



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2012年中国香水市场市场 分析及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2008-2012年中国香水市场市场分析及发展趋势研究报告》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/44946.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

在传统百货中，香水也有不可忽视的市场。近年一年新百香水的销量在化妆品销售中大概占到4%的比例，老百姓的香水消费还没有形成气候，但是与往年相比，香水销量有可观的增幅，这就表明消费者的奢侈品消费意识在增强，人们渐渐懂得享受生活，用香水来装点自己的心情或是提升自己的品位，不过这还是需要一个过程。不论是在引进新品牌还是柜台格局方面都要提升。与时装年年翻新的瞬息万变相比，香水多数以不变应万变。各品牌每年大概会生产出一种新品，经典产品年年都在延续。当下香水正在趋于年轻化，香调中，以清新的果香和花香最为热销。除了气味意外，在包装上也走上了年轻化的道路。

香水市场越来越呈现出年轻化的趋势。现代女性出来工作的越来越多，年龄层也在下降，香水瓶身反映了现在的生活形态。以时装流行来看，这两年大多流行修长而线条简洁的服装。与此紧密相关的香水瓶身，也以简洁修长的线条、环保材质和与建筑相关的设计，为流行趋势。

机构发布的《2008-2012年中国香水市场研究咨询报告》共十章。首先介绍了香水的定义、分类等，再分析世界了香水市场现状和香水瓶的设计特点以及趋势。接着分析中国香水市场的现状、消费特点以及中国主要城市的香水市场的消费情况。然后对中国的香水以及花露水的进出口情况进行分析。接下来对世界各国的香水品牌以及主要策略和中国香水主要是企业进行分析。最后对中国香水趋势进行分析和对中国香水市场规模进行预测。本研究咨询报告依据国家统计局、国家发改委、中国海关、中国香水协会、中华香水网、中国贸易促进会、机构、国内外多种相关报刊杂志基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，立足于世界香水市场，从中国香水发展情况、区域市场发展状况、行业内主要企业发展情况以及香水行业未来发展趋势、投资策略等多方面深度剖析，全面展示香水行业现状。报告揭示了香水市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 【 目录 】

