

# 2015- 2020年中国精油行业分析及投资咨询报告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

## 一、调研说明

中商产业研究院全新发布的《2015-2020年中国精油行业分析及投资咨询报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商产业研究院的资深专家和研究人员进行分析。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，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，根据市场需求及时调整经营策略，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了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告名称	2015-2020年中国精油行业分析及投资咨询报告
出版日期	2014年12月
报告格式	PDF电子版或纸介版
交付方式	Email发送或EMS快递
中文价格	印刷版9500元 电子版9500元 中文印刷版+电子版9800元
订购热线	400-666-1917 400-788-9700

### 【版权声明】

本报告由中商产业研究院出品，报告版权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商产业研究院有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商产业研究院是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□

## 二、研究报告目录

### 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 2013-2014年世界精油市场运营态势分析

#### 第一节 国际化妆品市场运行总况

- 一、全球化妆品行业发展概况
- 二、国际名牌化妆品特点分析
- 三、美国化妆品行业发展概况
- 四、日本化妆品行业发展概况
- 五、法国化妆品行业发展概况
- 六、欧盟化妆品行业发展概况
- 七、韩国化妆品行业发展概况

#### 第二节 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、国际精油技术的发展分析

五、澳大利亚精油市场发展情况

六、西非精油行业发展情况

第三节 欧洲精油市场生产情况统计

一、法国

二、西班牙

三、意大利

四、塞浦路斯

五、希腊

六、前南斯拉夫

七、保加利亚

第四节 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

第三章 2013-2014年中国精油市场运营环境解析

第一节 2013-2014年中国宏观经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、全社会固定资产投资分析

四、社会消费品零售总额分析

五、城乡居民收入与消费分析

六、对外贸易的发展形势分析

第二节 2013-2014年中国精油社会发展环境分析

一、人口环境分析

二、中国女性人口特征

三、化妆品消费观念分析

四、零售行业概述与分析

五、中国城镇化率分析

第三节 2013-2014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、精油有关的国际标准

第四章 2013-2014年中国精油行业发展现状分析

第一节 2013-2014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 2013-2014年中国香薰精油行业发展分析

一、中国香精香料行业分析

二、香精香料行业发展概述

三、香薰精油行业发展分析

四、差异化运作草药精油

第三节 2013-2014年中国精油市场存在的问题分析

第五章 2013-2014年中国精油产业市场运行动态分析

第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 中国精油市场规模分析

第三节 2013-2014年中国香薰精油[市场调查](#)分析

一、香薰精油消费者市场调查分析

二、香薰精油应用美容市场分析

三、香薰精油市场渠道分析

（一）国际香薰精油销售状态

（二）中国香薰精油的销售渠道

第七章 2013-2014年中国精油应用市场运行走势分析

第一节 2013-2014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、中国SPA市场[前景](#)分析

四、SPA市场行业标准缺失

五、中国SPA市场热的冷思考

六、中国SPA未来发展[趋势](#)

七、男士SPA生活馆市场空间

第二节 2013-2014年中国按摩市场分析

一、中国按摩市场现状分析

- 二、发展推拿按摩行业对社会的作用
- 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、新保健按摩规范实施

### 第三节 2013-2014年中国美容市场分析

- 一、中国美容行业发展分析
- 二、中国美容行业重点城市分析
- 三、中国美容业新经济增长点分析
- 四、中国美容市场需求形势分析
- 五、美容行业的发展趋向
- 六、美容市场发展对策分析

