

2011-2015年香水行业竞争格局与投资战略研究咨 询报告

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《2011-2015年香水行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/117867117867.html>

报告价格：电子版: 7800元 纸介版：8300元 电子和纸介版: 8800

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

从全球来看，香水市场是一个价值250亿美元的产业，每年有300多个新品上市。在国外，香水早已介入生活各个方面，从儿童的教育用品，到各种生活用品，都有曼妙香水的气息，在一些国家，如法国，香水甚至和衣食住行一样不可缺少。面对这样一个充满神奇魅力与商业诱惑的市场的的确很难不让人心生爱意。而中国在首饰、服装、皮具、香水等奢侈品上的消费已经达到80亿美元，成为仅次于日本的全球第二大奢侈品消费国。2010年，中国有2.5亿消费者有能力购买奢侈品，消费总额达到2000亿元人民币，香水将对所有人变得越来越有吸引力。金融危机席卷全球，给每一个产业都带来了一次洗礼。香水作为奢侈品市场的主角之一，其价值主要体现在彰显身份和增加生活乐趣，相比其他类别化妆品而言更加缺乏实用性，因而在危机下所受冲击较大。金融危机一方面影响消费者购买力，一方面使各大品牌竞争加剧，导致部分消费下移，品牌竞争分散，市场集中度不断下滑。

香水作为奢侈品，一直以来消费群体较为固定，一部分是经济独立的年轻人，重视以香水来传达自己的个性和气质；另一部分是30-50岁拥有较高的收入可以从容消费的中年人。长期稳定发展的消费环境使得这些群体的品牌需求变化较为稳定，但在金融危机的冲击下，原始格局被打破，市场形成了新消费特点。随着金融危机的蔓延，消费者用于享受型消费的那部分购买力受到严重影响，尤其是购买力有限的年轻人不得不在平时降低消费标准，仅在特定节日才进行高消费，这使香水市场销售开始呈现节日性波动特点。从市场集中度变化上可以看出，在情人节、妇女节、母亲节等适合给女性送礼的节日里，香水市场消费有明显向大品牌集中趋势，即2月、3月、5月香水市场前三名品牌市场综合占有率之和明显高出其他月份5个百分点左右。

香水从原料选择、制作工艺到调香要求严格，价格不菲，奠定了它成为奢侈品的地位。对于大部分消费者来说，香水并非必需品，但需要有一两款用于某种场合以显示身份，或者买来送礼，显得体面又有内涵，消费者对品牌标志很敏感，但这部分人购买频率并不高，因此增加了香水市场的不确定性。而另一部分为数不多的成熟型消费者，使用香水是因为真正了解香水，一般都是某一款或某几款能彰显个性的香水的忠实顾客。在欧美发达国家，香水市场的主导人群是40-70岁的中老年人，这部分人的消费实力强，对于品牌有独到见解。而中国香水的购买者大多很年轻。中国主流消费群中成熟型购买者较少，但正是这部分年轻客群，可以为未来中国香水市场的蓬勃发展提供广泛基础。中国的人口占全世界人口数20%，却只占全球香水市场的1%。正是这样的强烈对比体现了中国香水市场的无限潜力。

本研究咨询报告，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国香料香精化妆品工业协会、中国经济景气监测中心、《中国化妆品》、《化妆品报》、《化妆品行业信息》、《美容时尚报》等国内外相关报刊杂志的基础信息以及香水行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，主要分析了全球香水市场现状、我国香水市场状况、金融风暴对行业的影响、香水包装业的发展趋势

、香水的销售渠道、市场竞争格局、进出口状况、香水领域领先企业以及当前北京、上海、广州等各大城市消费者消费心理。对中国香水行业的投资前景、企业应对策略、行业发展趋势进行了研究预测。报告还对国家香水相关产业政策进行了介绍和政策趋向研判，是香水生产产业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前香水行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 香水行业发展概述

