



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国香水市场调查 及投资前景预测分析报告

## 一、调研说明

《2009-2012年中国香水市场调查及投资前景预测分析报告》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/98237.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

### 第一章 2008-2009年世界香水市场运行态势

#### 第一节 2008-2009年世界香水市场运行状况

##### 一、世界香水市场品牌竞争

##### 二、世界香水消费市场新走势

##### 三、香水包装的重要性及设计要求

#### 第二节 2008-2009年世界主要国家香水市场发展动态

##### 一、德国

##### 二、法国

##### 三、美国

#### 第三节 2009-2012年世界香水市场运行趋势预测

### 第二章 2008-2009年世界主要香水企业及品牌发展战略

#### 第一节 香奈尔 (Chanel)

##### 一、企业发展历程

##### 二、2008-2009年企业经营战略

##### 三、2008-2009年企业新研发

##### 四、未来企业发展规划

#### 第二节 让·古戎

##### 一、企业发展历程

##### 二、2008-2009年企业经营战略

##### 三、2008-2009年企业新研发

##### 四、未来企业发展规划

#### 第三节 兰寇 (Lancome)

##### 一、企业发展历程

##### 二、2008-2009年企业经营战略

##### 三、2008-2009年企业新研发

##### 四、未来企业发展规划

#### 第四节 迪奥 (Dior)

##### 一、企业发展历程

##### 二、2008-2009年企业经营战略

##### 三、2008-2009年企业新研发

#### 四、未来企业发展规划

##### 第五节 露华浓（Revlon）

###### 一、企业发展历程

###### 二、2008-2009年企业经营战略

###### 三、2008-2009年企业新研发

###### 四、未来企业发展规划

##### 第六节 亚洲发展公司（ADE）

###### 一、企业发展历程

###### 二、2008-2009年企业经营战略

###### 三、2008-2009年企业新研发

###### 四、未来企业发展规划

##### 第七节 雅诗兰黛（Estee Lauder）

###### 一、企业发展历程

###### 二、2008-2009年企业经营战略

###### 三、2008-2009年企业新研发

###### 四、未来企业发展规划

##### 第八节 波士（Hugo Boss）

###### 一、企业发展历程

###### 二、2008-2009年企业经营战略

###### 三、2008-2009年企业新研发

###### 四、未来企业发展规划

##### 第九节 纪梵希（Gi Vechy）

###### 一、企业发展历程

###### 二、2008-2009年企业经营战略

###### 三、2008-2009年企业新研发

###### 四、未来企业发展规划

### 第三章 2008-2009年中国香水产业发展环境

#### 第一节 2008-2009年中国香水产业政策发展环境

##### 一、政府出台相关政策

##### 二、产业发展标准

##### 三、进出口政策

## 第二节 2008-2009年中国香水产业经济发展环境

### 一、经济迅速发展

### 二、物价持续上涨

### 三、人民币升值

## 第三节 2008-2009年中国香水产业社会环境发展

## 第四章 2008-2009年中国香水产业发展形势

### 第一节 2008-2009年中国香水产业发展动态

#### 一、中国香水等奢侈品消费居世界第二

#### 二、国外品牌占据中国市场

#### 三、2008-2009年中国香水产业动态

### 第二节 2008-2009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

### 第三节 2008-2009年中国香水产业发展对策

## 第五章 2008-2009年中国香水市场运行状况

### 第一节 2008-2009年中国香水市场发展情况

#### 一、中国香水市场规模迅速增长

#### 二、2008-2009年中国香水品牌发展

#### 三、下游市场对香水带动

### 第二节 2008-2009年中国香水市场消费者调查

#### 一、女性香水消费市场

#### 二、中国不同收入群体使用香水的比例及频率比较

#### 三、中国不同收入和年龄段的群体使用香水品牌

#### 四、中国新富女性香水消费心态

#### 五、武汉消费者选购香水对颜色的偏好

### 第三节 2008-2009年中国香水市场运行发展存在的问题

## 第六章 2008-2009年中国香水市场产销统计

### 第一节 2008-2009年中国香水市场生产状况

一、生产结构

二、产品价格走势

三、产量、产能

第二节 2008-2009年中国香水市场需求状况

一、需求量

二、需求特点

三、需求结构

第三节 2008-2009年中国香水市场供求平衡

第七章 2008-2009年中国香水细分市场发展动态

第一节 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

第二节 男士香水

一、男用香水味道按基调分类

二、中国男用香水市场主要消费群体

三、中国男士香水市场逐渐升温

四、中国主要城市男士香水市场消费状况

第三节 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

第四节 女士香水

一、市场需求格局

二、产品种类

三、营销状况

第八章 2008-2009年中国香水产业竞争格局

第一节 2008-2009年中国香水产业竞争现状

一、产业品牌竞争

二、产业技术成本

三、产品价格竞争

第二节 2008-2009年中国香水产业竞争存在的问题

第三节 2009-2012年中国香水产业竞争趋势预测

## 第九章 2008-2009年中国主要香水生产企业财务状况及竞争力

第一节 南京巴黎贝丽丝香水有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第二节 浙江倩靓化妆品有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第三节 广州市圣伊华精细化工有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第四节 克丽丝汀迪奥（上海）香水化妆品有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第五节 上海香海美容品厂

