

2025-2030年中国香水行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

- 第1章：香水行业概念界定及发展环境剖析
 - 1.1 香水行业的概念界定及统计口径说明
 - 1.1.1 概念界定
 - 1.1.2 产品功效
 - 1.1.3 产品分类
 - (1) 按照香气特征分类
 - (2) 按照香精浓度分类
 - 1.1.4 所属的国民经济分类
 - 1.1.5 本报告的研究方法及数据来源说明
 - 1.2 香水行业政策环境分析
 - 1.2.1 行业监管体系及机构介绍
 - 1.2.2 行业规范标准
 - 1.2.3 行业发展相关政策汇总及重点政策解读
 - 1.2.4 政策环境对香水行业发展的影响分析
 - 1.3 香水行业经济环境分析
 - 1.3.1 宏观经济现状
 - (1) 国内生产总值分析
 - (2) 工业发展情况分析
 - 1.3.2 宏观经济展望
 - (1) 疫情发生前预测
 - (2) 疫情发生后预测
 - 1.3.3 行业发展与宏观经济发展相关性分析
 - 1.4 香水行业社会环境分析
 - 1.4.1 中国人口环境
 - (1) 人口规模
 - (2) 人口结构
 - 1.4.2 中国居民收入与支出水平
 - (1) 居民收入情况
 - (2) 居民消费情况
 - 1.4.3 中国居民消费结构
 - 1.4.4 社会环境变化趋势及其对香水行业发展的影响分析
 - 1.5 香水行业技术环境分析
 - 1.5.1 香水行业核心技术发展现状
 - 1.5.2 相关专利的申请及授权情况
 - (1) 专利申请
 - (2) 热门申请人
 - (3) 热门技术领域
 - 1.5.3 技术发展趋势
 - (1) 生物技术应用与香精香料生产
 - (2) 香精香料技术创新发展
 - (3) 采用绿色化学和环保工业是发展方向
 - 1.5.4 技术环境对行业发展的影响分析
 - 1.6 香水行业发展机遇与挑战
- 第2章：全球香水行业发展现状及趋势前景分析
 - 2.1 全球香水行业发展现状分析
 - 2.1.1 全球香水行业发展历程
 - 2.1.2 全球香水行业市场规模
 - 2.1.3 全球香水行业区域发展格局
 - 2.1.4 全球香水行业企业竞争格局
 - 2.1.5 全球香水行业技术发展进展
 - 2.2 全球香水领先企业案例分析

- 2.2.1 CHANEL 香奈儿
 - (1) 品牌发展简介
 - (2) 主要产品介绍
 - (3) 品牌全球市场销售额分析
 - (4) 品牌全球区域市场发展分析
 - (5) 品牌在中国的发展分析
 - (6) 营销战略分析
- 2.2.2 法国欧莱雅集团
 - (1) 品牌发展简介
 - (2) 主要产品介绍
 - (3) 品牌全球市场销售额分析
 - (4) 品牌全球区域市场发展分析
 - (5) 品牌在中国的发展分析
 - (6) 营销战略分析
- 2.2.3 LVMH集团
 - (1) 品牌发展简介
 - (2) 主要产品介绍
 - (3) 品牌全球市场销售额分析
 - (4) 品牌全球区域市场发展分析
 - (5) 品牌在中国的发展分析
 - (6) 营销战略分析
- 2.2.4 宝洁公司
 - (1) 品牌发展简介
 - (2) 主要产品介绍
 - (3) 品牌全球市场销售额分析
 - (4) 品牌全球区域市场发展分析
 - (5) 品牌在中国的发展分析
 - (6) 营销战略分析
- 2.2.5 科蒂集团
 - (1) 品牌发展简介
 - (2) 主要产品介绍
 - (3) 品牌全球市场销售额分析
 - (4) 品牌全球区域市场发展分析
 - (5) 品牌在中国的发展分析
 - (6) 营销战略分析

