

2009-2010年中国香水市场 调研及发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2009-2010年中国香水市场调研及发展趋势预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/B784775KG2.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2009-2010年中国香水市场调研及发展趋势预测报告 内容介绍：

在传统百货中，香水也有不可忽视的市场。近年一年新百香水的销量在化妆品销售中大概占到4%的比例，老百姓的香水消费还没有形成气候，但是与往年相比，香水销量有可观的增幅，这就表明消费者的奢侈品消费意识在增强，人们渐渐懂得享受生活，用香水来装点自己的心情或是提升自己的品位，不过这还是需要一个过程。不论是在引进新品牌还是柜台格局方面都要提升。与时装年年翻新的瞬息万变相比，香水多数以不变应万变。各品牌每年大概会生产出一种新品，经典产品年年都在延续。当下香水正在趋于年轻化，香调中，以清新的果香和花香最为热销。除了气味意外，在包装上也走上了年轻化的道路。

香水市场越来越呈现出年轻化的趋势。现代女性出来工作的越来越多，年龄层也在下降，香水瓶身反映了现在的生活形态。以时装流行来看，这两年大多流行修长而线条简洁的服装。与此紧密相关的香水瓶身，也以简洁修长的线条、环保材质和与建筑相关的设计，为流行趋势。

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。2007年，中国在首饰、服装、皮具、香水等奢侈品上的消费已经达到80亿美元，成为仅次于日本的全球第二大奢侈品消费国。预计，到2010年，中国将有2.5亿消费者有能力购买奢侈品，消费总额将达到2000亿元人民币。由此可见，香水行业的发展潜力在中国是非常大的。

本报告主要依据国家统计局、国家发改委、国务院发展研究中心、国家海关总署、香水行业协会、国内外相关刊物的基础信息以及香水行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界香水行业相关界定

第一节香水相关概念

一、香水的基本类型

二、香水的保存方法

三、香水的派别及特征

四、香水的味阶和颜色

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 金融危机下香水行业宏观经济环境分析

第一节 2009-2010年全球宏观经济分析

- 一、2008年全球宏观经济运行概况
- 二、2009年全球宏观经济走势预测
- 三、2009-2010年全球宏观经济趋势预测

第二节 金融危机对全球经济的影响

- 一、对各国实体经济的影响
- 二、国际金融危机发展趋势及其国际影响

第三节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

- 一、2008年中国宏观经济发展情况
- 二、2008年中国宏观经济走势分析
- 三、2009-2010年中国宏观经济趋势预测

第四节 金融危机对中国经济的影响

- 一、金融危机引致的中国经济损失
- 二、金融危机影响下的主要行业
- 三、中国宏观经济政策变动及趋

第三章 世界香水市场发展预测

- 一、金融危机下香水需求预测
- 二、2009-2010年全球香水消费需求分析
- 三、2009-2010年世界香水市场发展趋势
- 四、2009-2010年世界天然香水市场销售额预测

第四章 中国香水发展分析

五、香水专营店的市场现状及发展方向

第三节 中国香水行业细分市场发展分析

第一节 车用香水市场

- 一、汽车香水的基本知识
- 二、汽车香水市场现状
- 三、劣质汽车香水充斥市场
- 四、汽车香水市场行业标准
- 五、汽车香水市场的发展趋势
- 六、汽车香水行业前景

第二节男士香水市场

- 一、男士香水的种类与选用
- 二、香水成为男士的个性代言人
- 三、观念是男士香水的消费瓶颈
- 四、品牌成为男士选用香水主要因素
- 五、中国男用香水行业的发展分析

第一节香水用香料简介

- 一、国内外主要植物香料概况
- 二、动物性天然香料简介

第二节国外香精香料发展分析

- 一、中国民族香精香料工业现状
- 二、中国民族香精香料工业发展方向
- 三、中国民族香精香料工业发展前景

第五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、植物性天然香料研究进展及技术分析

第九章中国香水行业市场发展趋势及前景分析

第一节香水行业发展趋势

- 一、香味趋势
- 二、消费趋势
- 三、消费年龄层趋势
- 四、瓶身设计趋势

第二节2009-2010年中国香水(香水市场分析)市场预测

- 一、2009-2010年香水行业供给预测
- 二、2009-2010年香水行业需求预测
- 三、2009-2010年香水行业进出口预测

第三节香水行业市场应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第四节市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/B784775KG2.html>