

# 2013-2017年中国香水产业市场分析及投资趋势研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国香水产业市场分析及投资趋势研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/130059.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: [kf@huaon.com](mailto:kf@huaon.com)

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

当前，我国香水的市场容量达到了100多亿元，并且以每年35%左右的速度快速增长。香水大致分为两种类型，一种是原装，一种是散装。在如今香水选择甚多的市场环境下，顾客更多倾向于尽可能尝试多种香型的产品，正因为如此，一些品质高，小容量的香水很受消费者的欢迎。现在在商场里，虽然我们看到的散装零售香水的品种并没有原装香水的丰富，但基本上能满足顾客的需求，散装香水能够满足女性尝试不同香型的愿望。并且名牌香水太贵，如果卖原装的一大瓶不仅价值不菲，而且很可能因为用过之后不合适，或者用不完，最后白白浪费掉。散装香水一次就买几毫升，不喜欢可即换，不会浪费。名牌香水散装卖与人们的消费心理相呼应，预计在近两年将会迅速发展起来。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国香水产业市场分析及投资趋势研究报告》共十五章。首先介绍了中国香水行业的概念，接着分析了中国香水行业发展环境，然后对中国香水行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国香水行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国香水行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

### 第一章 2012年中国香水行业整体局势发展综述

#### 第一节 中国香水行业发展形势情况

- 一、中国香水行业发展周期
- 二、中国香水行业产业链分析
- 三、中国香水行业发展SWOTW分析

#### 第二节 近几年中国香水行业运行状况研究

- 一、2009-2012年中国香水行业产量统计
- 二、2009-2012年中国香水行业需求量走势
- 三、2009-2012年中国香水行业进出口分析
- 四、2009-2012年中国香水行业整体供需状况

### 第二章 2012-2013年当前经济形势对行业发展环境的影响

#### 第一节 2012-2013年中国香水行业经济环境展望

- 一、2012年中国国民经济分析
- 二、2012年中国固定资产投资情况分析
- 三、2012年中国恩格尔系数分析
- 四、2013-2017年中国宏观经济发展预测

## 第二节 中国香水行业社会环境分析

### 一、居民消费水平分析

### 二、城镇人员从业状况

## 第三节 中国香水行业政策法规解读

### 一、产业振兴规划

### 二、产业发展规划

### 三、行业标准政策

### 四、市场应用政策

### 五、财政税收政策

## 第四节 中国香水行业国际贸易环境研究

## 第五节 当前经济形势对行业发展环境的影响

## 第三章2007-2012年中国香水行业数据情报跟踪监测

### 第一节2007-2012年中国香水行业规模分析

#### 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2012年中国香水行业结构分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、销售收入结构分析

### 第三节2007-2012年中国香水行业产值分析

#### 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2007-2012年中国香水行业成本费用分析

#### 一、销售成本统计

#### 二、费用统计

### 第五节2007-2012年中国香水行业盈利能力分析

#### 一、主要盈利指标分析

#### 二、主要盈利能力指标分析

## 第四章 2012-2017年中国香水行业区域市场需求状况预测

### 第一节2013-2017年华北地区香水市场需求状况

#### 一、2012年行业发展现状分析

#### 二、2012年市场规模情况分析

#### 三、2013-2017年市场需求情况

#### 四、2013-2017年香水行业发展前景预测

## 第二节2013-2017年东北地区香水市场规模研究

- 一、2012年香水行业发展现状
- 二、2012年市场规模情况分析
- 三、2013-2017年市场需求情况
- 四、2013-2017年香水行业发展前景预测

## 第三节2013-2017年华东地区香水行业前景展望

- 一、2012年香水行业发展回顾
- 二、2012年市场规模情况分析
- 三、2013-2017年市场需求情况
- 四、2013-2017年香水行业发展前景预测

## 第四节2013-2017年华南地区香水市场需求预测

- 一、2012年香水行业发展局势分析
- 二、2012年市场规模情况分析
- 三、2013-2017年市场需求格局
- 四、2013-2017年香水行业发展前景预测

## 第五节2013-2017年华中地区香水行业发展潜力分析

- 一、2012年香水行业发展情况
- 二、2012年市场规模研究
- 三、2013-2017年市场需求情况
- 四、2013-2017年香水行业发展前景预测

## 第六节2013-2017年西南地区香水市场规模预测

- 一、2012年香水行业发展形势
- 二、2013-2017年市场规模情况
- 三、2013-2017年市场需求预测
- 四、2013-2017年香水行业发展前景预测

## 第七节2013-2017年西北地区香水行业发展预测

- 一、2012年香水行业发展现状分析
- 二、2012年市场规模情况分析
- 三、2013-2017年香水行业市场需求状况
- 四、2013-2017年香水行业发展前景预测

