

中国香水行业现状动态分析与未来发展潜力报告2022-2027年

产品名称	中国香水行业现状动态分析与未来发展潜力报告 2022-2027年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

产品详情

中国香水行业现状动态分析与未来发展潜力报告2022-2027年.....【报告编号】

333917【出版日期】 2022年1月【出版机构】 中研华泰研究院【交付方式】

EMIL电子版或特快专递【报告价格】 纸质版:6500元 电子版:6800元

纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章 香水概述1.1 香水的相关介绍1.1.1

香水的概念和起源1.1.2 香水的分类1.1.3 香水的派别及特征1.1.4 香水的味阶1.1.5 香水的颜色1.2

香水用香料概述1.2.1 制造香料的花香分类1.2.2 主要植物性香水原料1.2.3 主要动物性香水原料1.2.4

中国天然香料品种及分布1.3 香水制造的相关概念及工艺1.3.1 调香的含义1.3.2 香水制造工艺流程第二章

2017-2021年世界香水产业发展态势分析2.1 2017-2021年国际香水的历史及品牌概述2.1.1

世界香水的产生和发展历史2.1.2 世界香水品牌及其风格简况2.1.3 世界香水的命名方式介绍2.2

2017-2021年世界香水市场发展动态分析2.2.1 世界化妆品市场规模2.2.2 世界香水市场规模分析2.2.3

世界香水行业潮流浅析2.3 世界分地区和国家香水市场发展状况分析2.3.1 美国香水市场的发展浅析2.3.2

法国香水市场的发展浅析2.3.3 印度香水市场的发展浅析2.4 2017-2021年世界香水产品开发动态2.4.1

Gucci推出新款香水2.4.2 香奈儿推嘉柏丽尔香水新品2.4.3 lzia伊莎香水瑰丽上市2.5

2017-2021年世界香水包装发展概述2.5.1 现代香水瓶的材质2.5.2 现代香水瓶的造型与设计2.5.3

香水瓶的“性别”之分2.5.4 现代香水瓶造型的设计思维分析2.5.5 法国香水包装设计的特点分析2.5.6

特色香水包装是抢占消费者关键第三章 2017-2021年中国香水行业市场发展环境分析3.1

2021年中国宏观经济环境分析3.2 2017-2021年中国香水行业政策环境分析3.2.1 化妆品卫生规范3.2.2

化妆品评审和命名政策3.2.3 《化妆品安全技术规范》3.2.4 香料香精产品生产许可证实施细则3.3

中国香水行业社会环境分析3.3.1 中国人口及分布总体状况分析3.3.2 中国女性人口及年龄分布3.3.3

中国核心化妆品消费人群快速增长3.4 2017-2021年中国化妆品行业发展分析3.4.1

中国化妆品市场规模增长3.4.2 中国化妆品行业发展特征3.4.3 中国化妆品市场未来增长动力3.4.4

2021年中国化妆品行业发展概况第四章 2017-2021年中国香水市场分析4.1

2017-2021年中国香水市场运行分析4.1.1 中国香水市场规模4.1.2 中国香水市场结构分析4.1.3

中国国产香水品牌发展浅析4.2 中国香水市场竞争分析4.2.1 中国香水品牌市场竞争格局4.2.2

中国香水品牌竞争情况分析4.3 中国香水消费分析4.3.1 中国香水消费与国外消费存在差异4.3.2

中国香水消费者消费性别分析4.3.3 中国香水消费消费年龄分析4.3.4 中国香水消费的使用频率分析4.3.5

中国香水消费新趋势预测分析4.4 2017-2021年中国香水营销分析4.4.1 日本香水的销售模式借鉴4.4.2

香水企业的战略营销实践4.4.3 香水企业的战略营销路径4.4.4 香水企业的营销模式定位4.4.5
香水企业的营销策略分析4.5 2017-2021年中国香水市场面临的问题和发展对策4.5.1
中国香水市场的发展瓶颈分析4.5.2 国产香水品牌走出发展瓶颈的方法第五章
2017-2021年中国香水细分产业运营现状5.1 汽车香水5.1.1 车用香水的种类及选择5.1.2 汽车香水的作用5.1.3
汽车香水存在安全隐患5.2 男士香水5.2.1 2017-2021年中国男士香水市场规模5.2.2
中国男士香水消费特点5.2.3 观念障碍制约男士香水的发展5.2.4 品牌是男性选购香水的动力5.2.5
男士香水市场大有潜力5.3 女士香水5.3.1 2017-2021年中国女士香水市场规模5.3.2 小众香水发展良好第六章
中国香水及花露水进出口分析(3303) 6.1 2017-2021年中国香水及花露水进出口总体状况分析6.1.1
2017-2021年中国香水及花露水进口状况分析6.1.2 2017-2021年中国香水及花露水出口状况分析6.2
2021年中国主要省市香水及花露水进出口状况分析6.2.1 中国主要省市香水及花露水进口状况分析6.2.2
中国主要省市香水及花露水出口状况分析6.3 2021年中国香水及花露水进出口流向状况分析6.3.1
