

# 2021-2027年中国精油市场 竞争状况分析与前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国精油市场竞争状况分析与前景预测报告》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/huagong/Y16189M8EE.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

精油是从植物的花、叶、茎、根或果实中，通过水蒸气蒸馏法、挤压法、冷浸法或溶剂提取法提炼萃取的挥发性芳香物质。精油又分稀释的（复方精油）和未经稀释的（单方精油）比如仙人掌种子油。精油的挥发性很强，一旦接触空气就会很快挥发，所以精油必须用可以密封的深色瓶子储存。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国精油市场竞争状况分析与前景预测报告》共十七章。首先介绍了精油行业市场发展环境、精油整体运行态势等，接着分析了精油行业市场运行的现状，然后介绍了精油市场竞争格局。随后，报告对精油做了重点企业经营状况分析，最后分析了精油行业发展趋势与投资预测。您若想对精油产业有个系统的了解或者想投资精油行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

### 第一章精油行业发展概述

#### 第一节精油简述

##### 一、精油萃取

##### 二、精油的功效

##### 三、精油的作用机理

#### 第二节精油细分及基础油介绍

##### 一、基础油概述

##### 二、单方精油概述

##### 三、复方精油概述

#### 第三节精油提炼及特点分析

##### 一、精油的提炼

##### 二、香薰精油的特点

##### 三、精油与化学合成分子的差异

### 第二章2015-2019年世界精油市场运营态势分析

## 第一节2015-2019年国际护肤品市场运行总况

- 一、国际护肤品市场概述
- 二、全球天然护肤品需求量分析
- 三、金融风暴下护肤品需求分析
- 四、2019年全球护肤品消费格局预测
- 五、2019年全球化妆品市场趋势分析

## 第二节2015-2019年全球精油市场现状综述

- 一、全球香薰产品市场透析
- 二、全球树脂精油产销情况分析
- 三、全球精油市场生产及消费状况
- 四、国际市场精油价格走势
- 五、国际精油技术的发展分析
- 六、北美精油市场现状及需求预测
- 七、西非精油行业发展及出口分析

## 第三节2015-2019年全球玫瑰精油市场聚焦

- 一、玫瑰和玫瑰油的分类及用途
- 二、国内外玫瑰产业的发展情况
- 三、世界各国玫瑰油产量和市场
- 四、保加利亚玫瑰精油特点分析
- 五、保加利亚种植玫瑰的优势
- 六、保加利亚玫瑰精油发展历史
- 七、中、保玫瑰精油合作的可能性探讨

## 第三章2015-2019年中国精油市场运营环境解析

### 第一节2015-2019年中国经济发展环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国工业发展形势
- 三、消费价格指数分析
- 四、城乡居民收入分析
- 五、社会消费品零售总额
- 六、全社会固定资产投资分析
- 七、进出口总额及增长率分析

## 第二节2015-2019年中国精油社会发展环境分析

- 一、全国居民收入情况分析
- 二、全国社会消费品零售总额
- 三、全国百家重点大型零售企业销售情况
- 四、全国居民消费价格分析

## 第三节2015-2019年中国精油政策环境分析

- 一、中国化妆品的管理与监督的特点
- 二、《化妆品标识管理规定》
- 三、化妆品成分必须全部标识
- 四、化妆品卫生标准“十三五”规划
- 五、精油有关的国际标准