## 第八章 2013-2014年中国精油(3301)进出口状况分析

### 第一节 2013-2014年中国精油进口分析

- 一、中国精油进口数量情况
- 二、中国精油进口金额情况

### 第二节 2013-2014年中国精油出口分析

- 一、中国精油出口数量情况
- 二、中国精油出口金额情况

### 第三节 2013-2014年中国精油进出口均价分析

### 第四节 2013-2014年中国精油进出口流向分析

- 一、中国精油进口来源地情况
- 二、中国精油出口目的地情况

### 第五节 2013-2014年中国精油进出口省市分析

- 一、中国精油进口省市情况
- 二、中国精油出口省市情况

## 第九章 2013-2014年中国精油行业消费市场分析

### 第一节 2013-2014年中国精油消费人群分析

- 一、消费者年龄段分布

二、消费者性别比例

三、消费者认知情况

## 第二节 2013-2014年中国精油消费者调查分析

一、消费者购买精油主要用途分析

二、消费者购买精油主要使用方式

三、消费者购买精油影响因素分析

四、消费者对国内精油品牌购买调查

五、消费者购买精油的主要渠道分析

六、消费者对精油产品不满意度调查

## 第十章 2013-2014年中国化妆品行业发展分析

### 第一节 2013-2014年中国化妆品业运行情况

一、中国化妆品行业OEM生产节奏加快

二、中国化妆品零售终端市场呈现新特点

三、中国化妆品行业品牌发展现状及趋势

### 第二节 2013-2014年中国化妆品市场发展分析

一、中国化妆品行业发展概况

二、中国化妆品市场规模分析

三、中国化妆品市场结构分析

### 第三节 2013-2014年中国化妆品市场消费分析

一、中国化妆品市场消费者的构成

二、中国化妆品市场消费的特点

三、中国美容化妆品市场情况调查

四、中国化妆品消费的新趋势分析

### 第四节 2013-2014年中国化妆品行业发展分析

一、化妆品农村市场潜力巨大

二、中低端化妆品热点与趋势

三、化妆品行业结构化调整形势

四、化妆品行业有待挖掘和扩大

## 第十一章 2013-2014年中国护肤品行业运行态势分析



## 第一节 2013-2014年中国护肤品市场动态分析

- 一、奢华保养品呈大热姿态
- 二、足部护理产品成护肤品市场消费亮点
- 三、中国研制首款防电磁辐射护肤品

## 第二节 2013-2014年中国护肤品行业概况

- 一、中国护肤品市场规模分析
- 二、中国护肤品市场结构分析
- 三、中国护肤品行业产品概况
- 四、中国护肤品市场销售趋势
- 五、中国护肤品市场消费特点

## 第三节 2013-2014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 2013-2014年中国护肤品市场品牌分析

- 一、中国护肤品牌发展的四个阶段
- 二、中国十大护肤品品牌竞争状况
- 三、中国护肤品品牌关注度透析

## 第五节 2013-2014年中国护肤品行业竞争分析

- 一、中国护肤品市场竞争格局
- 二、中国护肤品细分市场竞争状况
  - (一) 保湿护肤品市场竞争状况
  - (二) 抗衰老紧致护肤品市场竞争状况
  - (三) 抗脂紧致护肤品市场竞争状况

## 三、中国本土护肤品牌竞争分析

## 第六节 2013-2014年护肤品企业积极调整战略部署

- 一、中高端品牌差异化战略分析
- 二、二、三线品牌战略部署趋势

## 第十二章 2013-2014年中国精油行业市场竞争格局分析

## 第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年中国精油市场竞争力统计

## 第十三章 2013-2014年中国精油企业提升竞争力策略分析

### 第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年国内护肤品生产企业提高竞争力的途径

### 第十四章 2013-2014年中国重点精油生产企业竞争性财务数据分析

#### 第一节 济南惠农玫瑰花精油有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

#### 第二节 [辽宁](#)孚曼实业有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

#### 第三节 昆明京京香料厂(嵩明县)

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

#### 第四节 苏州东吴香精有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

## 第五节 雅而顿香薰有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业主营业务范围
- 三、企业设备和产地分析
- 四、企业技术情况分析
- 五、企业经营情况分析

## 第六节 [新疆](#)伊犁伊帕尔汗香料发展有限责任公司

- 一、企业基本情况简介
- 二、企业经营产品情况
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业发展最新动态

## 第七节 [上海](#)豆蔻化妆品有限公司

- 一、公司基本情况分析
- 二、企业组织架构图
- 三、企业主营业务范围

## 第八节 芙蓉芮儿（厦门）精油有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优势分析

## 第九节 西安澳思娜化妆品有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业竞争优势

## 第十节 济南天源玫瑰制品开发有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展历程
- 三、企业主要经营范围

## 第十一节 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、新疆香袭人生物科技有限公司
- 五、潞西市华云商贸有限责任公司
- 六、[贵州](#)省岑巩县华馨香料厂
- 七、七彩云柏商贸有限公司

## 第章 2015-2020年中国化妆品行业发展趋势分析

### 第一节 2015-2020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、化妆品研发投资趋势分析
- 四、化妆品产业关联化带来新的投资点

### 第二节 2015-2020年中国化妆品行业的发展趋势

- 一、化妆品行业发展总趋势
- 二、未来化妆品原料的发展趋势
- 三、未来化妆品市场发展趋势 [预测](#)
- 四、化妆品 [连锁](#) 专卖将逐步取代单体店
- 五、药妆将成化妆品行业发展新趋势

