

2021-2026年中国花露水行业市场供需格局及投资 规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国花露水行业市场供需格局及投资规划建设报告》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/channel/cosmetics/702095.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

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

花露水是一种用于沐浴后祛除一些汗臭,以及在公共场所解除一些秽气的夏季卫生用品。另外,花露水具有一定消毒杀菌作用,涂在蚊叮、虫咬之处有止痒消肿的功效;涂抹在患痱子的皮肤上,亦能止痒而有凉爽舒适之感。要求香气易于发散,并且有一定持久留香的能力。花露水以乙醇、香精、蒸馏水为主体,辅以少量螯合剂、抗氧剂和耐晒的水溶性颜料,颜色以淡湖兰、绿、黄为宜。香精用量一般在2%~5%之间,酒精浓度为70%~75%。习惯上香精以清香的薰衣草油为主体,有的产品采用东方香水香型(如玫瑰麝香型),以加强保香能力,称为花露香水。

由于花露水具有遮盖气味、杀菌、消毒、去污、赋香等方面的作用,近年来受到越来越多的人喜爱,是人们夏季驱蚊、止痒、杀菌、祛体臭的卫生用品,而花露水市场规模从2015-2020年不断增长,截至2020年我国花露水行业市场规模达到26亿元,2015-2020年CAGR为6.32%。

2015-2020年我国花露水行业市场规模及增速

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。

报告目录:

第一章 2020年世界花露水市场运行状况分析

第一节 2020年世界花露水行业概况

一、世界花露水运行特点

二、世界花露水生产工艺

三、世界花露水市场生产与消费

第二节 2020年世界主要国家花露水行业发展情况分析

一、美国

二、韩国

三、法国

第三节 2021-2026年世界花露水行业发展趋势分析

第二章 2020年中国花露水行业发展环境分析

第一节 2020年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2020年中国花露水行业相关行业政策分析

一、日化产品行业政策分析

二、香水、花露水行业标准

三、进出口政策分析

第三节 2020年中国花露水行业发展社会环境分析

第三章 2016-2020年中国花露水制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2016-2020年中国花露水制造所属行业规模分析

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 2020年中国花露水制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2016-2020年中国花露水制造所属行业产值分析

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 2016-2020年中国花露水制造所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2016-2020年中国花露水制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第四章 2020年中国花露水行业市场运行态势分析

第一节 2020年中国花露水市场运行现状综述

一、中国花露水市场消费特点分析

二、中国花露水市场供给情况

三、中国花露水市场动态分析

第二节 2020年中国花露水市场销售状况分析

- 一、我国花露水市场总体容量
- 二、我国花露水市场零售情况
- 三、地区销售情况
- 四、我国花露水地区品牌渗透情况

第三节 2020年中国花露水市场价格分析

- 一、品牌价格同比
- 二、影响价格的因素

第四节 2020年中国花露水市场面临的壁垒分析

- 一、中国消费观念成为市场的瓶颈
- 二、中国香水制造和销售中存在的问题

第五章 2016-2020年中国花露水所属行业进出口数据监测分析

第一节 2016-2020年中国花露水所属行业进口数据分析

- 一、进口数量分析
- 二、进口金额分析

第二节 2016-2020年中国花露水所属行业出口数据分析

- 一、出口数量分析
- 二、出口金额分析

第三节 2016-2020年中国花露水所属行业进出口平均单价分析

第四节 2016-2020年中国花露水所属行业进出口国家及地区分析

- 一、进口国家及地区分析
- 二、出口国家及地区分析

第六章 2020年中国花露水市场消费调研

第一节 2020年中国花露水消费市场调查分析

- 一、受访者性别
- 二、受访者年龄
- 三、受访者收入情况
- 四、受访者对花露水使用习惯占比

第二节 2020年中国花露水市场消费行业分析

- 一、消费者对花露水品牌忠诚度分析
- 二、消费者对花露水功效关注情况
- 三、消费者对花露水香型偏好
- 四、消费者购买花露水应用情况
- 五、消费者对花露水价格接受程度调查
- 四、消费者购买花露水各渠道占比

第七章 2020年中国花露水市场竞争新格局透析

第一节 2020年中国花露水市场竞争现状

一、花露水上演围击战

二、花露水品牌竞争

我国个人护理子行业众多，市场集中程度较低。细分市场花露水产品类相对集中，上海家化一家独大，市占率高达61%，旗下拥有国内知名品牌六神花露水，隆力奇与朝云集团花露水是战略分别为6%与2%，其他品牌占比31%。

我国花露水企业市场份额占比情况（单位：%）

三、花露水价格竞争分析

第二节 2020年中国花露水产业集中度分析

一、花露水市场集中度分析

二、花露水区域集中度分析

第三节 2021-2026年中国花露水竞争趋势分析

第八章 中国花露水知名品牌企业竞争力性财务指标分析

第一节 上海家化（六神）

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 美晨集团股份有限公司（美晨）

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 江苏隆力奇集团有限公司（隆力奇）

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 成都丽雅嘉化妆品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 义乌市梦丽化妆品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 上海沪博日用化学品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第九章 2020年中国花露水主要原料供应情况分析

第一节 香料——花露油

- 一、花露水用香料特点
- 二、动、植物香料应用情况
- 三、中国天然香料产量及分布情况
- 四、中国日化香精市场分析
- 五、植物性香料提取技术的研究进展
- 六、香料提取技术发展现状及开发方向

第二节 酒精

- 一、花露水用酒精应用情况
- 二、酒精制造业经济运行指标分析
- 三、2016-2020年全国及主要省份发酵酒精产量分析
- 四、2016-2020年中国酒精进出口数据分析

第十章 2020年中国花露水相关产品市场运行透析

第一节 2020年中国香水市场发展现状分析

- 一、中国香水等奢侈品消费现状分析
- 二、国产香水市场改革模式分析
- 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

第二节 2020年中国香水细分市场运行分析

- 一、车用香水
- 二、男士香水
- 三、儿童香水
- 四、女士香水

第十一章 2021-2026年中国花露水行业发展前景预测分析

第一节 2021-2026年中国花露水业前景展望

- 一、花露水制造业前景预测
- 二、花露水资源配置的前景

第二节 2021-2026年中国花露水市场预测分析

- 一、中国花露水市场供需预测分析
- 二、中国花露水进出口贸易预测分析

第三节 2021-2026年中国花露水市场盈利预测分析

第十二章 2021-2026年中国花露水行业投资机会与风险分析

第一节 2021-2026年中国花露水市场投资环境分析

一、资源环境分析

二、市场竞争分析

三、税收政策分析

第二节 2021-2026年中国花露水市场投资机会

一、花露水市场潜力分析

二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2021-2026年中国花露水市场投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第十三章 2021-2026年中国花露水行业投资策略分析

第一节 2021-2026年中国花露水行业产品定位策略

一、市场细分策略（AK LZX）

二、目标市场的选择

第二节 2021-2026年中国花露水行业产品开发策略

一、追求产品质量

二、促进产品多元化发展

第三节 2021-2026年中国花露水行业渠道销售策略

一、销售模式分类

二、市场投资建议

第四节 2021-2026年中国花露水行业品牌经营策略

一、不同品牌经营模式

二、如何切入开拓品牌

第五节 2021-2026年中国花露水行业服务策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/cosmetics/702095.html>