中国香水及花露水进口流向状况分析6.3.2 中国香水及花露水出口流向状况分析6.4
2017-2021年中国香水及花露水进出口均价分析第七章 2017-2021年中国香水消费者调查分析7.1
中国香水消费者生活态度分析7.1.1 品牌观7.1.2 广告观7.1.3 购物投资观7.1.4 饮食生活观7.1.5
个性时尚观7.1.6 工作成就观7.1.7 科技环保观7.2 中国香水消费者体育及休闲活动7.2.1 体育活动7.2.2
休闲活动7.3 2017-2021年中国香水区域消费状况分析7.3.1 华北地区7.3.2 东北地区7.3.3 华东地区7.3.4
华中地区7.3.5 华南地区7.3.6 西部地区第八章 香精香料行业发展分析8.1
2017-2021年世界香精香料行业分析8.1.1 世界香精香料业稳步增长8.1.2 国际香料香精市场竞争格局8.1.3
主要香精香料公司发展概况8.2 2017-2021年中国香精香料行业分析8.2.1 2021年香精香料行业现状调研8.2.2
世界香精香料企业完成在华战略布局8.2.3 中国香精香料行业发展思路8.3
2017-2021年中国香料香精企业的发展分析8.3.1 中国香精香料生产企业格局分析8.3.2
中国香精香料企业的特点分析8.3.3 香精香料企业主要以食用香精为主8.3.4
中国香料香精企业面临的发展困境8.3.5 我国香精香料企业趋势预测分析8.4
2017-2021年中国生物技术对香精香料的发展分析8.4.1 生物技术在香精香料生产的历史8.4.2
生物技术在香精香料生产中的应用8.4.3 生物工程给香精香料业带来新发展8.5
2017-2021年中国香精香料行业投资策略和方向8.5.1 积极创建香料香精科技创新研发平台8.5.2
促进合成香料的发展8.5.3 提高我国香精生产的技术8.5.4 推进新香料品种的开发与应用研究8.6
2022-2027年香精香料行业趋势预测分析8.6.1 食品香精香料行业趋势预测分析8.6.2
日化香精香料行业趋势预测分析第九章 2017-2021年主要香水企业及品牌发展分析9.1
香奈儿(CHANEL) 9.1.1 品牌简介9.1.2 香奈儿主要经典香水简介9.1.3 香奈儿在中国的销售情况分析9.1.4
香奈儿营销策略分析9.2 克莱恩(CALVIN KLEIN) 9.2.1 品牌介绍9.2.2 CK香水产品介绍9.2.3
CK香水在中国的销售状况分析9.3 兰蔻(LANCOME) 9.3.1 品牌简介9.3.2 兰蔻主要经典香水介绍9.3.3
兰蔻香水在中国的销售情况分析9.3.4 兰蔻的品牌战略定位9.4 迪奥(DIOR) 9.4.1 企业简介9.4.2
迪奥香水发展回顾9.4.3 迪奥香水在中国的销售情况分析9.4.4 Dior推出的男士运动香水9.4.5
迪奥香水推出定制9.5 雅芳(Avon) 9.5.1 企业简介9.5.2 雅芳集团的经营情况分析9.5.3
雅芳香水在中国的销售情况分析9.5.4 雅芳营销模式转型9.6 波士(Hugo Boss) 9.6.1 品牌简介9.6.2
波士香水简介9.7 雅诗兰黛(Estée Lauder) 9.7.1 企业及品牌简介9.7.2 雅诗兰黛的香水产品简介9.7.3
2021年财年雅诗兰黛集团经营状况分析9.7.4 雅诗兰黛香水在中国的销售情况分析9.7.5
雅诗兰黛发展战略9.8 玫琳凯(Mary Kay) 9.8.1 企业基本状况分析9.8.2
玫琳凯(中国)化妆品有限公司经营情况分析9.8.3 玫琳凯香水在中国的销售情况分析9.9
大卫杜夫(Davidoff) 9.9.1 品牌简介9.9.2 大卫杜夫香水简介9.10 欧莱雅(L'Oréal) 9.10.1 企业简介9.10.2
欧莱雅集团经营情况分析9.10.3 欧莱雅香水在中国的销售情况分析9.11 上海家化联合股份有限公司9.11.1
企业基本状况分析9.11.2 企业经营状况分析9.11.3 上海家化香水销售状况分析9.11.4 企业未来投资策略9.12
其它品牌9.12.1 伊丽莎白雅顿(Elizabeth Arden) 9.12.2 娇兰(Guerlain) 9.12.3 三宅一生(Issey
Miyake) 9.12.4 古琦(Gucci) 9.12.5 安娜苏(Anna Sui) 9.12.6 博柏利(Burberry) 9.12.7
纪梵希(Givenchy) 第十章 2022-2027年中国香水行业投资与趋势预测10.1
2022-2027年中国香水行业投资分析10.1.1 中国香水行业投资机会分析10.1.2
中国香水行业投资前景预测10.1.3 中国国产香水应立足于中国传统文化10.2
2022-2027年中国香水行业趋势预测分析10.2.1 2022-2027年中国香水总体市场规模预测分析10.2.2
2022-2027年中国男士香水市场规模预测分析10.2.3
2022-2027年中国女士香水市场规模预测分析图表目录图表1: 全球化妆品市场规模增长统计图表