## 第一章 香水概述 6

### 1.1 香水的相关介绍 6

#### 1.1.1 香水的基本类型 6

#### 1.1.2 香水的保存方法 7

#### 1.1.3 香水的派别及特征 7

#### 1.1.4 香水的味阶 8

#### 1.1.5 香水的颜色 9

### 1.2 香水制造相关概念及工艺 10

#### 1.2.1 调香的含义 10

#### 1.2.2 香水制造工艺流程 10

## 第二章 世界香水市场概述 14

### 2.1 世界香水的历史及品牌简况 14

#### 2.1.1 世界香水的产生和发展历史 14

#### 2.1.2 世界著名香水品牌及风格 17

#### 2.1.3 世界品牌香水命名的方式 23

### 2.2 世界香水市场发展情况 24

#### 2.2.1 国际香水市场总体发展状况 24

#### 2.2.2 印度香水市场分析 24

#### 2.2.3 国际香水消费市场新走势 25

#### 2.2.4 法国香水市场分析 25

### 2.3 世界香水包装业的发展简述 26

#### 2.3.1 香水包装的设计特点 26

#### 2.3.2 香水包装的缺陷 28

#### 2.3.3 现代香水包装的设计特性 28

#### 2.3.4 法国香水包装的设计特色 29

## 第三章 中国香水市场发展分析 34

### 3.1 中国香水市场现状 34

#### 3.1.1 中国香水等奢侈品消费居世界第二 34

#### 3.1.2 中国香水市场的发展状况 35

#### 3.1.3 中国香水市场还不成熟 36

3.1.4	中国香水品牌立足点	36
3.2	2007年中国香水市场规模分析	39
3.2.1	2007年中国香水市场销量规模分析	39
3.2.2	2007年中国香水市场销售规模分析	40
3.2.3	中国主要香水公司市场销售份额	41
3.2.4	中国主要香水品牌市场销售份额	41
3.2.6	2007年中国不同结构香水规模分析	41
3.2.7	2008年不同档次的香水市场规模预测	44
3.3	中国香水市场消费者分析	45
3.3.1	香水消费潜在市场	45
3.3.2	中国不同消费层次使用香水的比例比较	46
3.3.3	中国不同消费层次使用香水的频率比较	47
3.3.4	中国新富女性香水消费心态分析	48
3.3.5	武汉消费者选购香水对颜色的偏好分析	48
3.3.6	现行的香水销售模式	49
3.4	中国主要城市香水消费市场调研分析	50
3.4.1	北京香水消费市场调研分析	50
3.4.2	上海香水消费市场调研分析	52
3.4.3	广州香水消费市场调研分析	54
3.4.4	深圳香水消费市场调研分析	57
3.4.5	成都香水消费市场调研分析	59
3.4.6	重庆香水消费市场调研分析	61
3.4.7	武汉香水消费市场调研分析	63
3.4.8	西安香水消费市场调研分析	66
3.4.9	沈阳香水消费市场调研分析	68
3.4.10	南京香水消费市场调研分析	70
3.5	中国香水行业存在的问题及发展策略	72
3.5.1	中国消费观念成为香水市场的瓶颈	72
3.5.2	制约中国香水行业发展的因素	73
3.5.3	中国香水行业存在的问题	75
3.5.4	香水市场营销策略	76

## 第四章 中国香水产品进出口分析 78

### 4.1 中国香水产品进出口分析 78

#### 4.1.1 中国向越南进口香水 78

#### 4.1.2 2007年中国香水等化妆品出口概况 78

#### 4.1.3 法国香水出口概况 79

### 4.2 2001-2008年中国香水及花露水进出口分析 80

#### 4.2.1 2001-2008年中国香水及花露水出口分析 80

#### 4.2.2 2001-2008年中国香水及花露水进口分析 81

#### 4.2.3 2007年中国重点省市进出口分析 83

#### 4.2.4 2007年主要国家的进出口分析 84

#### 4.2.5 2001-2008年中国香水及花露水进出口的均价趋势 85

## 第五章 香水细分市场发展分析 88

### 5.1 车用香水市场发展分析 88

#### 5.1.1 汽车香水市场现状 88

#### 5.1.2 劣质汽车香水充斥市场 88

#### 5.1.3 汽车香水市场行业标准 89

#### 5.1.4 中国车用香水市场特点 90

#### 5.1.5 汽车香水市场的发展趋势 91

### 5.2 男士香水市场发展分析 92

#### 5.2.1 男用香水分类 92

#### 5.2.2 男士香水颜色及其内涵 92

#### 5.2.3 中国男用香水市场面临的挑战 94

#### 5.2.4 品牌成为男士选用香水主要因素 95

#### 5.2.5 中国主要城市男士香水市场消费状况 96

### 5.3 儿童香水市场发展分析 98

#### 5.3.1 国内外儿童香水市场现状 98

#### 5.3.2 消费观念阻碍儿童香水在中国市场的推广 98

#### 5.3.3 儿童香水市场存在巨大商机 99

## 第六章 国际香精香料行业的发展分析 100

### 6.1 香水用香料简介 100

- 6.1.1 香水用香料的分类及品种 100
- 6.1.2 国内外主要植物香料品种 101
- 6.1.3 动物性香水香料简介 108
- 6.2 国际香精香料市场发展简况 108
  - 6.2.1 国际日化用香精香料市场特点 108
  - 6.2.2 国际上日用香料的立法和管理情况 109
  - 6.2.3 东南亚香精香料市场发展状况 114
  - 6.2.4 全球芳香料市场需求预测 115

## 第七章 中国香精香料行业的发展分析 116

- 7.1 中国香精香料行业发展概况 116
  - 7.1.1 中国天然香料发展现状 116
  - 7.1.2 中国天然香料分布及销售情况 118
  - 7.1.3 中国日化香精市场分析 119
  - 7.1.4 开发日化香精市场的策略 120
  - 7.1.5 天然香料产业的发展策略 122
- 7.2 植物性香料提取技术的研究进展 123
  - 7.2.1 香料制取技术的发展历史 123
  - 7.2.2 香料主要提取技术 124
  - 7.2.3 香料提取技术发展现状及开发方向 128
- 7.3 中国民族香精工业发展分析 129
  - 7.3.1 中国民族香精香料工业现状 129
  - 7.3.2 中国民族香精香料工业发展方向 131
  - 7.3.3 中国民族香精香料工业发展前景 133