2.3 全球香水行业发展趋势及前景预测

- 2.3.1 全球香水行业发展趋势
- 2.3.2 全球香水市场前景预测
- 2.3.3 全球香水市场发展对中国的经验启示

第3章：中国香水行业发展现状与市场需求分析

3.1 中国香水行业发展概述

- 3.1.1 行业发展历程分析
- 3.1.2 行业发展的特点
 - (1) 外资品牌处于领头羊地位
 - (2) 层次鲜明
 - (3) 本土品牌缺乏影响力

3.2 中国香水行业市场供给分析

- 3.2.1 企业数量
- 3.2.2 可供选择产品种类

3.3 中国香水行业市场需求分析

- 3.3.1 香水产品销量分析
- 3.3.2 香水品牌销售分析
- 3.3.3 行业市场规模分析

3.4 中国香水进出口情况分析

- 3.4.1 香水行业进出口总体态势
- 3.4.2 香水行业进口分析
- 3.4.3 香水行业出口分析
- 3.4.4 香水行业进出口前景及建议
 - (1) 香水行业进口前景及建议

(2) 香水行业出口前景及建议

3.5 中国香水行业发展痛点分析

第4章：香水行业竞争状态及竞争格局分析

4.1 香水行业投资、兼并与重组分析

4.1.1 行业投融资现状

4.1.2 行业兼并与重组

4.2 香水行业波特五力模型分析

4.2.1 现有竞争者之间的竞争

4.2.2 关键要素的供应商议价能力分析

4.2.3 消费者议价能力分析

4.2.4 行业潜在进入者分析

4.2.5 替代品风险分析

4.2.6 竞争情况总结

4.3 中国香水市场竞争格局

4.3.1 细分产品市场

4.3.2 企业/品牌

第5章：香水行业产业链全景解析

5.1 香水行业产业链全景图

5.1.1 香水行业产业链全景解析

(1) 产业链模型原理介绍

(2) 香水行业产业链分析

5.1.2 香水行业成本结构分析

5.2 香精香料行业

5.2.1 香精香料行业发展现状分析

5.2.2 香精香料行业市场竞争分析

5.2.3 香精香料行业发展前景分析

5.2.4 香精香料行业发展对香水行业的影响分析

5.3 包装行业

5.3.1 香水包装行业发展现状及趋势分析

5.3.2 香水行业包装需求特点分析

5.3.3 香水行业包装市场供给与需求分析

5.3.4 香水行业包装市场需求分析

(1) 女性香水包装需求特征分析

(2) 男性香水包装需求特征分析

第6章：香水行业细分产品市场分析

6.1 香水细分产品类型概述

6.2 常用分类的细分产品市场发展分析

6.2.1 女士香水需求分析

(1) 消费群体分析

(2) 产品分析

(3) 价格分析

(4) 需求前景分析

6.2.2 男士香水需求分析

(1) 需求分析

(2) 产品分析

(3) 价格分析

(4) 需求前景分析

6.2.3 汽车香水需求分析

(1) 发展现状分析

(2) 价格分析

(3) 发展瓶颈分析

(4) 需求前景分析

第7章：香水行业销售渠道发展现状及趋势分析

7.1 香水行业传统渠道发展现状分析

7.1.1 传统销售渠道概述

7.1.2 商场专柜渠道分析

(1) 渠道概况

(2) 进入壁垒

(3) 成本构成

- (4) 收益分析
- 7.1.3 超市卖场渠道分析
 - (1) 渠道概况
 - (2) 进入壁垒
 - (3) 成本构成
 - (4) 收益分析
- 7.1.4 专营店渠道分析
 - (1) 渠道概况
 - (2) 运营策略
 - (3) 进入壁垒
 - (4) 成本构成
 - (5) 收益分析
- 7.1.5 加盟专卖渠道分析
 - (1) 渠道概况
 - (2) 运营策略
 - (3) 成本构成
 - (4) 收益分析
- 7.1.6 美容院零售渠道分析
 - (1) 渠道概况
 - (2) 进入壁垒
 - (3) 成本构成
- 7.2 香水行业电子商务渠道分析
 - 7.2.1 渠道销售规模
 - 7.2.2 渠道特性分析
