

2021年中国香氛市场分析报告- 市场运营现状与发展动向预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国香氛市场分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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/537812537812.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

香氛大多是一种类似于香水的液体，但不同于香水的浓烈，香氛的气味更为淡雅，受到追求生活品质人群的大力追捧。香氛通常分为液体香氛、固体香氛（家具香氛）、洗浴香氛三种。具有镇定、安抚、舒缓等作用。

香氛行业上游主要是鲜花种植、甘油、香精等原材料行业，下游为香氛销售渠道，如电商、零售、批发或者直接销售到个人消费者。

香氛行业产业链结构

数据来源：公开资料整理

随着香氛市场接受程度的增加以及人们生活水平的提高，国内香氛销售市场仍将处于持续增长状态。目前，香氛在国内还是一个后起的、规模较小的市场，2019年中国香氛行业市场规模为89.38亿元。

2015-2020年中国香氛行业市场规模 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

对于香氛行业来说，主要的上游为香料香精企业、机械设备企业。对香料香精企业来说，由于行业高度垄断，并且为香氛产品的主要原材料，能够与香氛企业协商到一个比较优势的价格或支付协定，议价能力较强。

对机械设备企业来说，由于供应的设备为定制化的产品，技术优良、品控严格的企业拥有比较大的议价权，但制造业的厂商较多，而香氛企业所要求的设备技术要求有很多企业能够满足，所以制造商需要适当提供一些优惠来达成订单，所以制造商的议价能力适中。

全球香料香精公司竞争格局 数据来源：公开资料整理

二、购买者的议价能力

香氛行业的客户主要为消费者，由于香氛产品的品牌价值比较高，拥有悠久品牌渊源的企业能够获得比较高的溢价，另外拥有特色产品，如特色香味、持久力强等吸引客户特点的产品也能获得较高的溢价，这两类企业对客户的议价能力较强。

目前来看，我国香氛行业的毛利率较高，保持在60%以上。

2013-2020年中国香氛行业平均毛利率走势

数据来源：公开资料整理

三、新进入者的威胁

由于香氛行业上游香料行业呈现高度垄断状况，市场主要掌握在像美国IFF和森馨、瑞士奇华顿和芬美意、德国德之馨、日本高砂和长谷川、法国Mane和Robertet等国际十大香精香料公司手中，市场份额较为集中。而目前的香氛巨头企业都与这些公司达成了战略合作协定，新进入者很难获得优质的原材料，而且香氛行业的品牌价值十分显著，新进入者为了打造品牌需要投入大量的资源，也对进入者形成了一定的壁垒，所以香氛行业潜在进入者的威胁并不大。

2019年经营香氛的企业一共有660家，截止到2020年12月，相比上年增加了147家。

2015-2020年中国香氛行业企业数量 数据来源：公开资料整理

四、替代品的威胁

香氛行业的替代品为香水产品，但两者有一定的区别，主要有：(1)香氛只有一种类型的味道，香水有三种类型的味道；(2)香水香味比香氛浓；(3)香氛维持香味时间较短；(4)香水较正式，香氛较常用。由于香氛在某些情况具有香水没有的优势，所以针对那部分的细分市场，香水的替代作用很小，而且目前家居香氛等在中国掀起了潮流，在这部分领域香水更是很难达到同样的效果，或者成本不经济，所以香氛行业的替代品威胁较小。

五、同业竞争者的竞争程度

从香氛品牌的竞争格局来看，占据全球香氛市场份额的公司主要是科蒂、资生堂、欧莱雅集团、Joy Jean Patou公司、LVMH集团、Davidoff公司、法国拉科斯特(Lacoste)股份有限公司、雅诗兰黛公司等。其中，科蒂公司为市场巨头。香氛行业近几年集中度进程明显加快，核心生产企业日趋稳固，前十大生产企业所占的市场份额不断提升。2012-2020年，全球十大香氛生产企业市场集中度走势逐渐上升。预计随着行业的持续整合，未来行业集中度会进一步提高，前10大企业会占据市场大部分的份额。

国内该领域的创业公司均处于早期阶段，业务模式按产品来划分，可分为家居香氛、香氛洗护、沙龙香品牌、香水订阅、数字香氛等。按客户群来划分，则包括面向C端用户的消费品品牌，以及面向B端用户提供气味解决方案、气味营销方案的服务商。

中国部分香氛品牌布局

品牌

产品

气味图书馆

香水、家居香氛、沙龙香、香氛洗护

RECLASSIFIED调香室

香水、家居香氛、沙龙香、香氛洗护

EXNIHLO析洛

家居香氛、定制香氛

O D HORA 时光馥

沙龙香、文化课、香水定制

ScentPage香气博览

沙龙香售卖、按月订购香水

RENAISSCENT 瑞纳森

智能香氛机、按月订购香氛

COCOVEL 蔻露薇

香氛洗护

JIZHI集致

香氛洗护

气味王国

数字气味技术研发与应用

纷然

整体嗅觉方案服务、家居香氛等数据来源：公开资料整理（TF）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国香氛市场分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国香氛行业发展概述