## 第八章 国际主要香水企业及品牌发展分析 134

- 8.1 香奈尔 ( Chanel ) 134
  - 8.1.1 公司简介 134
  - 8.1.2 香奈尔产品特点 135
  - 8.1.3 香奈尔以卓越的品质取胜 136
  - 8.1.4 香奈尔包装设计特征 137
  - 8.1.5 香奈尔广告传播的要点 138

- 8.1.6 香奈尔终端建设瞄准富裕群体聚集地 139
- 8.1.7 香奈儿公司市场销售份额分析 140
- 8.2 让·古戎 140
  - 8.2.1 公司简介 140
  - 8.2.2 让·古戎香水管理体制 140
  - 8.2.3 让·古戎进入中国市场的营销策略 141
  - 8.2.4 让·古戎香水的市场定位分析及招商情况 141
  - 8.2.5 让·古戎着力构建经销商网络 142
  - 8.2.6 让·古戎香水成功启动中国市场 142
- 8.3 兰寇 (Lancome) 143
  - 8.3.1 公司简介 143
  - 8.3.2 兰蔻的品牌定位 144
  - 8.3.3 兰寇产品的终端 144
  - 8.3.4 兰寇品牌营销策略 145
  - 8.3.5 兰寇品牌发展历程 146
- 8.4 迪奥 (Dior) 148
  - 8.4.1 公司简介 148
  - 8.4.2 迪奥香水在不同年代展现的时尚主题 148
  - 8.4.3 迪奥集团的经营策略 150
- 8.5 露华浓 (Revlon) 150
  - 8.5.1 公司简介 150
  - 8.5.2 露华浓香水成功之道 150
- 8.6 其他国外香水企业及品牌 152
  - 8.6.1 亚洲发展公司 (ADE) 152
  - 8.6.2 雅诗兰黛 (Estee Lauder) 152
  - 8.6.3 波士 (Hugo Boss) 153
  - 8.6.4 纪梵希 (Gi Vechy) 153

## 第九章 中国香水行业重点企业分析 155

- 9.1 雅芳 (中国) 有限公司 155
  - 9.1.1 公司基本情况 155
  - 9.1.2 2007年企业偿债能力分析 157



- 9.1.3 2007年企业盈利能力分析 158
- 9.1.4 2007年企业成本费用分析 159
- 9.1.5 雅芳(中国)有限公司香水市场销售份额分析 160
- 9.1.6 雅芳香水主要品种介绍 161
- 9.2 上海家化联合股份有限公司 161
  - 9.2.1 公司基本情况 161
  - 9.2.2 2006年企业经营状况分析 163
  - 9.2.3 2007年企业经营状况分析 164
  - 9.2.4 公司面临的机遇与挑战 167
- 9.3 南京巴黎贝丽丝香水有限公司 169
  - 9.3.1 公司基本情况 169
  - 9.3.2 企业偿债能力分析 169
  - 9.3.3 企业盈利能力分析 171
  - 9.3.4 企业成本费用分析 172
  - 9.1.5 广告语富有特点 173
- 9.4 浙江倩靓化妆品有限公司 173
  - 9.4.1 公司基本情况 173
  - 9.4.2 企业偿债能力分析 174
  - 9.4.3 企业盈利能力分析 175
  - 9.4.4 企业成本费用分析 177
- 9.5 金玛瑙香水(杭州)有限公司 178
  - 9.5.1 公司基本情况 178
  - 9.5.2 企业偿债能力分析 178
  - 9.5.3 企业盈利能力分析 180
  - 9.5.4 企业成本费用分析 181
- 9.6 广州市圣伊华精细化工有限公司 182
  - 9.6.1 公司基本情况 182
  - 9.6.2 企业偿债能力分析 182
  - 9.6.3 企业盈利能力分析 184
  - 9.6.4 企业成本费用分析 185
- 9.7 快美特汽车精品(深圳)有限公司 186
  - 9.7.1 公司基本情况 186

