

2023-2029年中国香水市场 研究与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2023-2029年中国香水市场研究与投资前景预测报告》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/R1201/202308/30-553829.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

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和高端销售渠道；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%。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国香水市场研究与投资前景预测报告》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，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

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LANC ? ME)

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.chinairr.org/report/R12/R1201/202308/30-553829.html>