水的产生和发展历史
- (二) 全球著名香水品牌及风格
- (三) 全球品牌香水命名的方式

#### 二、2008年全球香水市场发展情况简析

- (一) 国际香水市场总体发展状况
- (二) 国际香水市场重回奢华时代
- (三) 国际香水消费市场新走势

(四) 法国香水市场继续发展

三、2008年全球香水包装业的发展简述

(一) 香水包装的发展历史

(二) 香水包装的重要性及设计要求

(三) 现代香水包装的设计特性

(四) 法国香水包装的设计特色

四、2008年全球主要国家香水市场发展动态

(一) 德国

(二) 法国

(三) 美国

五、2009-2012年全球香水市场运行趋势预测

第四章 2008年中国香水行业发展概况

一、2008年中国香水市场发展现状

(一) 中国香水等奢侈品消费居全球第二

(二) 中国香水市场的发展状况

(三) 中国香水市场规模迅速增长

(四) 中国香水市场中外品牌的表现

二、2008年国产香水市场改革模式

(一) 贝丽丝

(二) 圣美伦

三、2008年中国香水行业存在的问题

(一) 中国消费观念成为香水市场的瓶颈

(二) 制约中国香水行业发展的因素

(三) 中国香水制造和销售中存在的问题

四、2008年国产香水市场存在的问题及对策

(一) 退守二类商场和专卖店国产香水整体销售额偏低

(二) 缺乏创新、配套不足、不合理定价阻碍国产香水形象提升

(三) 香水市场营销策略

五、2007-2008年中国香水产品进出口

第五章 2008年中国香水细分市场发展动态

## 一、车用香水

- (一) 汽车香水市场的发展变化
- (二) 劣质汽车香水充斥市场
- (三) 汽车香水市场难以整治的原因
- (四) 中国车用香水等汽车用品市场发展潜力大

## 二、男士香水

- (一) 男用香水味道按基调分类
- (二) 全球主要男士香水品牌及其内涵
- (三) 中国男用香水市场主要消费群体
- (四) 中国男士香水市场逐渐升温
- (五) 中国主要城市男士香水市场消费状况

## 三、儿童香水

- (一) 国内外儿童香水市场现状
- (二) 消费观念阻碍儿童香水在中国市场的推广
- (三) 儿童香水市场存在巨大商机

## 四、女士香水

- (一) 市场需求格局
- (二) 产品种类
- (三) 营销状况

## 第六章 2008年中国香水市场消费者

### 一、2008年中国香水消费市场调查

- (一) 使用范围
- (二) 使用频率
- (三) 使用人群
- (四) 品牌拥有情况

### 二、2008年中国香水市场消费者调查

- (一) 中西方香水消费存在差异
- (二) 女性香水消费市场
- (三) 中国新富女性香水消费心态
- (四) 中国不同收入群体使用香水的比例及频率比较
- (五) 中国不同收入和年龄段的群体使用香水品牌

(六) 武汉消费者选购香水对颜色的偏好

(七) 南京香水消费市场

## 第七章 2008年中国香水行业竞争格局

### 一、2008年中国香水行业竞争现状

(一) 产业品牌竞争

(二) 产业技术成本

(三) 产品价格竞争

### 二、2008年中国香水行业竞争存在的问题

### 三、2008年中国香水行业国际竞争者

## 第八章 全球主要香水企业及品牌发展战略

### 一、香奈尔 (Chanel)

(一) 公司简介

(二) 香奈尔打造个性香味产品

(三) 香奈尔以卓越的品质取胜

(四) 香奈尔简约包装设计的创新

(五) 香奈尔广告传播的特点

(六) 香奈尔终端建设瞄准富裕群体聚集地

### 二、让·古戎

(一) 公司简介

(二) 让·古戎香水营销背景

(三) 让·古戎进入中国市场的优势及机遇

(四) 让·古戎香水的市场定位及招商情况

(五) 让·古戎着力构建经销商网络

(六) 让·古戎香水成功启动中国市场

### 三、兰蔻 (Lancome)

(一) 公司简介

(二) 兰蔻的品牌定位

(三) 兰蔻产品的成功之道

(四) 兰蔻品牌在发展中面临的问题及挑战

(五) 兰蔻香水营销方案

#### 四、迪奥 (Dior)

(一) 公司简介

(二) 迪奥香水在不同年代展现的时尚主题

(三) 迪奥集团的经营策略

#### 五、露华浓 (Revlon)

(一) 公司简介

(二) 露华浓香水市场营销策略

### 第九章 中国主要香水生产企业

#### 一、深圳市快美特汽车精品(深圳)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

#### 二、金玛瑙香水(明光)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

#### 三、南京巴黎贝丽丝香水有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

#### 四、浙江倩靓化妆品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

#### 五、中山市薇娜化妆品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

#### 六、浙江省浦江县裕安水晶工艺品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

#### 七、广州市圣伊华精细化工有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

#### 八、义乌市美之源化妆品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

#### 九、河北中科三合化学有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

#### 十、上海家化联合股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

(三) 企业竞争力

### 第十章 2008年中国香精香料行业的发展概述

#### 一、香水用香料简介

(一) 香水用香料的分类及品种

(二) 国内外主要植物香料品种

(三) 动物性香水香料简介

#### 二、2008年国际香精香料市场发展简况

(一) 国际日化用香精香料市场特点

(二) 国际上日用香料的立法和管理情况

(三) 东南亚香精香料市场发展状况

(四) 2009-2012年全球芳香料市场需求预测

#### 三、2008年中国香精香料行业发展概况

(一) 中国天然香料产量及分布情况

(二) 中国日化香精市场

(三) 开发日化香精市场的策略



(四) 云南省天然香料产业发展现状及发展重点

(五) 广西天然香料生产和发展优势得天独厚

#### 四、2008年中国植物性香料提取技术的研究进展

(一) 香料制取技术的发展历史

(二) 香料主要提取技术

(三) 植物性天然香料研究进展及技术

### 第十一章 2009-2012年中国香水行业发展及投资

#### 一、2009-2012年中国香水行业发展趋势

(一) 香味趋势

(二) 消费趋势

(三) 消费年龄层趋势

(四) 瓶身设计趋势

#### 二、2009-2012年中国香水市场发展的危机与机遇

(一) 香水也有危机

(二) 香水也要整合

(三) 香水正在蛰伏

(四) 综合竞争力成关键

(五) "男权运动"有潜力

(六) 香水也要创新

#### 三、2009-2012年中国香水行业投资

(一) 中国香水行业投资环境

(二) 中国香水行业投资机会

(三) 中国香水行业投资风险

#### 图表目录(部分)：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/29483.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。