

# 2023-2029年中国香水行业 发展态势与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国香水行业发展态势与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202303/348099.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

目前我国香水市场上高端的香水被国外的香水品牌垄断，国际品牌占据70%以上的市场份额，国产品牌占据不到30%的市场份额，而在这30%中，致力于打造国产品牌的产品又占75%，其余的则被从事中国分装的小厂，以及（三无）香水占据。

中国香水消费总体仍处于初级阶段，国际著名香水品牌在目前市场仅局限于高端消费市场 and 高端销售渠道；而中国大多数品牌则由于技术力量的薄弱、时尚文化的欠缺等发展受到制约。从市场培育到初步成熟，中国香水预计还需要五到十年。在此期间，会有更多的国外香水品牌开始关注中国市场。对本土香水品牌而言，除了将中国文化融入香水文化中，本土品牌可以在二三线商场、专营店体系进行突破。

2017年我国香水行业市场规模达到214亿元，较上年的202亿元同比增长5.9%。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国香水行业发展态势与投资战略研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

### 第一章 香水概述

#### 第一节 香水的相关介绍

##### 一、香水的概念和起源

##### 二、香水的分类

##### 三、香水的派别及特征

##### 四、香水的味阶

## 五、香水的颜色

### 第二节 香水用香料概述

#### 一、制造香料的花香分类

#### 二、主要植物性香水原料

#### 三、主要动物性香水原料

#### 四、中国天然香料品种及分布

### 第三节 香水制造的相关概念及工艺

## 第二章 世界香水产业发展态势分析

### 第一节 国际香水的历史及品牌概述

#### 一、世界香水的产生和发展历史

#### 二、世界十大国度香水起源与历史

#### 三、世界著名香水品牌及其风格简况

#### 四、世界香水的命名方式介绍

### 第二节 2022-2023年世界香水市场发展动态分析

### 第三节 世界分地区和国家香水市场发展状况分析

#### 一、美国香水市场的发展浅析

二、法国香水市场的发展浅析

三、印度香水市场的发展浅析

第四节 2022-2023年世界香水产品开发动态

第五节 2018-2022年世界香水包装发展概述

一、现代香水瓶的材质

二、现代香水瓶的造型与设计

三、现代香水瓶的装饰

四、现代香水瓶造型的设计思维分析

五、法国香水包装设计的特点分析

六、特色香水包装是抢占消费者关键

第三章 2022年中国香水行业市场发展环境分析

第一节 2022年中国宏观经济环境分析

第二节 2022年中国香水行业政策环境分析

第三节 2022年中国香水行业社会环境分析

第四节 2022-2023年中国化妆品行业发展分析

第四章 2018-2022年中国香水市场分析

## 第一节 2018-2022年中国香水市场运行分析

### 一、中国香水市场规模及构成

### 二、中国香水市场规模

### 三、中国香水市场结构分析

### 四、中国国产香水品牌发展优势浅析

### 五、香水企业不断细分市场开拓市场潜力

## 第二节 中国香水市场竞争分析

### 一、中国香水品牌市场竞争格局

### 二、中国香水品牌竞争状况

## 第三节 2018-2022年中国香水消费分析

### 一、中国香水消费与国外消费存在差异

### 二、中国香水消费者购买习惯分析

### 三、中国香水消费的使用范围分析

### 四、中国香水消费的使用频率分析

### 五、中国香水消费新趋势

## 第四节 2018-2022年中国香水营销分析

一、日本香水的销售模式借鉴

二、香水企业的战略营销实践

三、香水企业的战略营销路径

四、香水企业的营销模式定位

五、香水企业的营销策略分析

第五节 中国香水市场面临的问题和发展对策

第五章 中国香水细分产业营运现况

第一节 汽车香水

第二节 男士香水

第三节 儿童香水

第六章 2018-2022年中国香水及花露水进、出口分析

第一节 2018-2022年中国香水及花露水进、出口总体情况

一、中国香水及花露水进口情况

二、中国香水及花露水出口情况

第二节 2018-2022年中国主要省市香水及花露水进、出口情况

一、中国主要省市香水及花露水进口情况

## 二、中国主要省市香水及花露水出口情况

### 第三节 2022-2023年中国香水及花露水进、出口流向情况

#### 一、中国香水及花露水进、出口流向情况

#### 二、中国香水及花露水出口流向情况

### 第四节 2022-2023年中国香水及花露水进、出口均价分析

## 第七章 2022-2023年中国香水消费者调查分析

### 第一节 中国香水主要消费市场总体分析

### 第二节 中国香水消费者生活态度分析

#### 一、品牌观

#### 二、广告观

#### 三、购物投资观

#### 四、饮食生活观

#### 五、个性时尚观

#### 六、工作成就观

#### 七、科技环保观

### 第三节 中国香水消费者体育及休闲活动

一、体育活动

二、休闲活动

#### 第四节 中国香水区域消费状况分析

一、华北地区

二、东北地区

三、华东地区

四、中南地区

五、西南地区

六、西北地区

#### 第八章 香精香料行业发展分析

第一节 2018-2022年世界香精香料行业分析

第二节 2018-2022年中国香精香料行业分析

第三节 2018-2022年中国香料香精企业的发展分析

第四节 2018-2022年中国生物技术对香精香料的发展分析

第五节 2018-2022年中国香精香料行业发展策略和方向

第六节 香精香料行业发展前景

## 第九章 主要香水企业及品牌发展分析

### 第一节 香奈儿(CHANEL)

#### 一、品牌简介

#### 二、香奈儿主要经典香水简介

#### 三、香奈儿在中国的销售状况

#### 四、香奈儿情景营销分析

### 第二节 克莱恩(CALVIN KLEIN)

#### 一、品牌介绍

#### 二、CK香水产品介绍

#### 三、CK香水在中国的销售情况

#### 四、克莱恩香水包装创新设计

### 第三节 兰蔻(LANCÔME)

#### 一、品牌简介

#### 二、兰蔻主要经典香水介绍

#### 三、兰蔻香水在中国的销售状况

#### 四、兰蔻的品牌战略定位

## 第四节 迪奥DIOR )

### 一、企业简介

### 二、迪奥香水发展回顾

### 三、迪奥香水在中国的销售状况

### 四、Dior推出男士运动淡香水

## 第五节 波士Hugo Boss )

### 一、品牌简介

### 二、波士香水简介

### 三、波士香水在中国的销售状况

## 第十章 2023-2029年中国香水行业投资与前景预测

### 第一节 2023-2029年中国香水行业投资分析

### 第二节 2023-2029年中国香水行业发展前景预测

#### 一、2023-2029年中国香水总体市场规模预测

#### 二、2023-2029年中国男士香水市场规模预测

#### 三、2023-2029年中国高档香水市场规模预测

#### 四、未来中国香水行业发展趋势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/348099.html>