## 第五章 2010-2012年中国香水行业成本费用统计分析

### 第一节2010-2012年香水行业产品销售成本分析

- 一、2010-2012年香水行业销售成本总额分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析

## 第二节2010-2012年香水行业销售费用分析

- 一、2010-2012年香水行业销售费用总额分析
- 二、不同规模企业销售费用比较分析
- 三、不同所有制企业销售费用比较分析

## 第三节2010-2012年香水行业管理费用分析

- 一、2010-2012年香水行业管理费用总额分析
- 二、不同规模企业管理费用比较分析
- 三、不同所有制企业管理费用比较分析

## 第四节2010-2012年香水行业财务费用分析

- 一、2010-2012年香水行业财务费用总额分析
- 二、不同规模企业财务费用比较分析
- 三、不同所有制企业财务费用比较分析

## 第六章 中国香水产业市场营销策略竞争深度研究

### 第一节 不同规模企业市场营销策略竞争分析

- 一、不同规模企业市场产品策略
- 二、不同规模企业市场渠道策略
- 三、不同规模企业市场价格策略
- 四、不同规模企业广告媒体策略
- 五、不同规模企业客户服务策略

### 第二节 不同所有制企业市场营销策略竞争分析

- 一、不同所有制企业市场产品策略
- 二、不同所有制企业市场渠道策略
- 三、不同所有制企业市场价格策略
- 四、不同所有制企业广告媒体策略
- 五、不同所有制企业客户服务策略

### 第三节 不同规模企业/所有制企业市场营销策略专家观点

## 第七章2012年中国香水行业营销策略和销售渠道考察

### 第一节 中国香水行业目前主要营销渠道分析

### 第二节 中国香水行业重点企业营销策略

### 第三节 中国香水行业产品营销策略建议

- 一、产品功效优先策略
- 二、产品品牌提升策略
- 三、产品价格杠杆策略
- 四、产品媒体组合策略
- 五、产品个性推介策略

## 六、产品层次营销策略

### 第四节 中国香水行业营销渠道变革专家研究

- 一、香水行业营销渠道新理念
- 二、香水行业渠道管理新发展
- 三、当前中国中小企业的外部营销环境
- 四、中小企业营销渠道存在的问题和不足

### 第五节 中国香水行业营销渠道发展趋势点评

- 一、营销渠道结构扁平化
- 二、营销渠道终端个性化
- 三、营销渠道关系互动化
- 四、营销渠道商品多样化

## 第八章2012年中国香水行业需求用户调研结果

### 第一节2012年香水行业用户认知程度分析

- 一、不同收入用户认知程度分析
- 二、不同年龄用户认知程度分析
- 三、不同地区用户认知程度分析
- 四、不同学历用户认知程度分析

### 第二节2012年中国香水行业用户需求特点

- 一、不同收入用户需求特点分析
- 二、不同年龄用户需求特点分析
- 三、不同地区用户需求特点分析
- 四、不同学历用户需求特点分析

### 第三节2012年中国香水行业用户关注因素分析

- 一、功能多样性
- 二、质量可靠性
- 三、价格合理性
- 四、外型美观性
- 五、服务便捷性

### 第四节2012年香水行业其它用户特征分析

## 第九章 2012年中国香水行业整体竞争格局形势剖析

### 第一节 2012年中国香水行业集中度分析

- 一、行业集中度分析
- 二、不同所有制企业市场份额调查
- 三、不同规模企业市场份额调查
- 四、不同类型市场主要企业分析

## 第二节2012年中国区域竞争格局深度剖析

### 一、主要生产区域

### 二、主要消费区域

### 三、主要产销区市场对接分析

## 第三节2012年中国香水行业与替代品行业市场占有率分析

## 第四节2013-2017年中国香水行业市场竞争趋势预测

## 第十章2012年中国香水标杆企业竞争力指标分析（企业可自选）

### 第一节 标杆企业（一）

#### 一、企业发展概况

#### 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 标杆企业（二）

#### 一、企业发展概况

#### 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 标杆企业（三）

#### 一、企业发展概况

#### 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 标杆企业（四）

#### 一、企业发展概况

#### 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 标杆企业（五）

- 一、企业发展概况
- 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

.....