9.7.2 企业偿债能力分析	187
9.7.3 企业盈利能力分析	189
9.7.4 企业成本费用分析	190
9.7.5 快美特汽车精品（深圳）有限公司扩大规模	191
9.8 中山市薇娜化妆品有限公司	191
9.8.1 公司基本情况	191
9.8.2 企业偿债能力分析	191
9.8.3 企业盈利能力分析	193
9.8.4 企业成本费用分析	194
9.9 义乌市美之源化妆品有限公司	195
9.9.1 公司基本情况	195
9.9.2 企业资产负债表	196
9.9.3 企业收入利润表	196
9.9.4 企业成本费用表	196

## 第十章 香水发展趋势分析与规模预测 197

10.1 香水发展趋势分析	197
10.1.1 香水消费群体逐渐扩大	197
10.1.2 香水品牌种类多样化	198
10.1.3 香水发展趋势分析	199
10.2 香水市场规模预测	200
10.2.1 2008-2012年中国香水市场销售规模预测	200
10.2.2 2008-2012年中国香水市场销量预测	201

## 图标目录

图表 1 2001-2007年中国香水销量规模（volume）	45
图表 2 2001-2007年中国香水市场销量规模趋势图（volume）	45
图表 3 2001-2007年中国香水市场规模统计（value）	46
图表 4 2001-2007年中国香水市场销售规模趋势图（value）	46
图表 5 2002-2006年主要香水企业的市场份额情况	47
图表 6 2003-2006年主要香水品牌市场销售份额情况	47
图表 7 2001-2007年不同档次香水销售规模统计	47

