

2020-2026年中国男士香水 市场前景研究与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2020-2026年中国男士香水市场前景研究与市场运营趋势报告》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.chinairr.org/report/R12/R1201/201910/24-318184.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

男士香水根据拉丁文“perfumum”衍生而来，意思是“穿透烟雾”。旧约《圣经》提到香水，通常指一种香料形成，这与拉丁文定义相符。一般上，男性香水可分为四大类，即香精、香水、淡香水及古龙水。

一般上，男性香水可分为四大类，即香精、香水、淡香水及古龙水，另外，还有一种男性专用的须后水。在选购时，可根据瓶上的标识来辨别。

香精，芳香物质含量在两成半以上，最高品质的豪华香水，香气可保持5至7小时以上。

香水，芳香物质占两成左右，香气可保持5小时左右。

淡香水，含酒精量较少，芳香物质占不到两成，香气可保持3至4小时以上。

古龙水，含酒精量较多，芳香物质仅占一成。香气可保持2至3小时。

须后水，含酒精量最多，芳香物质亦最少。香气挥发很快，每天刮胡后使用，可舒缓皮肤刺痛和紧绷的感觉。

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国男士香水市场前景研究与市场运营趋势报告》共十二章。首先介绍了男士香水行业市场发展环境、男士香水整体运行态势等，接着分析了男士香水行业市场运行的现状，然后介绍了男士香水市场竞争格局。随后，报告对男士香水做了重点企业经营状况分析，最后分析了男士香水行业发展趋势与投资预测。您若想对男士香水产业有个系统的了解或者想投资男士香水行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 2019年世界男士香水所属产业运行态势分析

第一节 男用香水的相关概况

一、香水的基本类型

二、香水的派别及特征

三、香水的味阶

四、男用香水味道按基调分类

第二节 2019年世界男士香水市场运营形势分析

一、男士香水市场逐渐发展起来

二、国际品牌纷争男士香水市场

三、男士香水区域格局分析

第三节 2019年世界男士香水产业发展前景预测分析

第二章 2019年世界男士香水主要品牌企业运营分析

第一节 香奈尔 (Chanel)

一、公司概况

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

第二节 兰寇 (Lancome)

一、公司概况

二、兰蔻的品牌定位

三、兰寇产品的成功之道

四、兰寇品牌在发展中面临的问题及挑战

五、兰寇香水营销方案

第三节 迪奥 (Dior)

一、公司概况

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

第四节 其它品牌

一、Hugo Boss

二、VERSACE 范思哲

三、登喜路

第三章 2019年中国男士香水行业市场发展环境分析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2019年中国男士香水行业政策环境分析

一、进出口政策分析

二、产业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2019年中国男士香水行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第四章 2019年中国男用香水产业营运局势分析

第一节 2019年中国男用香水所属产业运行态势分析

一、品牌成为男士选用香水主要因素

二、观念障碍制约男士香水的发展

三、找准定位精心打造男士香水品牌

第二节 2019年中国男士香水市场需求形势分析

一、中国男用香水市场主要消费群体分析

二、中国主要城市男士香水市场消费状况

三、男性香水产品需求的发展动态

第三节 2019年中国男士香水产业发展策略分析

第五章 2016-2019年中国化妆品制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2016-2019年中国化妆品制造行业规模分析

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 2019年中国化妆品制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2016-2019年中国化妆品制造所属行业产值分析

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2016-2019年中国化妆品制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2016-2019年中国化妆品制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2016-2019年中国香水及花露水所属行业进出口数据监测分析

第一节 2016-2019年中国香水及花露水所属行业进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2016-2019年中国香水及花露水所属行业出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2016-2019年中国香水及花露水所属行业进出口平均单价分析

第四节 2016-2019年中国香水及花露水所属行业进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第七章 2019年中国男士香水行业竞争格局分析

第一节2019年中国男士香水行业集中度分析

一、男士香水产品竞争力分析

二、男士香水品牌竞争格局分析

第二节 2019年中国男士香水行业竞争态势分析

一、男士香水产品技术竞争分析

二、男士香水市场价格竞争分析

三、男士香水生产成本竞争分析

第三节 2019年中国男士香水行业竞争策略分析

第八章 2019年中国香水产业优势企业竞争性数据分析（企业可自选）

第一节 克丽丝汀·迪奥(上海)香水化妆品有限公司

一、企业概况

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 中山市晶纯化妆品有限公司

一、企业概况

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 义乌市为你美化妆品有限公司

一、企业概况

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 义乌市金芭蒂化妆品有限公司

一、企业概况

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 南京巴黎贝丽丝香水有限公司

一、企业概况

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

第六节 义乌市爱之语化妆品有限公司

一、企业概况

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

第七节 惠州市肌缘日用化工有限公司

一、企业概况

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

第八节 浙江倩靓化妆品有限公司

一、企业概况

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

第九章 2019年中国男士美容市场运行动态分析

第一节 2019年男士美容市场分析

一、2019年男士最喜欢的SPA调查分析

二、男士美容护肤卖点分析

三、男士美容护肤市场现状分析

四、男士美容新热点分析

第二节 2019年男士整形美容市场分析

一、男士美容市场方兴未艾

二、男性美容兴起带动美容产业发展

三、男士美容市场消费特点

四、男士整形市场分析

第三节 2019年中国男士美容市场存在的问题与对策分析

一、男士专业美容市场的软肋

二、男士美容市场存在的风险因素

三、男士美容经营策略探析

四、未来男士专业美容院的出路

第四节 2020-2026年中国男士美容化妆品市场趋势前瞻

第十章 2019年中国香水行业发展概况分析

第一节 2019年中国香水市场发展现状分析

一、中国香水等奢侈品消费现状分析

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

第二节 2019年中国香水营销分析

一、香水的主要销售模式

二、品牌香水的价值塑造和营销手法

三、国产香水品牌营销的关键要素

四、香水吧创新经营的建议

第三节 2019年中国香水行业存在的问题分析

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

第四节 2019年国产香水市场发展对策分析

第十一章 2020-2026年中国男士香水行业发展前景预测分析

第一节 2020-2026年中国男士香水产品发展趋势预测分析

一、男士香水市场潜力巨大

二、男士香水行业发展走向分析

第二节 2020-2026年中国男士香水行业市场发展前景预测分析

一、男士香水供给预测分析

二、男士香水需求预测分析

三、男士香水进出口形势预测分析

第三节 2020-2026年中国男士香水行业市场盈利能力预测分析

第十二章 2020-2026年中国男士香水行业投资机会与投资风险分析

第一节 2020-2026年中国男士香水行业投资机会分析

一、规模的发展及投资需求分析

二、总体经济效益判断

三、与产业政策调整相关的投资机会分析

第二节 2020-2026年中国男士香水行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术风险

五、经营管理风险

第三节 2020-2026年中国男士香水行业投资策略分析

图表目录：

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2016-2019年中国化妆品制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2019年中国化妆品制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2019年中国化妆品制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2019年中国化妆品制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2019年中国化妆品制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2016-2019年中国化妆品制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2016-2019年中国化妆品制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2016-2019年中国化妆品制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2016-2019年中国香水及花露水进口数量分析

图表：2016-2019年中国香水及花露水进口金额分析

图表：2016-2019年中国香水及花露水出口数量分析

图表：2016-2019年中国香水及花露水出口金额分析

图表：2016-2019年中国香水及花露水进出口平均单价分析

图表：2016-2019年中国香水及花露水进口国家及地区分析

图表：2016-2019年中国香水及花露水出口国家及地区分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/201910/24-318184.html>