## 第十一章2013-2017年中国香水行业市场盈利预测与投资潜力

### 第一节2013-2017年中国香水行业重点企业投资行为研究

### 第二节2013-2017年中国香水行业市场规模预测

### 第三节2013-2017年中国香水行业盈利水平分析

### 第四节 2013-2017年中国香水投资机会分析

- 一、细分市场机会
- 二、新进入者投资机会
- 三、产业链投资机会

### 第五节 2013-2017年中国香水总体机会专家评价

## 第十二章 2013-2017年中国香水行业前景展望及对策分析

### 第一节2013-2017年中国香水行业发展前景展望

- 一、香水行业市场发展前景分析
- 二、香水行业市场蕴藏的商机探讨
- 三、香水行业“十二五”规划解读

### 第二节2013-2017年中国行业发展对策研究

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、市场重点客户战略实施

## 第十三章2013-2017年中国香水产业未来发展预测及投资风险

### 第一节 当前行业存在的问题解决

### 第二节 中国香水行业发展预测与投资前景

### 第三节 中国香水产业投资风险

- 一、政策风险
- 二、技术风险
- 三、市场风险
- 四、财务风险
- 五、经营管理风险

#### 第四节 当前经济不景气环境下香水企业防范措施及策略

### 第十四章 2013-2017年中国香水行业投资风险策略探讨

#### 第一节 产品定位与定价

#### 第二节 成本控制建议

#### 第三节 技术创新研究

#### 第四节 投资策略解析

#### 第五节 如何应对当前经济形势

### 第十五章 项目投资注意事项(专家点评)

#### 第一节 中国香水行业投资环境考察

##### 一、经济因素

##### 二、政策因素

##### 三、人口因素

##### 四、社会发展因素

#### 第二节 中国香水行业投资风险控制策略

##### 一、行业投资风险控制及策略研究

##### 二、建立健全投资风险预警机制

##### 三、建立完善的质量管理体系（提高产品市场竞争力）

##### 四、建立健全企业内控机制（降低投资风险的可能性）

#### 第三节 香水行业技术应用注意事项

#### 第四节 香水行业项目投资注意事项

##### 一、注意选择好项目实施团队

##### 二、注意对项目的前期分析

##### 三、注意与企业现有产业相衔接

##### 四、注意与所在地区产业相连接

##### 五、注意与现有营销体系相连接

##### 六、注意对项目投资总额的控制

#### 第五节 香水行业生产开发注意事项

##### 一、产品开发与品牌路线相吻合，战线统一

##### 二、开发新产品要差异化，拥有个性

##### 三、注重生产现场管理，精益化生产

#### 第六节 香水行业销售注意事项

#### 图表目录：（部分）

图表：中国香水行业发展周期布局图

图表：2008-2012年中国香水产量变化走势图

图表：2010-2011年中国香水重点省市产量对比图

图表：2012年中国香水产量和2011年同期对比图

图表：2012年中国香水产量前5位省市对比图

图表：2012年中国香水前5位省市产量比例图

图表：2012年中国香水重点省市产量及增长率统计表 单位：吨

图表：2012年中国香水产量增长率排名前5位省市对比图 单位：吨

图表：2012年中国香水主要省份产量比重统计表

图表：2012年中国香水市场集中度和2011年同期对比图

图表：2009-2012年中国香水需求量走势图

图表：2009-2012年中国香水整体供需走势图

图表：2005-2012年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2012年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2012年中国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2012年中国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2005-2012年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2012年中国香水进出口总额走势图

图表：2005-2012年中国香水进口总额和出口总额走势图

图表：2006-2012年中国香水进口数量统计图

图表：2006-2012年中国香水进口金额统计图

图表：2006-2012年中国香水出口数量统计图

图表：2006-2012年中国香水出口金额统计图

图表：2006-2012年中国香水进出口平均单价统计图

图表：2006-2012年中国香水进口国家及地区统计图

图表：2006-2012年中国香水出口国家及地区统计图

图表：2007-2012年中国香水企业数量增长趋势图

图表：2007-2012年中国香水亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2012年中国香水从业人数增长趋势图

图表：2007-2012年中国香水资产规模增长趋势图

图表：2012年中国香水不同类型企业数量分布图

图表：2012年中国香水不同所有制企业数量分布图

图表：2012年中国香水不同类型企业销售收入分布图

图表：2012年中国香水不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2012年中国香水产成品增长趋势图

图表：2007-2012年中国香水工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2012年中国香水出口交货值增长趋势图

图表：2007-2012年中国香水行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2012年中国香水费用使用统计图

图表：2007-2012年中国香水主要盈利指标统计图

图表：2007-2012年中国香水主要盈利指标增长趋势图

图表：部分企业主要经济指标走势图

图表：部分企业经营收入走势图

图表：部分企业盈利指标走势图

图表：部分企业负债情况图

图表：部分企业负债指标走势图

图表：部分企业运营能力指标走势图

图表：部分企业成长能力指标走势图

图表：2013-2017年中国香水产品供给预测趋势图表

图表：2013-2017年中国香水产品需求预测趋势图表

图表：2013-2017年中国香水产品竞争格局预测走势图

图表：2013-2017年中国香水资产利润率走势预测图表

图表：2013-2017年中国香水销售利润率走势预测图表

图表：2013-2017年中国香水成本费用利润率走势预测图

图表：2013-2017年中国香水产品未来行业盈利状况预测表

图表：2013-2017年中国香水产品市场供给预测数据

图表：2013-2017年中国香水产品市场需求状况预测图

图表：2013-2017年中国香水产品价格走势预测图

图表：2013-2017年中国香水产品未来行业发展趋势预测表

图表：略.....

更多图表见报告正文

通过《2013-2017年中国香水产业市场分析及投资趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/130059.html>