

# 2009年中国香水行业市场分析及投资前景预测报告

## 告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国香水行业市场分析及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/3144231442.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 第一章 2008年中国香水行业发展环境分析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国香水行业发展政策环境分析

- (一) 政府出台相关政策分析
- (二) 产业发展标准分析
- (三) 进出口政策分析

#### 三、2008年中国香水行业发展社会环境分析

### 第二章 香水相关概述

#### 一、香水的相关介绍

- (一) 香水的基本类型
- (二) 香水的派别及特征
- (三) 香水的味阶

#### 二、香水制造相关概念及工艺

- (一) 调香的含义
- (二) 香水制造工艺流程

### 第三章 2008年全球香水市场发展概述

#### 一、全球香水的历史及品牌简况

- (一) 全球香水的产生和发展历史
- (二) 全球著名香水品牌及风格
- (三) 全球品牌香水命名的方式

#### 二、2008年全球香水市场发展情况简析

- (一) 国际香水市场总体发展状况
- (二) 国际香水市场重回奢华时代
- (三) 国际香水消费市场新走势
- (四) 法国香水市场继续发展

#### 三、2008年全球香水包装业的发展简述

- (一) 香水包装的发展历史
- (二) 香水包装的重要性及设计要求
- (三) 现代香水包装的设计特性
- (四) 法国香水包装的设计特色

#### 四、2008年全球主要国家香水市场发展动态分析

- (一) 德国
- (二) 法国
- (三) 美国

#### 五、2009-2012年全球香水市场运行趋势预测分析

#### 第四章 2008年中国香水行业发展概况分析

##### 一、2008年中国香水市场发展现状分析

- (一) 中国香水等奢侈品消费居全球第二
- (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

##### 二、2008年国产香水市场改革模式分析

- (一) 贝丽丝
- (二) 圣美伦

##### 三、2008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

##### 四、2008年国产香水市场存在的问题及对策分析

- (一) 退守二类商场和专卖店国产香水整体销售额偏低
- (二) 缺乏创新、配套不足、不合理定价阻碍国产香水形象提升
- (三) 香水市场营销策略分析

##### 五、2007-2008年中国香水产品进出口分析

#### 第五章 2008年中国香水细分市场动态分析

##### 一、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

##### 二、男士香水

- (一) 男用香水味道按基调分类
- (二) 全球主要男士香水品牌及其内涵
- (三) 中国男用香水市场主要消费群体分析
- (四) 中国男士香水市场逐渐升温
- (五) 中国主要城市男士香水市场消费状况

### 三、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

### 四、女士香水

- (一) 市场需求格局分析
- (二) 产品种类分析
- (三) 营销状况分析

## 第六章 2008年中国香水市场消费者分析

### 一、2008年中国香水消费市场调查分析

- (一) 使用范围
- (二) 使用频率分析
- (三) 使用人群
- (四) 品牌拥有情况

### 二、2008年中国香水市场消费者调查分析

- (一) 中西方香水消费存在差异分析
- (二) 女性香水消费市场分析
- (三) 中国新富女性香水消费心态分析
- (四) 中国不同收入群体使用香水的比例及频率比较
- (五) 中国不同收入和年龄段的群体使用香水品牌分析
- (六) 武汉消费者选购香水对颜色的偏好分析
- (七) 南京香水消费市场分析

## 第七章 2008年中国香水行业竞争格局分析

### 一、2008年中国香水行业竞争现状分析

- (一) 产业品牌竞争分析
- (二) 产业技术成本分析
- (三) 产品价格竞争分析

### 二、2008年中国香水行业竞争存在的问题分析

### 三、2008年中国香水行业国际竞争者分析

## 第八章 全球主要香水企业及品牌发展战略分析

### 一、香奈尔 (Chanel)

- (一) 公司简介
- (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

## 二、让·古戎

(一) 公司简介

(二) 让·古戎香水营销背景

(三) 让·古戎进入中国市场的优势及机遇

(四) 让·古戎香水的市场定位分析及招商情况

(五) 让·古戎着力构建经销商网络

(六) 让·古戎香水成功启动中国市场

## 三、兰蔻 (Lancome)

(一) 公司简介

(二) 兰蔻的品牌定位

(三) 兰蔻产品的成功之道

(四) 兰蔻品牌在发展中面临的问题及挑战

(五) 兰蔻香水营销方案

## 四、迪奥 (Dior)

(一) 公司简介

(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

## 五、露华浓 (Revlon)

(一) 公司简介

(二) 露华浓香水市场营销策略

## 第九章 中国主要香水生产企业分析

### 一、深圳市快美特汽车精品(深圳)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

### 二、金玛瑙香水(明光)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

### 三、南京巴黎贝丽丝香水有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

#### 四、浙江倩靓化妆品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

#### 五、中山市薇娜化妆品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

#### 六、浙江省浦江县裕安水晶工艺品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

#### 七、广州市圣伊华精细化工有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

#### 八、义乌市美之源化妆品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

#### 九、河北中科三合化学有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

#### 十、上海家化联合股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

### 第十章 2008年中国香精香料行业的发展概述分析

#### 一、香水用香料简介

- (一) 香水用香料的分类及品种
- (二) 国内外主要植物香料品种
- (三) 动物性香水香料简介

#### 二、2008年国际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
- (四) 2009-2012年全球芳香料市场需求预测分析

### 三、2008年中国香精香料行业发展概况分析

- (一) 中国天然香料产量及分布情况
- (二) 中国日化香精市场分析
- (三) 开发日化香精市场的策略
- (四) 云南省天然香料产业发展现状及发展重点
- (五) 广西天然香料生产和发展优势得天独厚

### 四、2008年中国植物性香料提取技术的研究进展分析

- (一) 香料制取技术的发展历史
- (二) 香料主要提取技术
- (三) 植物性天然香料研究进展及技术分析

## 第十一章 2009-2012年中国香水行业发展及投资分析

### 一、2009-2012年中国香水行业发展趋势分析

- (一) 香味趋势
- (二) 消费趋势
- (三) 消费年龄层趋势
- (四) 瓶身设计趋势

### 二、2009-2012年中国香水市场发展的危机与机遇分析

- (一) 香水也有危机
- (二) 香水也要整合
- (三) 香水正在蛰伏
- (四) 综合竞争力成关键
- (五) “男权运动”有潜力
- (六) 香水也要创新

### 三、2009-2012年中国香水行业投资分析

- (一) 中国香水行业投资环境分析
- (二) 中国香水行业投资机会分析
- (三) 中国香水行业投资风险分析

### 图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/3144231442.html>