2：全球化妆品行业中护肤品市场规模大图表 3：全球化妆品产品结构图表
4：全球香水市场规模增长统计图表 5：2021年主要国家化妆品市场品类结构图表
6：美国香水市场规模增长统计图表 7：法国香水市场规模增长统计图表
8：印度香水市场规模增长统计图表 9：国内生产总值情况 单位：万元图表 10：国内固定资产投资情况
单位：万元图表 11：2021年末人口数及其构成图表 12：中国城镇化率走势图
13：中国核心化妆品消费人群（单位：万人）图表 14：中国化妆品行业市场规模增长统计图表
15：中国五个品类化妆品市场规模增长趋势预测分析图表
16：中国五个品类化妆品市场增速远高于发达国家图表 17：2021年天猫热销TOP100化妆品价位分布图表
18：化妆品市场发展驱动因素图表 19：化妆品细分品类规模与11-16年CAGR，婴童彩妆高增图表
20：护肤品市场渗透率高，且彩妆渗透率呈上升趋势预测分析图表
21：打造一个完整的面部妆容和每日基础护肤的造价图表
22：国家加强化妆品行业规范化管理，促进化妆品市场消费图表
23：海外资本与中国化妆品品牌的联姻后续坎坷图表 24：一级市场部分投资热点图表
25：2020-2021年部分化妆品品牌并购案例图表 26：国内化妆品品牌资本化探索列举图表
27：国内部分多品牌化妆品集团图表 28：中国香水市场规模增长统计图表
29：2021年中国香水市场结构图表 30：中国男士香水市场规模增长统计图表
31：中国女士香水市场规模增长统计图表 32：中国香水及花露水进口状况分析图表
33：中国香水及花露水出口状况分析图表 34：中国主要省市香水及花露水进口状况分析图表
35：中国主要省市香水及花露水出口状况分析图表 36：中国香水及花露水进口流向状况分析图表
37：中国香水及花露水出口流向状况分析图表 38：中国香水及花露水进口均价图表
39：中国香水及花露水出口均价图表 40：中国香水消费者品牌观图表 41：中国香水消费者广告观图表
42：中国香水消费者广告观图表 43：中国香水消费者饮食生活观图表
44：中国香水消费者个性时尚观图表 45：中国香水消费者工作成就观图表
46：中国香水消费者科技环保观图表 47：华北地区香水市场规模图表 48：东北地区香水市场规模图表
49：华东地区香水市场规模图表 50：华中地区香水市场规模图表 51：华南地区香水市场规模图表
52：西部地区香水市场规模图表 53：2021年香精香料跨国企业营业收入和净利润分析图表
54：中国香精香料行业销售规模图表 55：上海新华香料有限公司基本信息图表
56：爱普香料集团股份有限公司基本信息图表 57：厦门琥珀日化科技股份有限公司基本信息图表
58：滕州市悟通香料有限责任公司基本信息图表 59：嘉兴市中华化工有限责任公司基本信息图表
60：广州百花香料股份有限公司基本信息