图表 8 2001-2007年高档香水销售规模趋势图 单位（百万元） 48

图表 9 2001-2007年普通香水销售规模趋势图 单位（百万元） 48

图表 10 2001-2007年女士高档香水销售规模趋势图 单位（百万元） 48

图表 11 2001-2007年男士高档香水销售规模趋势图 单位（百万元） 49

图表 12 2001-2007年女士普通香水销售规模趋势图 单位（百万元） 49

图表 13 2001-2007年男士普通香水销售规模趋势图 单位（百万元） 49

图表 14 2008-2011年高档香水市场规模预测（value） 50

图表 15 2008-2011年高档香水市场规模预测趋势图（value） 50

图表 16 2008-2011年普通香水市场规模预测（value） 51

图表 17 2008-2011年普通香水市场规模预测趋势图（value） 51

图表 18 2008-2011年普通群体，新富群体以及新富女性使用香水比例 52

图表 19 普通群体，新富群体以及新富女性使用香水频率 53

图表 20 武汉消费者对香水颜色偏好比例 54

图表 21 北京香水理想品牌市场份额排名 56

图表 22 北京消费者获得香水的来源分布情况 57

图表 23 影响消费者选择香水的不同因素所占比重分布 57

图表 24 北京消费者对各种香型的香水的偏好比重分布 58

图表 25 上海香水理想品牌市场份额排名 58

图表 26 上海消费者获得香水的来源分布情况 59

图表 27 影响消费者选择香水的不同因素所占比重分布 59

图表 28 上海消费者对各种香型的香水的偏好比重分布 60

图表 29 广州香水理想品牌市场份额排名 61

图表 30 广州消费者获得香水的来源分布情况 61

图表 31 影响消费者选择香水的不同因素所占比重分布 62

图表 32 广州消费者对各种香型的香水的偏好比重分布 62

图表 33 深圳香水理想品牌市场份额排名 63

图表 34 深圳消费者获得香水的来源分布情况 63

图表 35 影响消费者选择香水的不同因素所占比重分布 64

图表 36 深圳消费者对各种香型的香水的偏好比重分布 65

图表 37 成都香水理想品牌市场份额排名 65

图表 38 成都消费者获得香水的来源分布情况 66

图表 39 影响消费者选择香水的不同因素所占比重分布 66

图表 40 成都消费者对各种香型的香水的偏好比重分布 67

图表 41 重庆香水理想品牌市场份额排名 67

图表 42 重庆消费者获得香水的来源分布情况 68

图表 43 影响消费者选择香水的不同因素所占比重分布 68

图表 44 重庆消费者对各种香型的香水的偏好比重分布 69

图表 45 武汉香水理想品牌市场份额排名 70

图表 46 武汉消费者获得香水的来源分布情况 70

图表 47 影响消费者选择香水的不同因素所占比重分布 71

图表 48 武汉消费者对各种香型的香水的偏好比重分布 71

图表 49 西安香水理想品牌市场份额排名 72

图表 50 西安消费者获得香水的来源分布情况 72

图表 51 影响消费者选择香水的不同因素所占比重分布 73

图表 52 西安消费者对各种香型的香水的偏好比重分布 74

图表 53 沈阳香水理想品牌市场份额排名 74

图表 54 沈阳消费者获得香水的来源分布情况 75

图表 55 影响消费者选择香水的不同因素所占比重分布 75

图表 56 沈阳消费者对各种香型的香水的偏好比重分布 76

图表 57 南京香水理想品牌市场份额排名 76

图表 58 南京消费者获得香水的来源分布情况 77

图表 59 影响消费者选择香水的不同因素所占比重分布 77

图表 60 南京消费者对各种香型的香水的偏好比重分布 78

图表 61 2001-2008年Q1中国香水及花露水出口数量统计 86

图表 62 2001-2007年中国香水及花露水出口数量趋势图 86

图表 63 2001-2008年Q1中国香水及花露水出口金额统计 87

图表 64 2001-2007年中国香出口金额趋势图 87

图表 65 2001-2008年Q1中国香水及花露水进口数量统计 88

图表 66 2001-2007年中国香水及花露水进口数量趋势图 88

图表 67 2001-2008年Q1中国香水及花露水进口金额统计 88

图表 68 2001-2007年中国香进口金额趋势图 89

图表 69 2007年中国分省市香水及花露水出口数量和金额统计 89

图表 70 2007年中国分省市香水及花露水进口数量和金额统计 89

图表 71 2007年中国香水及花露水出口流向统计 90

图表 72	2007年中国香水及花露水进口流向统计	91
图表 73	2001-2008年Q1中国香水及花露水出口均价统计	92
图表 74	2001-2008年Q1中国香水及花露水出口均价趋势图	92
图表 75	2001-2008年Q1中国香水及花露水进口均价统计	92
图表 76	2001-2008年Q1中国香水及花露水进口均价趋势图	93
图表 77	2002-2006年香奈儿市场销售份额	146
图表 78	2002-2006年波士市场销售份额	159
图表 79	2004-2007年雅芳（中国）有限公司产应收帐款统计	163
图表 80	2004-2007年雅芳（中国）有限公司产成品统计	163
图表 81	2004-2007年雅芳（中国）有限公司流动资产统计	163
图表 82	2004-2007年雅芳（中国）有限公司固定资产统计	163
图表 83	2004-2007年雅芳（中国）有限公司资产统计	164
图表 84	2004-2007年雅芳（中国）有限公司负债统计	164
图表 85	2004-2007年雅芳（中国）有限公司偿债能力情况	164
图表 86	2004-2007年雅芳（中国）有限公司流动资产周转情况	164
图表 87	2004-2007年雅芳（中国）有限公司应收帐款周转情况	164
图表 88	2004-2007年雅芳（中国）有限公司销售统计	164
图表 89	2004-2007年雅芳（中国）有限公司利润统计	165
图表 90	2004-2007雅芳（中国）有限公司盈利能力情况	165
图表 91	2004-2007雅芳（中国）有限公司销售毛利率情况	165
图表 92	2004-2007雅芳（中国）有限公司销售利润率情况	165
图表 93	2004-2007雅芳（中国）有限公司资产利润率情况	165
图表 94	2007年雅芳（中国）有限公司成本费用结构图	165
图表 95	2004-2007年雅芳（中国）有限公司销售成本统计	166
图表 96	2004-2007年雅芳（中国）有限公司销售费用统计	166
图表 97	2004-2007年雅芳（中国）有限公司管理费用统计	166
图表 98	2004-2007年雅芳（中国）有限公司财务费用统计	166
图表 99	2002-2006年雅芳(中国)有限公司市场销售份额	166
图表 100	2006年上海家化联合股份有限公司主营业务分行业情况	170
图表 101	2006年上海家化联合股份有限公司主营业务分地区情况	170
图表 102	2007年上海家化联合股份有限公司主营业务分行业情况	171
图表 103	2007年上海家化联合股份有限公司主营业务分地区情况	171