### 第三节 2015-2020年中国化妆品市场规模预测

- 一、中国化妆品市场规模预测
- 二、高档化妆品市场规模预测

## 第十六章 2015-2020年中国精油行业发展趋势预测分析

### 第一节 2015-2020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 2015-2020年中国护肤品市场发展前景分析

- 一、中国护肤品总体市场规模预测
- 二、中国护肤品细分产品市场规模预测

### 第三节 2015-2020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、未来香薰世界将大放异彩
- 四、精油品牌渠道创新思路

## 第十七章 2015-2020年中国精油行业投资机会与风险分析

### 第一节 2015-2020年中国精油行业投资环境预测分析

- 一、中国宏观经济环境分析
- 二、中国化妆品发展规划分析

### 第二节 2015-2020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 2015-2020年中国精油行业投资风险分析

- 一、宏观政策风险分析
- 二、原材料风险分析
- 三、技术人才风险分析
- 四、市场竞争风险分析

## 第十八章 2015-2020年中国精油行业投资战略研究

### 第一节 2015-2020年香薰精油产业投资形势分析

### 第二节 2015-2020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 2015-2020年护肤品营销策略分析

- 一、护肤品广告心理策略
- 二、护肤品包装色彩营销
- 三、护肤品战略营销模式

### 第四节 2015-2020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、树立品牌形象

六、调整市场策略

#### 第五节 2015-2020年中国精油行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

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

#### 第六节 2015-2020年对中国精油品牌的战略思考

一、品牌的基本含义

二、品牌战略在企业发展中的重要性

三、品牌的特性和作用

四、品牌的价值战略

五、企业品牌发展战略

六、企业品牌竞争策略

访问中商产业研究院：<http://www.askci.com>

报告在线阅读：<http://www.askci.com/reports/2014/12/31/113058zdxo.shtml>

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□□

□□□□





## 中商产业研究院产品与服务

### □□□□□□

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□  
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□  
□□□□□□□□/□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□  
□□□□□□□□□□/□□□□□□□□ □□□□□□□□

### □□□□□□□□

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□  
□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□□□  
□□□□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□

### □□□□□□

□□□□□□ □□□□□□  
□□□□□□ □□  
□□□□□□

## 市场调研

□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□  
□□□□□□ □□□□□□ □□□□□□  
□□□□□□ □□□□□□  
□□□□□□ □□□□□□

### □□□□□□□□□□

□□□□ □□□□□□  
□□□□ □□□□□□  
□□□□ □□□□□□□□

## IPO□□□□

□□□□□□□□ □□□□□□  
□□□□□□□□ □□□□□□





单位全称：\_\_\_\_\_ 部 门：\_\_\_\_\_

联系人：\_\_\_\_\_ 联系电话：\_\_\_\_\_

地址/邮编：\_\_\_\_\_ 手 机：\_\_\_\_\_

E-mail：\_\_\_\_\_ 传 真：\_\_\_\_\_

报告名称：\_\_\_\_\_

报告格式：\_\_\_\_\_

付款方式：银行 邮局 支票 其他 订购数量：\_\_\_\_\_ 份

请选择报告版本：\_\_\_\_\_

1PDF电子版9000元/份 2印刷版9000元/份 3PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额：\_\_\_\_\_万\_\_\_\_\_仟\_\_\_\_\_佰\_\_\_\_\_拾\_\_\_\_\_元（小写：\_\_\_\_\_元）

预计付款日期：\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

指定账号：

开户行：中国工商银行深圳市分行

开户名：深圳中商产业研究院有限公司

帐 号：4000 0230 0920 1417 009

款到后，发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式：

研究报告：400-666-1917

可研报告+商业计划书：400-788-9700

IPO咨询专线：400-788-9689

市场调研：400-666-1917

产业园区咨询专线：400-788-9700

政府投资规划咨询热线：400-788-9700

北京：北京市朝阳区东四环中路41号嘉泰国际大厦B座13层（中国纺织科学研究院）

深圳：深圳市福田区中心区红荔路1001号银盛大厦7层（团市委办公大楼）

香港：香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真：0755-25407715/010-83525881

网址：<http://www.askci.com>

电邮：[service@askci.com](mailto:service@askci.com)

备注：请将订阅信息填好后，传真至我中心客服部，款到后发票随后寄发。