第一节 香水的定义及分类

一、香水的定义

二、香水的分类

第二节 香水产业链分析

一、行业经济特性

二、产业链结构分析

第三节 香水行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球香水市场发展分析

第一节 2010年全球香水市场分析

一、2010年全球香水市场回顾

二、2010年全球香水市场环境

三、2010年全球香水销售分析

四、2010年香料香精市场分析

第二节 2011年全球香水市场分析

一、2011年全球香水需求分析

二、2011年天然香水需求分析

三、2011年男性香水市场分析

四、2011年中外香水市场对比

第三节 主要国家地区香水市场分析

一、2010-2011年美国香水市场分析

二、2010-2011年欧洲香水市场分析

三、2010-2011年日本香水市场分析

四、2010-2011年韩国香水市场分析

五、2010-2011年其他国家香水市场

第三章 我国香水行业发展现状

第一节 我国香水行业发展现状

一、香水行业品牌发展现状

二、香水行业消费市场现状

三、香水市场消费层次分析

四、我国香水市场走向分析

第二节 金融危机对香水市场的影响

一、金融危机带给香水业的机遇

二、金融危机对香水品牌的影响

三、金融危机下香水的发展趋势

第三节 2009-2011年香水业发展情况分析

一、2009年香水行业发展情况分析

二、2010年香水行业发展情况分析

三、2011年香水行业发展特点分析

四、2011年1-8月香水行业发展情况

第四节 2010-2011年香水行业运行分析

一、2010-2011年香水业产销存运行分析

二、2010-2011年香水行业利润情况分析

三、2010-2011年香水行业发展周期分析

四、2011-2015年香水行业发展机遇分析

五、2011-2015年香水行业利润增速预测

第五节 2011年上半年香水市场消费格局

一、2011年上半年顶端品牌消费格局

二、2011年上半年高端品牌消费格局

三、2011年上半年中端品牌消费格局

四、2011年上半年中低端品牌消费格局

五、2011年上半年低端品牌消费格局

第四章 我国香水市场发展研究

第一节 2010年我国香水市场发展研究

一、2010年1季度我国香水市场研究

二、2010年2季度我国香水市场研究

三、2010年3季度我国香水市场研究

四、2010年4季度我国香水市场研究

第二节 2011年我国香水市场情况

- 一、2011年1-8月我国香水产销情况
- 二、2011年1-8月我国香水市场价格情况
- 三、2011年1-8月重点城市香水市场发展情况
- 四、2011年1-8月我国香水市场发展情况
- 第三节 2011年我国香水市场结构和价格走势分析
 - 一、2011年上半年我国香水市场结构和价格走势概述
 - 二、2011年上半年我国香水市场结构分析
 - 三、2011年上半年我国香水市场价格走势分析
- 第四节 2011年我国香水业市场发展特点分析
 - 一、2011年上半年我国香水市场格局特点
 - 二、2011年上半年我国香水产品创新特点
 - 三、2011年上半年我国香水市场服务特点
 - 四、2011年上半年我国香水市场品牌特点
- 第五章 我国香水市场调查分析
 - 第一节 2010年我国香水市场调查分析
 - 一、主要观点
 - 二、市场结构分析
 - 三、价格走势分析
 - 四、厂商分析
 - 第二节 2011年1季度我国香水市场调查分析
 - 一、主要观点
 - 二、整体市场调查
 - 三、产品关注度调查
 - 四、市场价格调查
 - 第三节 2011年上半年中国香水市场调查分析
 - 一、整体市场关注度
 - 二、品牌关注度格局
 - 三、产品关注度调查
 - 四、不同价位关注度
- 第六章 香水行业经济运行分析
 - 第一节 2010-2011年香水产量分析
 - 一、2010年香水产量分析
 - 二、2011年1-8月香水产量分析
 - 第二节 2010-2011年香水行业主要经济指标分析
 - 一、销售收入前十家企业分析

二、2010年香水行业主要经济指标分析

三、2011年1-8月香水行业主要经济指标分析

第三节 2010-2011年我国香水行业绩效分析

一、2010-2011年行业产销情况

二、2010-2011年行业规模情况

三、2010-2011年行业盈利能力

四、2010-2011年行业经营发展能力

五、2010-2011年行业偿债能力分析

第七章 我国香水行业进出口分析

第一节 我国香水进口分析

一、2010年进口总量分析

二、2010年进口结构分析

三、2010年进口区域分析

第二节 我国香水出口分析

一、2010年出口总量分析

二、2010年出口结构分析

三、2010年出口区域分析

第三节 我国香水进出口预测

一、2011年上半年进口分析

二、2011年上半年出口分析

三、2011年香水进口预测

四、2011年香水出口预测

第八章 香水细分市场情况分析

第一节 车用香水市场分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第二节 女士香水市场分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第三节 男士香水市场分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第四节 儿童香水市场分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第九章 香水区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第十章 中国香水行业消费市场分析

