



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国精油市场需求深度调研与营销策略研究报告(2011-2015年)

一、调研说明

《中国精油市场需求深度调研与营销策略研究报告(2011-2015年)》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/179792.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

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。精油未经稀释一般最好不要直接使用。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。

随着人们对物质生活标准的提高，普通的化妆品已无法满足日常生活要求，越来越多的爱美女士开始注重化妆品的更高效果。在全球普遍对植物精油美容护肤作用和疗效看好的情况下，植物精油的发展趋势是替代化学化妆品而走进每一个家庭。从欧美市场的经验来看，精油类产品一般占到化妆品市场的30%左右。由此可以推出中国精油市场潜力巨大，并且随着中国经济持续高速增长，这个市场将会以5%左右的增长率持续发展。

《中国精油市场需求深度调研与营销策略研究报告(2011-2015年)》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于精油产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为精油产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。

本报告详述了精油产品的行业概况、市场发展现状及精油产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究精油市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对精油行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对精油产品投资的建议。

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 2010-2011年世界精油市场运营态势分析

第一节 2010-2011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、2010年全球护肤品消费格局预测
- 五、2010年全球化妆品市场趋势分析

第二节 2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年中国精油市场运营环境解析

第一节 2010-2011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2010-2011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2010-2011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、2010年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2010-2011年中国精油行业发展现状分析

第一节2010-2011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2010-2011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 2010-2011年中国精油市场存在的问题分析

第五章2010-2011年中国精油产业市场运行动态分析

第一节2010-2011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2010-2011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2010-2011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2010-2011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、2006年化妆品、护肤品、精油市场销售总额

二、2007年化妆品、护肤品、精油市场销售总额

三、2008年化妆品、护肤品、精油市场销售总额

四、2009年化妆品、护肤品、精油市场销售情况

五、2010年化妆品、护肤品、精油市场销售情况

六、同比分析

第三节2010-2011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2010-2011年中国精油应用市场运行走势分析

第一节2010-2011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2010-2011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、2010-2011年保健按摩行业政策环境分析

第三节2010-2011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 2006-2009年中国精油进出口数据监测分析（3301）

第一节 2006-2009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 2006-2009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 2006-2009年中国精油进出口平均单价分析

第四节 2006-2009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2010-2011年中国精油行业消费市场分析

第一节2010-2011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2010-2011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2010-2011年中国化妆品行业发展分析

第一节 2010-2011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2010-2011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2010-2011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 2010-2011年化妆品行业发展分析

- 一、2010-2011年化妆品行业增速分析
- 二、2010-2011年化妆品农村市场潜力
- 三、2010-2011年中低端化妆品增长预期
- 四、2010-2011年高档化妆品征收消费税
- 五、2010-2011年化妆品行业结构化调整形势

第十一章 2010-2011年中国护肤品行业运行态势分析

第一节 2010-2011年中国护肤品市场动态分析

- 一、2010年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、2010年我国研制首款防电磁辐射护肤品

第二节 2010-2011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、2010年国内本土护肤品牌继续扩张

第三节 2010-2011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 2010年中国护肤品市场品牌分析

- 一、2010年中国十大护肤品品牌情况
- 二、2010年护肤化妆品品牌比较分析
- 三、2010年护肤品市场品牌突围分析

第五节 2010-2011年护肤品企业积极调整战略部署

- 一、2010-2011年护肤品市场增长分析
- 二、2010-2011年中高端品牌战略部署
- 三、2010-2011年三、四线品牌的战略

第十二章2010-2011年中国精油行业市场竞争格局分析

第一节2010-2011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2010-2011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2010-2011年中国精油市场竞争力统计

第十三章2010-2011年中国精油企业提升竞争力策略分析

第一节2010-2011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2010-2011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2010-2011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2010-2011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 2010-2011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 2010-2011年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 2011-2015年中国化妆品行业发展趋势分析

第一节 2011-2015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、2010-2011年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 2011-2015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 2011-2015年中国精油行业发展趋势预测分析

第一节 2011-2015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 2011-2015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

第十七章 2011-2015年中国精油行业投资机会与风险分析

第一节 2011-2015年中国精油行业投资环境预测分析

第二节 2011-2015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 2011-2015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

图表目录：

图表：2006-2010年全球化妆品市场所占比例

图表：2006-2010年全球各类产品零售额增长情况

图表：2006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：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年前三季度中国三产业增加值结构图

图表：2009-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2010年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2010年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2010年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年7月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年10月人民币汇率中间价对照表

图表：2009-2010年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009-2010年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2010年10月20日人民币利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2009年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2009年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2006-2009年中国精油进口数量分析

图表：2006-2009年中国精油进口金额分析

图表：2006-2009年中国精油出口数量分析

图表：2006-2009年中国精油出口金额分析

图表：2006-2009年中国精油进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国精油进口国家及地区分析

图表：2006-2009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

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司主要经济指标走势图

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司经营收入走势图

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司盈利指标走势图

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司负债情况图

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司负债指标走势图

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司运营能力指标走势图

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司成长能力指标走势图

图表：河南省辉县市常胜油厂主要经济指标走势图

图表：河南省辉县市常胜油厂经营收入走势图

图表：河南省辉县市常胜油厂盈利指标走势图

图表：河南省辉县市常胜油厂负债情况图

图表：河南省辉县市常胜油厂负债指标走势图

图表：河南省辉县市常胜油厂运营能力指标走势图

图表：河南省辉县市常胜油厂成长能力指标走势图

图表：昆明京京香料厂主要经济指标走势图

图表：昆明京京香料厂经营收入走势图

图表：昆明京京香料厂盈利指标走势图

图表：昆明京京香料厂负债情况图

图表：昆明京京香料厂负债指标走势图

图表：昆明京京香料厂运营能力指标走势图

图表：昆明京京香料厂成长能力指标走势图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司主要经济指标走势图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司经营收入走势图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司盈利指标走势图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司负债情况图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司负债指标走势图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司运营能力指标走势图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司成长能力指标走势图

图表：贵阳基志香料厂主要经济指标走势图

图表：贵阳基志香料厂经营收入走势图

图表：贵阳基志香料厂盈利指标走势图

图表：贵阳基志香料厂负债情况图

图表：贵阳基志香料厂负债指标走势图

图表：贵阳基志香料厂运营能力指标走势图

图表：贵阳基志香料厂成长能力指标走势图

通过《中国精油市场需求深度调研与营销策略研究报告(2011-2015年)》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/179792.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）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提供专业投资咨询报告、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。