 - 7.2.3 渠道优劣势分析
 - (1) 三方平台
 - (2) 自有平台
- 7.3 香水行业的渠道发展趋势
 - 7.3.1 渠道下沉已成趋势
 - 7.3.2 网络渠道着重发力
 - 7.3.3 线下渠道场景化
- 第8章：香水行业领先企业案例分析**
 - 8.1 香水行业竞争概况
 - 8.2 香水行业领先企业案例分析
 - 8.2.1 上海家化联合股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业业务结构及销售网络
 - (4) 企业香水业务布局
 - (5) 企业最新发展动态
 - (6) 企业发展香水业务的优劣势分析
 - 8.2.2 柳州两面针股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业业务结构及销售网络
 - (4) 企业香水业务布局
 - (5) 企业最新发展动态
 - (6) 企业发展香水业务的优劣势分析
 - 8.2.3 上海乐宝日化股份有限公司
 - (1) 企业发展历程及基本信息
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业业务结构及销售网络
 - (4) 企业发展香水业务的优劣势分析
 - 8.2.4 华宝国际控股有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业业务结构及销售网络
 - (4) 企业香水业务布局
 - (5) 企业发展香水业务的优劣势分析

- 8.2.5 南京巴黎贝丽丝香水有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业香水业务布局
 - (4) 企业发展香水业务的优劣势分析
- 8.2.6 浙江美之源化妆品有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业香水业务布局
 - (4) 企业最新发展动态
 - (5) 企业发展香水业务的优劣势分析
- 8.2.7 广州市天盈化妆品有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业业务结构及销售网络
 - (4) 企业香水业务布局
 - (5) 企业发展香水业务的优劣势分析
- 8.2.8 厦门费洛蒙香水有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业香水业务布局
 - (4) 企业发展香水业务的优劣势分析
- 8.2.9 广州卓芬化妆品有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业业务结构及销售网络
 - (4) 企业香水业务布局
 - (5) 企业发展香水业务的优劣势分析
- 8.2.10 雅芳(中国)有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业业务结构及销售网络
 - (3) 企业最新发展动态
 - (4) 企业发展香水业务的优劣势分析

第9章：中国香水行业发展前景预测与投资机会分析

9.1 中国香水行业发展前景预测

- 9.1.1 行业生命周期分析
- 9.1.2 行业发展因素分析
 - (1) 驱动因素
 - (2) 阻碍因素
- 9.1.3 中国香水市场前景预测
- 9.1.4 行业发展趋势预测
 - (1) 行业整体趋势预测
 - (2) 产品发展趋势预测
 - (3) 消费群体趋势预测
 - (4) 营销渠道趋势预测

9.2 中国香水行业投资特性分析

- 9.2.1 行业进入壁垒分析
 - (1) 技术壁垒
 - (2) 渠道壁垒
 - (3) 品牌壁垒
 - (4) 资金壁垒
- 9.2.2 行业投资风险预警
 - (1) 行业政策波动风险
 - (2) 行业技术落后风险
 - (3) 行业宏观经济波动风险