第一节 中国香水消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2010-2011年消费者收入水平

三、2011年消费者信心指数分析

第二节 香水行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 香水市场消费需求分析

一、香水市场的消费需求变化

二、香水行业的需求情况分析

三、2011年香水品牌市场消费需求分析

第四节 香水消费市场状况分析

一、香水行业消费特点

二、香水消费者分析

三、香水消费结构分析

四、香水消费的市场变化

五、香水市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 香水行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、香水行业品牌忠诚度调查

六、香水行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第二部分 行业竞争格局

第十一章 香水行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国香水行业竞争格局综述

一、2010年香水行业集中度

二、2010年香水行业竞争程度

三、2010年香水企业与品牌数量

四、2010年香水行业竞争格局分析

第四节 2010-2011年香水行业竞争格局分析

一、2010-2011年国内外香水竞争分析

二、2010-2011年我国香水市场竞争分析

三、2010-2011年我国香水市场集中度分析

四、2011-2015年国内主要香水企业动向

五、2011年国内香水拟在建项目分析

第十二章 香水企业竞争策略分析

第一节 香水市场竞争策略分析

一、2011年香水市场增长潜力分析

二、2011年香水主要潜力品种分析

三、现有香水产品竞争策略分析

四、潜力香水品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 香水企业竞争策略分析

一、金融危机对香水行业竞争格局的影响

二、金融危机后香水行业竞争格局的变化

三、2011-2015年我国香水市场竞争趋势

四、2011-2015年香水行业竞争格局展望

五、2011-2015年香水行业竞争策略分析

六、2011-2015年香水企业竞争策略分析

第十三章 国际香水企业竞争分析

第一节 香奈尔 (Chanel)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 让·古戎

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 兰寇 (Lancome)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 迪奥 (Dior)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 露华浓 (Revlon)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 亚洲发展公司 (ADE)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 雅诗兰黛 (Estee Lauder)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第八节 波士 (Hugo Boss)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第九节 纪梵希 (Gi Vechy)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十四章 国内香水企业竞争分析

第一节 南京巴黎贝丽丝香水有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 浙江倩靓化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 广州市圣伊华精细化工有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 克丽丝汀迪奥 (上海) 香水化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 金玛瑙香水(杭州)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 快美特汽车精品(深圳)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 义乌市美之源化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第八节 中山市薇娜化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第九节 河北中科三合化学有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十节 上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十五章 香水行业发展趋势分析

第一节 我国香水行业前景与机遇分析

一、我国香水行业发展前景

二、我国香水发展机遇分析

三、2011年香水的发展机遇分析

四、金融危机对香水行业的影响分析

第二节 2011-2015年中国香水市场趋势分析

一、2010-2011年香水市场趋势总结

二、2011-2015年香水发展趋势分析

三、2011-2015年香水市场发展空间

四、2011-2015年香水产业政策趋向

五、2011-2015年香水技术革新趋势

六、2011-2015年香水价格走势分析

七、2011-2015年国际环境对行业的影响

第十六章 未来香水行业发展预测

第一节 未来香水需求与消费预测

一、2011-2015年香水产品消费预测

二、2011-2015年香水市场规模预测

三、2011-2015年香水行业总产值预测

四、2011-2015年香水行业销售收入预测

五、2011-2015年香水行业总资产预测

第二节 2011-2015年中国香水行业供需预测

一、2010-2015年中国香水供给预测

二、2011-2015年中国香水产量预测

三、2011-2015年中国香水需求预测

四、2011-2015年中国香水供需平衡预测

五、2011-2015年中国香水产品价格预测

六、2011-2015年主要香水产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十七章 香水行业投资现状分析

第一节 2010年香水行业投资情况分析

一、2010年总体投资及结构

二、2010年投资规模情况

三、2010年投资增速情况

四、2010年分行业投资分析

五、2010年分地区投资分析

六、2010年外商投资情况

第二节 2011年1-8月香水行业投资情况分析

一、2011年1-8月总体投资及结构

二、2011年1-8月投资规模情况

三、2011年1-8月投资增速情况

四、2011年1-8月分行业投资分析

五、2011年1-8月分地区投资分析

六、2011年1-8月外商投资情况

第十八章 香水行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2010-2011年我国宏观经济运行情况

二、2011-2015年我国宏观经济形势分析

三、2011-2015年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2011年香水行业政策环境分析

二、2011年国内宏观政策对其影响

三、2011年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内香水技术现状

二、2011年香水技术发展分析

三、2011-2015年香水技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2011年社会环境发展分析

