

2016-2022年中国精油市场 调查与未来发展趋势报告

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

《2016-2022年中国精油市场调查与未来发展趋势报告》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/X05043OF05.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

前言

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)。精油的挥发性很强，一旦接触空气就会很快挥发，也基于这个原因，精油必须用可以密封的瓶子储存，一旦开瓶使用，也要尽快盖回盖子。

精油(Essentialoil)由萜烯类、醛类、酯类、醇类等化学分子组成。因为高流动性，所以称为“油”，但是和我们日常见到的植物油有本质的差别。植物油的主要成分是三酸甘油酯和脂肪酸组成。

本精油行业研究报告共十八章是智研数据研究中心中心数据公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。精油行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究数据报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了精油行业市场潜在需求与市场机会，报告对精油行业做了重点企业经营状况分析，并分析了精油行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一篇精油产业基础篇

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2014年世界精油市场运营态势分析

第一节2014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、全球护肤品消费格局预测

五、全球化妆品市场趋势分析

第二节2014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2014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2014年中国精油市场运营环境解析

第一节 2014年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、中国汇率调整（人民币升值）
- 九、存贷款基准利率调整情况
- 十、存款准备金率调整情况
- 十一、社会消费品零售总额
- 十二、对外贸易&进出口

第二节2014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2014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“十一五”规划
- 五、精油有关的国际标准

第四章2014年中国精油行业发展现状分析

第一节2014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2014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2014年中国精油市场存在的问题分析

第五章2014年中国精油产业市场运行动态分析

第一节2014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2014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2014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2014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、2012年化妆品、护肤品、精油市场销售总额
- 二、2013年化妆品、护肤品、精油市场销售总额
- 三、2014年化妆品、护肤品、精油市场销售总额
- 四、2012年化妆品、护肤品、精油市场销售情况
- 五、2013年化妆品、护肤品、精油市场销售情况

六、2014年化妆品、护肤品、精油市场销售情况

七、同比分析

第三节2014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2014年中国精油应用市场运行走势分析

第一节2014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2014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、2014年保健按摩行业政策环境分析

第三节2014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、金融危机对美容业的影响

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2006-2014年中国精油进出口数据监测分析（3301）

第一节2006-2014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2006-2014年中国精油出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节2006-2014年中国精油进出口平均单价分析

第四节2006-2014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2014年中国精油行业消费市场分析

第一节2014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2014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

第二篇精油关联产业篇

第十章2014年中国化妆品行业发展分析

第一节2014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2014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2014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2014年化妆品行业发展分析

- 一、2014年化妆品行业增速分析
- 二、2014年化妆品农村市场潜力
- 三、2014年中低端化妆品增长预期
- 四、2014年高档化妆品征收消费税
- 五、2014年化妆品行业结构化调整形势

第十一章2014年中国护肤品行业运行态势分析

第一节2014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2014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2014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2014年中国护肤品市场品牌分析

一、2014年中国十大护肤品品牌情况

二、2014年护肤化妆品品牌比较分析

三、2014年护肤品市场品牌突围分析

第五节2014年护肤品企业积极调整战略部署

一、2014年护肤品市场增长分析

二、2014年中高端品牌战略部署

三、2014年三、四线品牌的战略

第三篇精油产业竞争篇

第十二章2014年中国精油行业市场竞争格局分析

第一节2014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2014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2014年中国精油市场竞争力统计

第十三章2014年中国精油企业提升竞争力策略分析

第一节2014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2014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2014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2014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2014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2014年中国重点精油生产企业竞争性财务数据分析（企业可自选）

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

第四篇精油产业趋势展望篇

第十五章2016-2022年中国化妆品行业发展趋势分析

第一节2016-2022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、化妆品的发展机遇分析

四、金融危机对化妆品行业的影响分析

第二节2016-2022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2016-2022年中国精油行业发展趋势预测分析

第一节2016-2022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2016-2022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、未来香熏世界将大放异彩
- 五、最新最热的美容院精油项目

第五篇精油产业投资战略篇

第十七章2016-2022年中国精油行业投资机会与风险分析

第一节2016-2022年中国精油行业投资环境预测分析

第二节2016-2022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2016-2022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
- 三、技术风险分析

第十八章2016-2022年中国精油行业投资战略研究

第一节2016-2022年香薰精油产业投资形势分析

第二节2016-2022年中小型化妆品公司护肤品的对策分析

- 一、护肤品的产品定位及市场定位
- 二、中小型化妆品公司护肤品的战略分析

第三节2016-2022年护肤品营销策略分析

一、护肤品广告心理策略

二、护肤品广告市场分析

三、护肤品包装色彩营销

第四节2016-2022年中国精油企业发展策略

一、坚守核心主业

二、构建优质渠道

三、整合优质资源

四、提升经营能力

五、明确品牌形象

六、调整市场策略

第五节2016-2022年中国精油行业发展战略研究

一、技术开发战略

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

六、企业信息化战略规划

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/X05043OF05.html>