9.3 中国香水行业投资价值与投资机会

- 9.3.1 行业投资价值分析
- 9.3.2 行业投资机会分析
 - (1) 95后将带动行业消费增长

(2) 中国的高消费时代到来

(3) 互联网发展开拓市场

9.4 中国香水行业行业发展策略与可持续发展建议

9.4.1 行业发展策略分析

9.4.2 行业可持续发展建议

(1) 强化本土品牌的本土特色

(2) 注重跟踪研发和合作研发策略

(3) 从趋势性技术寻找市场机会

图表目录

图表1: 按照香气特征分类
图表2: 按照香气浓度分类
图表3: 报告的研究方法及数据来源说明
图表4: 香水行业标准
图表5: 截至2024年香水行业发展政策汇总
图表6: 2014-2024年中国GDP增长走势图 (单位: 万亿元, %)
图表7: 2017-2024年中国工业增加值及增长率走势图 (单位: 万亿元, %)
图表8: 2024年中国主要宏观经济指标增长率预测 (单位: %)
图表9: 2020-2024年全球GDP预测同比 (%)
图表10: 2014-2024年中国人口数量增长趋势图 (单位: 亿人)
图表11: 2024年末中国大陆人口数及其构成 (单位: 万人, %)
图表12: 2016-2024年中国城乡居民收入水平 (单位: 万元)
图表13: 2017-2024年中国居民人均消费支出 (单位: 元)
图表14: 2024年中国居民人均消费支出结构 (单位: %)
图表15: 2019-2024年中国香水行业专利申请情况 (单位: 项)
图表16: 截止到2020年10月中国香水行业专利申请人Top10 (单位: 项, %)
图表17: 截止到2020年10月中国香水行业相关专利分布领域TOP10 (单位: 项, %)
图表18: 中国香水行业发展机遇与挑战分析
图表19: 全球香水行业发展历程
图表20: 2020-2024年全球香水市场规模 (单位: 亿美元)
图表21: 2024年全球香水行业区域发展格局 (单位: %)
图表22: 全球香水主要竞争公司
图表23: 2020情人节香水品牌TOP10
图表24: 法国香奈儿品牌基本信息表
图表25: 香奈儿香水的产品系列
图表26: 2020-2024年香奈儿销售额增长情况 (单位: 亿美元, %)
图表27: 2024年香奈儿区域销售情况 (单位: 亿美元, %)
图表28: 法国欧莱雅集团基本信息表
图表29: 欧莱雅旗下品牌
图表30: 2024年欧莱雅集团按产品类型划分销售额情况 (单位: %)
图表31: 2024年欧莱雅集团各区域销售占比 (单位: %)
图表32: 欧莱雅品牌金字塔结构图
图表33: 欧莱雅集团旗下主要品牌价格 (单位: 元)
图表34: LV集团旗下的香水和化妆品品牌
图表35: 2020-2024年LVMH集团全球市场销售额和年增长率 (单位: 百万欧元, %)
图表36: 2024年LVMH集团全球各部门销售占比 (单位: 亿欧元, %)
图表37: 2024年LVMH集团全球各地区销售占比 (单位: %)
图表38: 美国宝洁集团简况
图表39: 宝洁公司旗下品牌
图表40: 2019-2024年财年宝洁集团营业收入变化情况 (单位: 亿美元, %)
图表41: 2019-2024年财年宝洁集团净利润变化情况 (单位: 亿美元, %)
图表42: 2024年财年宝洁集团销售收入部门构成情况 (单位: %)
图表43: 2024年财年宝洁集团销售收入区域构成情况 (单位: %)
图表44: 2020-2024年美国宝洁公司在华业绩及增长情况 (单位: 亿美元)
图表45: 科蒂集团的香水品牌系列