图表 104	2003-2007年上海家化联合股份有限公司资产及负债统计	172
图表 105	2003-2007年上海家化联合股份有限公司销售及利润统计	172
图表 106	2003-2007年上海家化联合股份有限公司成本费用统计	172
图表 107	2003-2007年上海家化联合股份有限公司偿债能力情况	172
图表 108	2003-2007年上海家化联合股份有限公司经营效率统计	173
图表 109	2003-2007年上海家化联合股份有限公司盈利能力统计	173
图表 110	2003-2007年上海家化联合股份有限公司成长能力统计	173
图表 111	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司应收帐款统计	176
图表 112	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司产成品统计	176
图表 113	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司流动资产统计	176
图表 114	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司固定资产统计	176
图表 115	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司资产统计	176
图表 116	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司负债统计	176
图表 117	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司偿债能力	176
图表 118	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司流动资产周转情况	177
图表 119	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司应收帐款周转情况	177
图表 120	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司销售收入统计	177
图表 121	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司利润统计	177
图表 122	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司成本费用情况	177
图表 123	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司销售毛利情况	177
图表 124	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司销售利润情况	178
图表 125	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司资产利润率情况	178
图表 126	2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司成本费用结构图	178
图表 127	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司销售成本统计	178
图表 128	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司销售费用统计	179
图表 129	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司管理费用统计	179
图表 130	2004-2006年南京巴黎贝丽丝香水有限公司财务费用统计	179
图表 131	2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司应收帐款统计	180
图表 132	2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司产成品统计	180
图表 133	2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司流动资产统计	180
图表 134	2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司固定资产统计	181
图表 135	2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司资产统计	181