三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析

第五节 化工行业振兴规划

一、化工行业振兴规划概述

二、化工行业振兴规划细则

三、化工行业振兴规划主要任务

四、化工行业振兴规划主要工程

五、化工行业振兴规划主要措施

六、化工行业振兴规划的意义与作用

七、化工行业振兴规划对香水行业的影响

第十九章 香水行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2011年相关产业活力系数比较

二、2009-2010行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2011年相关产业投资收益率比较

二、2009-2010行业投资收益率分析

第三节 香水行业投资效益分析

一、2010-2011年香水行业投资状况分析

二、2011-2015年香水行业投资效益分析

三、2011-2015年香水行业投资趋势预测

四、2011-2015年香水行业的投资方向

五、2011-2015年香水行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响香水行业发展的主要因素

一、2011-2015年影响香水行业运行的有利因素分析

二、2011-2015年影响香水行业运行的稳定因素分析

三、2011-2015年影响香水行业运行的不利因素分析

四、2011-2015年我国香水行业发展面临的挑战分析

五、2011-2015年我国香水行业发展面临的机遇分析

第五节 香水行业投资风险及控制策略分析

一、2011-2015年香水行业市场风险及控制策略

二、2011-2015年香水行业政策风险及控制策略

三、2011-2015年香水行业经营风险及控制策略

四、2011-2015年香水行业技术风险及控制策略

五、2011-2015年香水行业同业竞争风险及控制策略

六、2011-2015年香水行业其他风险及控制策略

第二十章 香水行业投资战略研究

第一节 香水行业发展战略研究

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

第二节 对我国香水品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、香水实施品牌战略的意义

三、香水企业品牌的现状分析

四、我国香水企业的品牌战略

五、香水品牌战略管理的策略

第三节 香水企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第四节 香水行业投资战略研究

一、2011年化妆品行业投资战略

二、2011年香水行业投资战略

三、2011-2015年香水行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录

图表：香水产业链分析

图表：国际香水市场规模

图表：国际香水生命周期

图表：2003-2010年中国香水行业市场规模

图表：2002-2010年全球香水产业市场规模

图表：2008-2010年香水重要数据指标比较

图表：2003-2010年中国香水行业销售情况分析

图表：2003-2010年中国香水行业利润情况分析

图表：2003-2010年中国香水行业资产情况分析

图表：2009-2010年香水产品进口数量比较

图表：2009-2010年香水进口金额趋势比较

图表：2009-2010年香水进口数量趋势比较

图表：2009-2010年香水出口金额趋势比较

图表：2009-2010年香水出口数量趋势比较

图表：2010年我国前十位出口香水数量省市地区

图表：2010年我国前十位出口香水金额省市地区

图表：2009-2010年中国香水发展能力分析

图表：2009-2010年中国香水竞争力分析

图表：2011-2015年中国香水产能预测

图表：2011-2015年中国香水消费量预测

图表：2011-2015年中国香水市场前景预测

图表：2011-2015年中国香水市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国香水发展前景预测

图表：2010年1-12月香水产量全国合计

图表：2010年1-12月香水产量北京市合计

图表：2010年1-12月香水产量天津市合计

图表：2010年1-12月香水产量河北省合计

图表：2010年1-12月香水产量山西省合计

图表：2010年1-12月香水产量辽宁省合计

图表：2010年1-12月香水产量吉林省合计

图表：2010年1-12月香水产量黑龙江合计

图表：2010年1-12月香水产量上海市合计

图表：2010年1-12月香水产量江苏省合计

图表：2010年1-12月香水产量浙江省合计

图表：2010年1-12月香水产量安徽省合计

图表：2010年1-12月香水产量福建省合计

图表：2010年1-12月香水产量江西省合计

图表：2010年1-12月香水产量山东省合计

图表：2010年1-12月香水产量河南省合计

图表：2010年1-12月香水产量湖北省合计

图表：2010年1-12月香水产量湖南省合计

图表：2010年1-12月香水产量广东省合计

图表：2010年1-12月香水产量广西区合计

图表：2010年1-12月香水产量海南省合计

图表：2010年1-12月香水产量重庆市合计

图表：2010年1-12月香水产量四川省合计

图表：2010年1-12月香水产量贵州省合计

图表：2010年1-12月香水产量云南省合计

图表：2010年1-12月香水产量陕西省合计

图表：2010年1-12月香水产量甘肃省合计

图表：2010年1-12月香水产量新疆区合计

图表：2010年1-12月香水产量内蒙古合计

图表：2011年1-8月香水产量全国合计

图表：2011年1-8月香水产量北京市合计

图表：2011年1-8月香水产量天津市合计

图表：2011年1-8月香水产量河北省合计

图表：2011年1-8月香水产量山西省合计

图表：2011年1-8月香水产量辽宁省合计

图表：2011年1-8月香水产量吉林省合计

图表：2011年1-8月香水产量黑龙江合计

图表：2011年1-8月香水产量上海市合计

图表：2011年1-8月香水产量江苏省合计

图表：2011年1-8月香水产量浙江省合计

图表：2011年1-8月香水产量安徽省合计

图表：2011年1-8月香水产量福建省合计

图表：2011年1-8月香水产量江西省合计

图表：2011年1-8月香水产量山东省合计

图表：2011年1-8月香水产量河南省合计

图表：2011年1-8月香水产量湖北省合计

图表：2011年1-8月香水产量湖南省合计

图表：2011年1-8月香水产量广东省合计

图表：2011年1-8月香水产量广西区合计

图表：2011年1-8月香水产量海南省合计

图表：2011年1-8月香水产量重庆市合计

图表：2011年1-8月香水产量四川省合计

图表：2011年1-8月香水产量贵州省合计

图表：2011年1-8月香水产量云南省合计

图表：2011年1-8月香水产量陕西省合计

图表：2011年1-8月香水产量甘肃省合计

图表：2011年1-8月香水产量新疆区合计

图表：2011年1-8月香水产量内蒙古合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标全国合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标北京市合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标天津市合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标河北省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标山西省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标内蒙古合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标辽宁省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标吉林省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标黑龙江合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标上海市合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标江苏省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