- 图表46: 2020-2024年财年科蒂集团品牌全球市场销售额和年增长率(单位:亿美元,%)
- 图表47: 截至2024年科蒂集团品牌区域市场销售份额占比(单位:亿美元,%)
- 图表48: 2025-2030年全球香水市场规模(单位:亿美元)
- 图表49: 中国香水行业发展历程
- 图表50: 2020-2024年中国香水行业存续企业数量情况(单位:家)
- 图表51: 中国国产十大香水产品
- 图表52: 2024年与2020年1月淘宝天猫美妆类产品销量(单位:万件)
- 图表53: 2024年阿里平台香水产品TOP10产品销售分析(单位:件,元)
- 图表54: 2020-2024年中国香水市场规模走势(单位:亿元)
- 图表55: 2020-2024年中国香水行业进出口总额走势图(单位:亿美元)
- 图表56: 2020-2024年中国香水行业进口走势图(单位:亿美元)
- 图表57: 2024年中国香水行业进口来源国或地区分布图(单位:亿美元,%)
- 图表58: 2020-2024年中国香水行业出口走势图(单位:亿美元)
- 图表59: 2024年中国香水行业出口分国别或地区图(单位:亿美元,%)
- 图表60: 2020-2024年香水行业中小品牌主要融资事件汇总(单位:万元,万美元)
- 图表61: 2012-2024年香水行业主要兼并收购案例
- 图表62: 香水行业现有企业的竞争分析表
- 图表63: 中国香水行业对上游行业的议价能力分析列表
- 图表64: 香水行业对下游议价能力分析表
- 图表65: 中国香水行业潜在进入者威胁分析列表
- 图表66: 中国香水行业替代业务威胁分析列表
- 图表67: 中国香水行业五力竞争综合分析
- 图表68: 2024年阿里平台香水市场TOP20品牌(单位:%)
- 图表69: 2019双11彩妆香水品牌预售排行榜
- 图表70: 2019双11彩妆香水品牌销售排行榜
- 图表71: 香水行业的产业链图
- 图表72: 一瓶迪奥花漾甜心香水的价格组成(单位:%)
- 图表73: 中国香精香料行业五力模型总体分析
- 图表74: 香水包装行业发展趋势
- 图表75: 香奈儿香水包装设计分析
- 图表76: 2020-2024年中国包装行业企业数量情况(单位:家)
- 图表77: 香水行业产品分类表
- 图表78: 不同年龄的女性使用香水的情况(单位:%)
- 图表79: 不同收入的女性使用香水的情况(单位:%)
- 图表80: 2024年六大最具口碑女士香水品牌
- 图表81: 2024年女性香水消费品牌榜TOP10
- 图表82: 2024年女性香水消费TOP10品牌的国家分布(单位:%)
- 图表83: 截至2024年按品牌女士香水京东销量TOP10(单位:元)
- 图表84: 截至2024年男士香水TOP10(单位:票)
- 图表85: 截至2024年按品牌男士香水京东销量TOP10(单位:元)
- 图表86: 2015-2024年全国汽车保有量增长情况(单位:亿辆,%)
- 图表87: 2020-2024年车用香水价格指数情况(单位:点)
- 图表88: 2015-2024年中国化妆品行业终端渠道情况(单位:%)
- 图表89: 商场专柜渠道概况
- 图表90: 化妆品商场专柜进入壁垒
- 图表91: 化妆品商场专柜发展优劣势分析
- 图表92: 超市卖场渠道概况
- 图表93: 专营店渠道概况
- 图表94: 中国化妆品专营店经营特点列表
- 图表95: 化妆品专营店运营管理重点
- 图表96: 化妆品专营店推广分析
- 图表97: 化妆品专营店利润下降因素分析
- 图表98: 化妆品专营店收益分析(单位:%)
- 图表99: 化妆品专营店营运对比(单位:万元/天,平方米,人)
- 图表100: 化妆品专营店核心盈利点对比情况
- 图表101: 化妆品专营店品类价值分析
- 图表102: 加盟专卖渠道概况
- 图表103: 美容院渠道概况
- 图表104: 化妆品美容院渠道成本构成

- 图表105: 化妆品美容院渠道价值链 (单位: %)
- 图表106: 2020-2024年中国化妆品行业电商渠道销售规模情况 (单位: 亿元, %)
- 图表107: 香水行业电子商务渠道——第三方平台优劣势分析
- 图表108: 香水行业电子商务渠道——自有平台优劣势分析
- 图表109: 上海家化联合股份有限公司基本信息表
- 图表110: 截至2024年上海家化联合股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系方框图 (单位: %)
- 图表111: 2019-2024年上海家化联合股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 亿元)
- 图表112: 2019-2024年上海家化联合股份有限公司盈利能力分析 (单位: %)
- 图表113: 2019-2024年上海家化联合股份有限公司运营能力分析 (单位: 次)
- 图表114: 2019-2024年上海家化联合股份有限公司偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表115: 2019-2024年上海家化联合股份有限公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表116: 2024年上海家化联合股份有限公司营业收入行业构成 (单位: %)
- 图表117: 上海家化联合股份有限公司销售渠道
- 图表118: 2024年上海家化联合股份有限公司分区域营业收入 (单位: %)
- 图表119: 上海家化联合股份有限公司发展香水业务的优劣势分析
- 图表120: 柳州两面针股份有限公司基本信息表
- 图表121: 2019-2024年柳州两面针股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 亿元)
- 略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!