



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国香水市场发展 现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国香水市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/285203.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

香气最初是埃及人宗教仪式的一部分，他们燃烧熏香、没药（树胶和一种从亚非林木里提炼出的树脂乳香）和乳香，后来开始使用香精油和药膏。在17世纪，香水开始风靡社会。18世纪，随着古龙香水的出现，香水制造业取得了革命性的进展，迷迭香、橙花油、香柠檬油和柠檬配制而成的混合剂，不仅提神还被广泛运用。19世纪，随着工业和艺术的发展，香水进一步演变。品味的转变和现代化学的发展为香水奠定了基础。到21世纪初，香水的种类多达2万多种。

20世纪以来香水产业空前繁荣，诞生了像兰寇等香水品牌企业，同时世界许多著名的服装公司、化妆品公司纷纷推出自己的香水，如香奈儿、迪奥、波士、贝纳通、雅顿、雅诗兰黛、纪梵希、露华浓等。由于香水从原料选择、耗时的制作工艺到调香技艺要求的严格，香水自诞生之日就奠定了它成为奢侈品的地位，而香水生产企业也将香水赋予深刻、独特的内涵，或绚丽奢华、或妖娆浪漫、或自然清新……香水商出售的不仅仅是产品，更是一种生活品质和品位。

从全球来看，香水是一个价值250亿美元的产业，每年有300多个新品上市。香水在国外，是一个早已介入于生活各个方面的元素，从儿童的教育用品，到各种生活用品，都有香水行业专业的介入，在法国，香水已经是法国人生活的一个重要元素，和衣食住行一样不可缺少。

中国是一个非常重要的香水市场——消费者都很年轻并了解奢侈品。随着可支配收入稳步增加，越来越多的消费者都会发现香水的迷人之处。这种需求随着中国消费者对品牌的香水文化的认知不断加深和拓展，也在不断升级。目前中国市场上的香水产品主要分为高档香水、中偏低档香水和低档香水三类。高档香水以进口的国际品牌为主，包括：都朋、古奇、纪梵希、范思哲等。中偏低档香水主要是价位在20元-50元之间，以国产品牌香水为主，其销售模式分为香水加油站、香水专柜和“流通批发——化妆品专卖店”。低档香水主要是价位在20元以下的廉价低质香水，产品以小容量玻璃装包装为主，向三四级市场销售。

近年来，中国奢侈品行业以20%以上的速度保持增长，未来中国奢侈品市场的规模将超过日本，成为世界第一位的奢侈品消费大国。由此可见，香水行业的发展潜力在中国是非常大的。2009-2015年中国香水及花露水（33030000）进出口数据统计表 数据来源：中国海关

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 香水概述 第一节 香水的相关介绍 一、香水的基本类型 二、香水的派别及特征 三、香水的味阶 第二节 香水制造相关概念及工艺 一、调香的含义 二、香水制造工艺流程 第二章 世界香水市场概述 第一节 世界香水的历史及品牌简况 一、世界香水的产生和发展历史 二、世界著名香水品牌及风格 三、世界品牌香水命名的方式 第

二节 世界香水市场发展情况 一、国际香水市场总体发展状况 二、国际香水市场重回奢华时代 三、国际香水消费市场新走势 四、法国香水市场继续发展 第三节 世界香水包装业的发展简述 一、香水包装的发展历史 二、香水包装的重要性及设计要求 三、现代香水包装的设计特性 四、法国香水包装的设计特色 第三章 中国香水市场发展分析第一节 中国香水市场现状 一、中国香水等奢侈品消费居世界第二 二、中国香水市场的发展状况 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 中国香水市场消费者分析 一、女性香水消费市场分析 二、中国不同收入群体使用香水的比例及频率比较 三、中国不同收入和年龄段的群体使用香水品牌分析 四、中国新富女性香水消费心态分析 五、武汉消费者选购香水对颜色的偏好分析 第三节 中国香水行业存在的问题及发展策略 一、中国消费观念成为香水市场的瓶颈 二、制约中国香水行业发展的因素 三、中国香水制造和销售中存在的问题 四、香水市场营销策略 第四章 香水细分市场发展分析第一节 车用香水 一、汽车香水市场的发展变化 二、劣质汽车香水充斥市场 三、汽车香水市场难以整治的原因 四、中国车用香水等汽车用品市场发展潜力大 第二节 男士香水 一、男用香水味道按基调分类 二、世界主要男士香水品牌及其内涵 三、中国男用香水市场主要消费群体分析 四、中国男士香水市场逐渐升温 五、中国主要城市男士香水市场消费状况 第三节 儿童香水 一、国内外儿童香水市场现状 二、消费观念阻碍儿童香水在中国市场的推广 三、儿童香水市场存在巨大商机 第五章 中国香水及花露水进出口数据分析第一节 2010-2015年中国香水及花露水进出口总体数据 二、2010-2015年中国香水及花露水进出口总体数据 三、2010-2015年中国香水及花露水进出口价格分析 2009-2015年中国香水及花露水(33030000)进出口平均单价分析 数据来源:中国海关 第二节 2014-2015年中国香水及花露水主要省市进出口数据 一、2014年中国香水及花露水主要省市进出口数据 二、2015年中国香水及花露水主要省市进出口数据 第三节 2014-2015年中国香水及花露水主要国家进出口数据 一、2014年中国香水及花露水主要国家进出口数据 二、2015年中国香水及花露水主要国家进出口数据 第六章 香精香料行业的发展概述第一节 香水用香料简介 一、香水用香料的分类及品种 二、国内外主要植物香料品种 三、动物性香水香料简介 第二节 国际香精香料市场发展简况 一、国际日化用香精香料市场特点 二、国际上日用香料的立法和管理情况 三、东南亚香精香料市场发展状况 四、全球芳香料市场需求预测 第三节 中国香精香料行业发展概况 一、中国天然香料产量及分布情况 二、中国日化香精市场分析 三、开发日化香精市场的策略 第四节 植物性香料提取技术的研究进展 一、香料制取技术的发展历史 二、香料主要提取技术 三、香料提取技术发展现状及开发方向 第七章 国际主要香水企业及品牌发展分析第一节 香奈尔(Chanel) 一、公司简介 二、香奈尔打造个性香味产品 三、香奈尔以卓越的品质取胜 四、香奈尔简约包装设计的创新 五、香奈尔广告传播的特点 六、香奈尔终端建设瞄准富裕群体聚集地 第二节 让·古戎 一、公司简介 二