图表 136 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司负债统计 181

图表 137 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司偿债能力 181

图表 138 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司流动资产周转情况 181

图表 139 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司应收帐款净额周转情况 181

图表 140 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司销售收入统计 182

图表 141 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司利润统计 182

图表 142 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司成本费用情况 182

图表 143 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司销售毛利情况 182

图表 144 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司销售利润情况 182

图表 145 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司资产利润率情况 182

图表 146 2006年 浙江倩靓化妆品有限公司成本费用结构图 183

图表 147 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司销售成本统计 183

图表 148 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司销售费用统计 183

图表 149 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司管理费用统计 183

图表 150 2005-2006年 浙江倩靓化妆品有限公司财务费用统计 183

图表 151 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司应收帐款统计 184

图表 152 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司产成品统计 184

图表 153 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司流动资产统计 185

图表 154 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司固定资产统计 185

图表 155 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司资产统计 185

图表 156 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司负债统计 185

图表 157 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司偿债能力 185

图表 158 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司流动资产周转情况 185

图表 159 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司应收帐周转情况 185

图表 160 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司销售收入统计 186

图表 161 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司利润统计 186

图表 162 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司成本费用情况 186

图表 163 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司销售毛利情况 186

图表 164 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司销售利润情况 186

图表 165 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司资产利润率情况 186

图表 166 2006年金玛璠香水(杭州)有限公司成本费用结构图 187

图表 167 2004-2006年金玛璠香水(杭州)有限公司销售成本统计 187

图表 168 2004-2006年金玛瑙香水(杭州)有限公司销售费用统计 187

图表 169 2004-2006年金玛瑙香水(杭州)有限公司管理费用统计 187

图表 170 2004-2006年金玛瑙香水(杭州)有限公司财务费用统计 187

图表 171 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司应收帐款统计 188

图表 172 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司产成品统计 188

图表 173 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司流动资产统计 189

图表 174 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司固定资产统计 189

图表 175 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司资产统计 189

图表 176 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司负债统计 189

图表 177 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司偿债能力 189

图表 178 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司流动资产周转情况 189

图表 179 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司应收帐款周转情况 189

图表 180 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司销售收入统计 190

图表 181 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司利润统计 190

图表 182 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司成本费用情况 190

图表 183 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司销售毛利情况 190

图表 184 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司销售利润情况 190

图表 185 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司资产利润率情况 191

图表 186 2006年广州市圣伊华精细化工有限公司成本费用结构图 191

图表 187 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司销售成本统计 191

图表 188 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司销售费用统计 191

图表 189 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司管理费用统计 191

图表 190 2004-2006年广州市圣伊华精细化工有限公司财务费用统计 192

图表 191 2004-2006年快美特汽车精品(深圳)有限公司应收帐款统计 193

图表 192 2004-2006年快美特汽车精品(深圳)有限公司产成品统计 193

图表 193 2004-2006年快美特汽车精品(深圳)有限公司流动资产统计 194

图表 194 2004-2006年快美特汽车精品(深圳)有限公司固定资产统计 194

图表 195 2004-2006年快美特汽车精品(深圳)有限公司资产统计 194

图表 196 2004-2006年快美特汽车精品(深圳)有限公司负债统计 194

图表 197 2004-2006年快美特汽车精品(深圳)有限公司偿债能力 194

图表 198 2004-2006年快美特汽车精品(深圳)有限公司流动资产周转情况 194

图表 199 2004-2006年快美特汽车精品(深圳)有限公司应收帐款周转情况 194



图表 200 2004-2006年快美特汽车精品（深圳）有限公司销售收入统计 195

图表 201 2004-2006年快美特汽车精品（深圳）有限公司利润统计 195

图表 202 2004-2006年快美特汽车精品（深圳）有限公司成本费用情况 195

图表 203 2004-2006年快美特汽车精品（深圳）有限公司销售毛利情况 195

图表 204 2004-2006年快美特汽车精品（深圳）有限公司销售利润情况 195

图表 205 2004-2006年快美特汽车精品（深圳）有限公司资产利润率情况 195

图表 206 2006年快美特汽车精品（深圳）有限公司成本费用结构图 196

图表 207 2004-2006年快美特汽车精品（深圳）有限公司销售成本统计 196

图表 208 2004-2006年快美特汽车精品（深圳）有限公司销售费用统计 196

图表 209 2004-2006年快美特汽车精品（深圳）有限公司管理费用统计 196

图表 210 2004-2006年快美特汽车精品（深圳）有限公司财务费用统计 196

图表 211 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司应收帐款统计 198

图表 212 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司产成品统计 198

图表 213 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司流动资产统计 198

图表 214 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司固定资产统计 198

图表 215 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司资产统计 198

图表 216 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司负债统计 198

图表 217 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司偿债能力 199

图表 218 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司流动资产周转情况 199

图表 219 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司应收帐款周转情况 199

图表 220 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司销售收入统计 199

图表 221 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司利润统计 199

图表 222 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司成本费用情况 199

图表 223 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司销售毛利情况 200

图表 224 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司销售利润情况 200

图表 225 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司资产利润率情况 200

图表 226 2006年中山市薇娜化妆品有限公司成本费用结构图 200

图表 227 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司销售成本统计 201

图表 228 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司销售费用统计 201

图表 229 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司管理费用统计 201

图表 230 2004-2006年中山市薇娜化妆品有限公司财务费用统计 201

图表 231 2006年义乌市美之源化妆品有限公司资产负债情况 202

图表 232 义乌市美之源化妆品有限公司收入利润情况 202

图表 233 义乌市美之源化妆品有限公司成本费用情况 202

图表 234 2008-2012年中国香水市场规模预测（value）207

图表 235 2003-2012年中国香水市场规模趋势预测图（value）207

图表 236 2008-2012年中国香水市场销量预测（volume）207

图表 237 2003-2012年中国香水市场销量趋势预测图 207

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44946.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提供专业投资咨询报告、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。