## 第四章2015-2019年中国精油行业发展现状分析

### 第一节2015-2019年中国香薰产业运行综述

- 一、香薰产业所处发展阶段
- 二、香薰品牌发展分析
- 三、香薰服务发展分析
- 四、香薰产业发展空间

### 第二节2015-2019年中国香薰精油行业发展分析

- 一、中国香精香料企业规模
- 二、香薰精油行业现状及发展前景
- 三、精油市场发展现状及趋势

### 第三节2015-2019年中国精油市场存在的问题分析

## 第五章2015-2019年中国精油产业市场运行动态分析

### 第一节2015-2019年中国精油行业发展动态分析

- 一、植物精油替代化学化妆品分析
- 二、八十四团留兰香精油畅销国内市场
- 三、自主精油技术助芳香产业升级
- 四、北川将要打造知名的玫瑰谷

### 第二节2015-2019年中国主要精油产品发展分析

- 一、玫瑰精油的发展

二、玫瑰精油在中国的市场

三、中国天然茶树精油研究分析

第三节2015-2019年中国精油细分市场发展分析

一、女士精油

二、男士精油

三、儿童精油

第六章2015-2019年中国精油市场深度调查研究

第一节香薰精油品牌排名（世界品牌）

一、高级精油

二、中档精油

三、平价精油

第二节近几年中国化妆品、护肤品、精油市场销售情况分析

一、2019年化妆品、护肤品、精油市场销售总额

二、2019年化妆品、护肤品、精油市场销售总额

三、2019年化妆品、护肤品、精油市场销售总额

四、2019年化妆品、护肤品、精油市场销售情况

五、2019年化妆品、护肤品、精油市场销售情况

六、同比分析

第三节2015-2019年中国香薰精油市场调查分析

一、香薰产品琳琅满目

二、香薰精油市场规模

三、劣质精油问题调查

第七章2015-2019年中国精油应用市场运行走势分析

第一节2015-2019年中国SPA市场分析

一、精油SPA的作用

二、SPA文化在世界各地的起源与发展

三、国内SPA市场行业标准缺失

四、中国SPA市场热的冷思考

五、全球SPA未来发展趋势

六、中国SPA市场前景分析

## 七、男士SPA生活馆市场空间

### 第二节2015-2019年中国按摩市场分析

- 一、全国按摩市场现状分析
- 二、中医按摩市场竞争形势分析
- 三、中国盲人按摩市场现状及未来发展
- 四、中国盲人按摩市场竞争情况分析
- 五、当前中国保健按摩行业存在的问题
- 六、发展推拿按摩行业对社会的作用
- 七、2015-2019年保健按摩行业政策环境分析

### 第三节2015-2019年中国美容市场分析

- 一、美容行业发展分析
- 二、美容业新经济增长点分析
- 三、贸易战对美容业的影响
- 四、美容市场规模分析
- 五、美容市场需求分析
- 六、美容市场发展对策

## 第八章2015-2019年中国精油所属行业所属行业数据监测分析

### 第一节2015-2019年中国精油进口数据分析

- 一、进口数量分析
- 二、进口金额分析

### 第二节2015-2019年中国精油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2015-2019年中国精油进出口平均单价分析

### 第四节2015-2019年中国精油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

## 第九章2015-2019年中国精油行业消费市场分析

### 第一节2015-2019年中国精油消费者收入分析

- 一、人口规模与年龄结构分析

## 二、学历结构分析

## 三、消费者信心指数分析

## 四、居民生活水平分析

## 五、国内零售市场情况分析

### 第二节2015-2019年植物精油消费者调查

#### 一、消费者年龄段分布

#### 二、消费者性别比例

#### 三、消费者职业分布

#### 四、消费者学历分布

#### 五、消费者每年用于美容理疗的花费

#### 六、当前芳香美容市场存在的最主要问题调查

#### 七、是否愿意尝试一款新品种精油调查

#### 八、国内品牌和国外品牌认可度调查

#### 九、植物精油及其功效了解渠道调查

#### 十、选择某一品牌精油的理由调查

### 第十章2015-2019年中国化妆品行业发展分析

#### 第一节2015-2019年中国化妆品业运行总况

##### 一、我国化妆品行业OEM生产节奏加快

##### 二、我国化妆品零售终端市场呈现新特点

##### 三、化妆品行业品牌发展现状

#### 第二节2015-2019年中国化妆品市场规模分析

##### 一、中国化妆品行业增长率

##### 二、最近三年中国化妆品销售额

##### 三、化妆品行业大牌网络销售状况分析

#### 第三节2015-2019年中国市场消费分析

##### 一、化妆品市场消费者的构成

##### 二、化妆品市场消费的特点

##### 三、美容化妆品市场的消费状况调查

##### 四、女性购买化妆品的心理因素研究

##### 五、化妆品消费的新趋势分析

#### 第四节2015-2019年化妆品行业发展分析



- 一、2015-2019年化妆品行业增速分析
- 二、2015-2019年化妆品农村市场潜力
- 三、2015-2019年中低端化妆品增长预期
- 四、2015-2019年高档化妆品征收消费税
- 五、2015-2019年化妆品行业结构化调整形势

## 十一章2015-2019年中国护肤品行业运行态势分析

### 第一节2015-2019年中国护肤品市场动态分析

- 一、我国实施化妆品成分标注新规
- 二、足部护理产品成护肤品市场消费亮点
- 三、我国研制首款防电磁辐射护肤品

### 第二节2015-2019年中国化妆品行业概况

- 一、国内化妆品市场渠道呈现新特征
- 二、中国护肤品牌发展的四个阶段
- 三、国内高档护肤品市场发展迅猛
- 四、中国护肤品企业的产品定位分析
- 五、中国护肤品消费群体分析
- 六、我国护肤品市场关注度透析
- 七、国内本土护肤品牌继续扩张