、让.古戎香水营销背景 三、让.古戎进入中国市场的优势及机遇 四、让.古戎香水的市场定位分析及招商情况 五、让.古戎着力构建经销商网络 六、让.古戎香水成功启动中国市场 第三节 兰寇 (Lancome) 一、公司简介 二、兰寇的品牌定位 三、兰寇产品的成功之道 四、兰寇品牌在发展中面临的问题及挑战 五、兰寇香水营销方案 第四节 迪奥 (Dior) 一、公司简介 二、迪奥香水在不同年代展现的时尚主题 三、迪奥集团的经营策略 第五节 露华浓 (Revlon) 一、公司简介 二、露华浓香水市场营销策略 第六节 其他国外香水企业及品牌 一、亚洲发展公司 (ADE) 二、雅诗兰黛 (Estee Lauder) 三、波士 (Hugo Boss) 四、纪梵希 (Gi Vechy) 第八章 中国主要香水生产企业第一节 南京巴黎贝丽丝香水有限公司 一、企业概况 二、企业经营情况分析 三、企业最新发展动态与策略 四、企业未来发展展望与战略 第二节 浙江倩靓化妆品有限公司 一、企业概况 二、企业经营情况分析 三、企业最新发展动态与策略 四、企业未来发展展望与战略 第三节 广州市圣伊华精细化工有限公司 一、企业概况 二、企业经营情况分析 三、企业最新发展动态与策略 四、企业未来发展展望与战略 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、企业经营情况分析 三、企业最新发展动态与策略 四、企业未来发展展望与战略 第五节 上海香海美容品厂 一、企业概况 二、企业经营情况分析 三、企业最新发展动态与策略 四、企业未来发展展望与战略 第六节 金玛瑙香水 (杭州) 有限公司 一、企业概况 二、企业经营情况分析 三、企业最新发展动态与策略 四、企业未来发展展望与战略 第七节 义乌市美之源化妆品有限公司 一、企业概况 二、企业经营情况分析 三、企业最新发展动态与策略 四、企业未来发展展望与战略 第八节 快美特汽车精品 (深圳) 有限公司 一、企业概况 二、企业经营情况分析 三、企业最新发展动态与策略 四、企业未来发展展望与战略 第九节 中山市薇娜化妆品有限公司 一、企业概况 二、企业经营情况分析 三、企业最新发展动态与策略 四、企业未来发展展望与战略 第十节 中国其他香水生产企业简介 一、北京巴黎兰西化妆品有限公司 二、上海家化有限公司 三、广州市伊丽雅化妆品有限公司 四、广州爱特丽汽车香水有限公司 五、贝弗莉化妆品 (珠海) 有限公司

附录：

附录一：香水、花露水行业标准

图表目录：

图表：中国消费者对香水品牌认知度排名

图表：知名品牌香水拥有者获得渠道对比

图表：各收入阶层香水拥有情况分布

图表：大众消费群体、新富消费群体、新富女性使用香水的比例

图表：大众消费群体、新富消费群体、年总收入40万以上群体使用香水的频率

图表：影响消费者购买香水的主要因素

图表：2010-2015年中国香水及花露水进口数据

图表：2010-2015年中国香水及花露水出口数据

图表：2014年中国香水及花露水主要省市进口数据

图表：2014年中国香水及花露水主要省市出口数据

图表：2015年中国香水及花露水主要省市进口数据

图表：2015年中国香水及花露水主要省市出口数据

图表：2014年中国香水及花露水主要国家进口数据

图表：2014年中国香水及花露水主要国家出口数据

图表：2015年中国香水及花露水主要国家进口数据

图表：2015年中国香水及花露水主要国家出口数据

图表：中国主要天然香料产量

图表：期刊化妆品广告投放前10位品牌

图表：兰寇主要香水名称及价格定位

图表：兰寇广告预算项目及金额

图表：香水、花露水感官指标、理化指标

图表：香水、花露水瓶装产品容量允差幅度规定

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285203.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。