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

## 第六节 金玛瑙香水（杭州）有限公司

### 一、企业基本概况

### 二、2008-2009年企业经营与财务状况

### 三、2008-2009年企业竞争优势

### 四、企业未来发展战略与规划

## 第七节 义乌市美之源化妆品有限公司

### 一、企业基本概况

### 二、2008-2009年企业经营与财务状况

### 三、2008-2009年企业竞争优势

### 四、企业未来发展战略与规划

## 第八节 快美特汽车精品（深圳）有限公司

### 一、企业基本概况

### 二、2008-2009年企业经营与财务状况

### 三、2008-2009年企业竞争优势

### 四、企业未来发展战略与规划

## 第九节 中山市薇娜化妆品有限公司

### 一、企业基本概况

### 二、2008-2009年企业经营与财务状况

### 三、2008-2009年企业竞争优势

### 四、企业未来发展战略与规划

## 第十节 上海家化有限公司

### 一、企业基本概况

### 二、2008-2009年企业经营与财务状况

### 三、2008-2009年企业竞争优势

### 四、企业未来发展战略与规划

## 第十章 2008-2009年中国香精香料行业的发展概述

### 第一节 2008-2009年世界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

### 第二节 2008-2009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

第三节 2008-2009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、香料提取技术发展现状及开发方向

第十一章 2009-2012年中国香水市场发展趋势预测

第一节 2009-2012年中国香水行业发展趋势

一、产业规模预测

二、产业集中度预测

三、产业技术趋势

第二节 2009-2012年中国香水市场发展预测

一、产量预测

二、需求预测

三、进出口预测

四、价格走势预测

第十二章 2009-2012年中国香水行业投资机会与风险

第一节 2009-2012年中国香水行业投资环境

第二节 2009-2012年中国香水行业投资周期

一、经济周期

二、增长性与波动性

三、成熟度

第三节 2009-2012年中国香水行业投资机会

一、投资潜力

二、吸引力

三、盈利水平

四、融资方式

第四节 2009-2012年中国香水行业投资风险预警

## 图表目录：

图表 2008年第三季度中国消费者对香水品牌认知度排名

图表 2008年第三季度知名品牌香水拥有者获得渠道对比

图表 2008年第三季度各收入阶层香水拥有情况分布

图表 2008年大众消费群体、新富消费群体、新富女性使用香水的比例

图表 2008年大众消费群体、新富消费群体、年总收入40万以上群体使用香水的频率

图表 影响消费者购买香水的主要因素

图表 中国主要天然香料产量

图表 期刊化妆品广告投放前10位品牌

图表 兰寇主要香水名称及价格定位

图表 兰寇广告预算项目及金额

图表 2008年1-12月南京巴黎贝丽丝香水有限公司总体规模数据

图表 2008年1-12月南京巴黎贝丽丝香水有限公司主要产销数据

图表 2008年1-12月南京巴黎贝丽丝香水有限公司主要财务数据

图表 2008年1-12月南京巴黎贝丽丝香水有限公司偿债能力指标数据

图表 2008年1-12月南京巴黎贝丽丝香水有限公司营运能力指标数据

图表 2008年1-12月南京巴黎贝丽丝香水有限公司获利能力指标数据

图表 2008年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司总体规模数据

图表 2008年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司主要产销数据

图表 2008年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司主要财务数据

图表 2008年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司偿债能力指标数据

图表 2008年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司营运能力指标数据

图表 2008年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司获利能力指标数据

图表 2008年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司总体规模数据

图表 2008年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司主要产销数据

图表 2008年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司主要财务数据

图表 2008年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司偿债能力指标数据

图表 2008年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司营运能力指标数据

图表 2008年1-12月浙江倩靓化妆品有限公司获利能力指标数据

图表 2008年1-12月广州市圣伊华精细化工有限公司总体规模数据

图表 2008年1-12月广州市圣伊华精细化工有限公司主要产销数据

图表 2008年1-12月广州市圣伊华精细化工有限公司主要财务数据

图表 2008年1-12月广州市圣伊华精细化工有限公司偿债能力指标数据  
图表 2008年1-12月广州市圣伊华精细化工有限公司营运能力指标数据  
图表 2008年1-12月广州市圣伊华精细化工有限公司获利能力指标数据  
图表 2008年1-12月广州市圣伊华精细化工有限公司总体规模数据  
图表 2008年1-12月广州市圣伊华精细化工有限公司主要产销数据  
图表 2006年1-12月广州市圣伊华精细化工有限公司主要财务数据  
图表 2008年1-12月广州市圣伊华精细化工有限公司偿债能力指标数据  
图表 2008年1-12月广州市圣伊华精细化工有限公司营运能力指标数据  
图表 2008年1-12月克丽丝汀迪奥（上海）香水化妆品有限公司总体规模数据  
图表 2008年1-12月克丽丝汀迪奥（上海）香水化妆品有限公司主要产销数据  
图表 2008年1-12月克丽丝汀迪奥（上海）香水化妆品有限公司主要财务数据  
图表 2008年1-12月克丽丝汀迪奥（上海）香水化妆品有限公司偿债能力指标数据  
图表 2008年1-12月克丽丝汀迪奥（上海）香水化妆品有限公司营运能力指标数据  
图表 香水、花露水感官指标、理化指标  
图表 香水、花露水瓶装产品容量允差幅度规定  
图表 2009-2012年中国香水行业市场规模预测  
图表 2009-2012年中国香水行业市场产销预测  
图表 2009-2012年中国香水行业市场进出口预测  
图表 2009-2012年中国香水行业市场价格预测  
图表 2009-2012年中国香水行业市场成本预测  
略&hellip;&hellip;..

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/98237.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。