第一节 香氛行业发展情况概述

一、香氛行业相关定义

二、香氛行业基本情况介绍

三、香氛行业发展特点分析

四、香氛行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、香氛行业需求主体分析

第二节 中国香氛行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、香氛行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国香氛行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国香氛行业生命周期分析

一、香氛行业生命周期理论概述

二、香氛行业所属的生命周期分析

第四节 香氛行业经济指标分析

一、香氛行业的赢利性分析

二、香氛行业的经济周期分析

三、香氛行业附加值的提升空间分析

第五节 中国香氛行业进入壁垒分析

一、香氛行业资金壁垒分析

二、香氛行业技术壁垒分析

三、香氛行业人才壁垒分析

四、香氛行业品牌壁垒分析

五、香氛行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球香氛行业市场发展现状分析

第一节 全球香氛行业发展历程回顾

第二节 全球香氛行业市场区域分布情况

第三节 亚洲香氛行业地区市场分析

一、亚洲香氛行业市场现状分析

二、亚洲香氛行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲香氛行业市场前景分析

第四节 北美香氛行业地区市场分析

一、北美香氛行业市场现状分析

二、北美香氛行业市场规模与市场需求分析

三、北美香氛行业市场前景分析

第五节 欧洲香氛行业地区市场分析

一、欧洲香氛行业市场现状分析

二、欧洲香氛行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲香氛行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界香氛行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球香氛行业市场规模预测

第三章 中国香氛产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品香氛总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国香氛行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国香氛产业社会环境发展分析

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

五、消费观念分析

第四章 中国香氛行业运行情况

第一节 中国香氛行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国香氛行业市场规模分析

第三节 中国香氛行业供应情况分析

第四节 中国香氛行业需求情况分析

第五节 我国香氛行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国香氛行业供需平衡分析

第七节 中国香氛行业发展趋势分析

第五章 中国香氛所属行业运行数据监测

第一节 中国香氛所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国香氛所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国香氛所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国香氛市场格局分析

第一节 中国香氛行业竞争现状分析

一、中国香氛行业竞争情况分析

二、中国香氛行业主要品牌分析

第二节 中国香氛行业集中度分析

一、中国香氛行业市场集中度影响因素分析

二、中国香氛行业市场集中度分析

第三节 中国香氛行业存在的问题

第四节 中国香氛行业解决问题的策略分析

第五节 中国香氛行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国香氛行业需求特点与动态分析

第一节 中国香氛行业消费市场动态情况

第二节 中国香氛行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 香氛行业成本结构分析

第四节 香氛行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国香氛行业价格现状分析

第六节 中国香氛行业平均价格走势预测

一、中国香氛行业价格影响因素

二、中国香氛行业平均价格走势预测

三、中国香氛行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国香氛行业区域市场现状分析

第一节 中国香氛行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区香氛市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区香氛市场规模分析

四、华东地区香氛市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区香氛市场规模分析
- 四、华中地区香氛市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区香氛市场规模分析
- 四、华南地区香氛市场规模预测

第九章 2017-2020年中国香氛行业竞争情况

第一节 中国香氛行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国香氛行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国香氛行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 香氛行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国香氛行业发展前景分析与预测

第一节 中国香氛行业未来发展前景分析

一、香氛行业国内投资环境分析

二、中国香氛行业市场机会分析

三、中国香氛行业投资增速预测

第二节 中国香氛行业未来发展趋势预测

第三节 中国香氛行业市场发展预测

一、中国香氛行业市场规模预测

二、中国香氛行业市场规模增速预测

三、中国香氛行业产值规模预测

四、中国香氛行业产值增速预测

五、中国香氛行业供需情况预测

第四节 中国香氛行业盈利走势预测

一、中国香氛行业毛利润同比增速预测

二、中国香氛行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国香氛行业投资风险与营销分析

第一节 香氛行业投资风险分析

一、香氛行业政策风险分析

二、香氛行业技术风险分析

三、香氛行业竞争风险分析

四、香氛行业其他风险分析

第二节 香氛行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国香氛行业发展战略及规划建议

第一节 中国香氛行业品牌战略分析

一、香氛企业品牌的重要性

二、香氛企业实施品牌战略的意义

三、香氛企业品牌的现状分析

四、香氛企业的品牌战略

五、香氛品牌战略管理的策略

第二节 中国香氛行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国香氛行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 香氛行业竞争力提升策略

一、香氛行业产品差异性策略

二、香氛行业个性化服务策略

三、香氛行业的促销宣传策略

四、香氛行业信息智能化策略

五、香氛行业品牌化建设策略

六、香氛行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国香氛行业发展策略及投资建议

第一节 中国香氛行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国香氛行业营销渠道策略

一、香氛行业渠道选择策略

二、香氛行业营销策略

第三节 中国香氛行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国香氛行业重点投资区域分析

二、中国香氛行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/537812537812.html>