### 第三节2015-2019年中国护肤品市场的发展态势

- 一、护肤品品牌市场发展态势
- 二、专业护肤品企业发展态势
- 三、高档护肤品发展情况分析

### 第四节2019年中国护肤品市场品牌分析

- 一、2019年中国十大护肤品品牌情况
- 二、2019年护肤化妆品品牌比较分析
- 三、2019年护肤品市场品牌突围分析

### 第五节2015-2019年护肤品企业积极调整战略部署

- 一、2015-2019年护肤品市场增长分析
- 二、2015-2019年中高端品牌战略部署
- 三、2015-2019年三、四线品牌的战略

## 第十二章2015-2019年中国精油行业市场竞争格局分析

### 第一节2015-2019年中国精油行业竞争结构分析

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

### 第二节2015-2019年中国精油企业竞争力分析

一、品牌形象力

二、制度有效力

三、战略执行力

四、研发创新力

五、资源整合力

### 第三节2015-2019年中国精油市场竞争力统计

## 第十三章2015-2019年中国精油企业提升竞争力策略分析

### 第一节2015-2019年精油领先者市场竞争策略

一、维护高质量形象

二、扩大市场需求总量

三、保护市场份额

四、扩大市场份额

### 第二节2015-2019年精油挑战者市场竞争策略

一、正面进攻

二、侧翼攻击

三、包围进攻

四、迂回攻击

五、游击战

### 第三节2015-2019年精油追随者的市场竞争策略

一、紧密追随策略

二、距离追随策略

三、选择追随策略

### 第四节2015-2019年精油补缺者的市场竞争策略

一、市场补缺者的特征

二、市场补缺者的策略

#### 第五节2015-2019年国内护肤品生产企业提高竞争力的途径

一、进行准确的市场定位

二、提高产品质量及加强品牌塑造

三、运用多种营销手段形成独到的营销策略

四、加强终端服务建设

五、开发男性护肤品市场

### 第十四章中国重点精油生产企业竞争性财务数据分析

#### 第一节辽宁孚曼实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第二节苏州东吴香精有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第三节济南惠农玫瑰花精油有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第四节河南省辉县市常胜油厂

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第五节昆明京京香料厂(嵩明县)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第六节武汉一枝花油脂化工有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第七节贵阳基志香料厂

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第八节其它企业分析

- 一、深圳市芳馨精油原料有限公司
- 二、爱易莱科技有限公司
- 三、广西芙美佳有限公司
- 四、海棠有限公司

五、雅而顿香薰有限公司

六、广州幽香源香薰生活有限公司

七、上海豆蔻化妆品有限公司

## 第十五章2021-2027年中国化妆品行业发展趋势分析

### 第一节2021-2027年中国化妆品行业前景与机遇分析

一、中国化妆品行业发展前景

二、中国化妆品发展机遇分析

三、2019年化妆品的发展机遇分析

四、贸易战对化妆品行业的影响分析

### 第二节2021-2027年中国化妆品市场趋势分析

一、化妆品市场发展空间

二、化妆品技术革新趋势

三、化妆品价格走势分析

四、国际环境对行业的影响

## 第十六章2021-2027年中国精油行业发展趋势预测分析

### 第一节2021-2027年中国护肤趋势分析

一、天然有机成分含量趋势

二、美白功效产品发展趋势

三、药妆市场发展趋势分析

### 第二节2021-2027年中国精油行业发展趋势分析

一、香薰精油行业发展前景

二、树脂精油的发展前景分析

三、中国精油市场准入趋势分析

四、未来香薰世界将大放异彩

五、最新最热的美容院精油项目

## 第十七章2021-2027年中国精油行业投资机会与风险分析（）

### 第一节2021-2027年中国精油行业投资环境预测分析

### 第二节2021-2027年中国精油行业投资机会分析

一、精油投资潜力分析

## 二、精油投资吸引力分析

### 第三节2021-2027年中国精油行业投资风险分析

#### 一、市场竞争风险分析

#### 二、政策风险分析

#### 三、原材料风险分析（）

#### 四、技术风险分析

#### 部分图表目录：

图表：2015-2019年全球化妆品市场所占比例

图表：2015-2019年全球各类产品零售额增长情况

图表：2019年十大公司占据全球市场50%以上的市场份额

图表：北美精油需求预测

图表：玫瑰精油需求量

图表：2015-2019年中国精油进口数量分析

图表：2015-2019年中国精油进口金额分析

图表：2015-2019年中国精油出口数量分析

图表：2015-2019年中国精油出口金额分析

图表：2015-2019年中国精油进出口平均单价分析

图表：2015-2019年中国精油进口国家及地区分析

图表：2015-2019年中国精油出口国家及地区分析

图表：辽宁孚曼实业有限公司主要经济指标走势图

图表：辽宁孚曼实业有限公司经营收入走势图

图表：辽宁孚曼实业有限公司盈利指标走势图

图表：辽宁孚曼实业有限公司负债情况图

图表：辽宁孚曼实业有限公司负债指标走势图

图表：辽宁孚曼实业有限公司运营能力指标走势图

图表：辽宁孚曼实业有限公司成长能力指标走势图

图表：苏州东吴香精有限公司主要经济指标走势图

图表：苏州东吴香精有限公司经营收入走势图

图表：苏州东吴香精有限公司盈利指标走势图

图表：苏州东吴香精有限公司负债情况图

图表：苏州东吴香精有限公司负债指标走势图

图表：苏州东吴香精有限公司运营能力指标走势图

图表：苏州东吴香精有限公司成长能力指标走势图

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/huagong/Y16189M8EE.html>