标浙江省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标安徽省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标福建省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标江西省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标山东省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标河南省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标湖北省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标湖南省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标广东省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标广西区合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标海南省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标重庆市合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标四川省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标贵州省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标云南省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标陕西省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标甘肃省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标青海省合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标宁夏区合计

图表：2010年1-12月香水行业经济指标新疆区合计

图表：2010年2月香水行业收入前十家企业

图表：2010年5月香水行业收入前十家企业

图表：2010年8月香水行业收入前十家企业

图表：2010年11月香水行业收入前十家企业

图表：2011年1-8月香水行业经济指标全国合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标北京市合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标天津市合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标河北省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标山西省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标内蒙古合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标辽宁省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标吉林省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标黑龙江合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标上海市合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标江苏省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标浙江省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标安徽省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标福建省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标江西省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标山东省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标河南省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标湖北省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标湖南省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标广东省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标广西区合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标海南省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标重庆市合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标四川省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标贵州省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标云南省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标陕西省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标甘肃省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标青海省合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标宁夏区合计

图表：2011年1-8月香水行业经济指标新疆区合计

图表：2010年1-12月香水进口数据

图表：2010年1季度香水进口数据

图表：2010年1月香水进口数据

图表：2010年2月香水进口数据

图表：2010年3月香水进口数据

图表：2010年2季度香水进口数据

图表：2010年4月香水进口数据

图表：2010年5月香水进口数据

图表：2010年6月香水进口数据

图表：2010年3季度香水进口数据

图表：2010年7月香水进口数据

图表：2010年8月香水进口数据

图表：2010年9月香水进口数据

图表：2010年4季度香水进口数据

图表：2010年10月香水进口数据

图表：2010年11月香水进口数据

图表：2010年12月香水进口数据

图表：2010年1-12月香水出口数据

图表：2010年1季度香水出口数据

图表：2010年1月香水出口数据

图表：2010年2月香水出口数据

图表：2010年3月香水出口数据

图表：2010年2季度香水出口数据

图表：2010年4月香水出口数据

图表：2010年5月香水出口数据

图表：2010年6月香水出口数据

图表：2010年3季度香水出口数据

图表：2010年7月香水出口数据

图表：2010年8月香水出口数据

图表：2010年9月香水出口数据

图表：2010年4季度香水出口数据

图表：2010年10月香水出口数据

图表：2010年11月香水出口数据

图表：2010年12月香水出口数据

图表：2011年1-8月香水进口数据

图表：2011年1季度香水进口数据

图表：2011年1月香水进口数据

图表：2011年2月香水进口数据

图表：2011年3月香水进口数据

图表：2011年2季度香水进口数据

图表：2011年4月香水进口数据

图表：2011年5月香水进口数据

图表：2011年1-8月香水出口数据

图表：2011年1季度香水出口数据

图表：2011年1月香水出口数据

图表：2011年2月香水出口数据

图表：2011年3月香水出口数据

图表：2011年2季度香水出口数据

图表：2011年4月香水出口数据

图表：2011年5月香水出口数据

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/117867117867.html>