



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国精油市场调查 及未来前景预测研究报告

一、调研说明

《2011-2015年中国精油市场调查及未来前景预测报告》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/190676.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

植物精油素有"植物激素"之称，其实许多精油的性质与人体激素一样，对人体有着重要作用。精油较为人所熟知的功效，不外乎舒缓与振奋精神这种较偏向心理上的功效，但是精油的功效不仅于此。不同种类的精油还有各种不同的功效，对于一些疾病，也有舒缓和减轻症状的功能。精油对许多的疾病都很有帮助，配合药物的治疗，可以让疾病恢复的更快。并且在日常生活中使用，可以起到净化空气、消毒、杀菌的功效，同时可以预防一些传染性疾病。

目前，精油产品在中国市场上已经得到消费者认可，回头率和忠诚度很高。可是，大多精油都出自于美容院这些专业护肤场所，个人居家因对精油的不了解所购较少，目前的国内精油品牌实力都比较小，在市场运作方面处处受阻，商场专柜，国际品牌争奇斗艳，其中的澳洲品牌的比例不可小视。随着中国精油市场的日渐成熟，中澳之间的合作将会越来越频繁。国内的精油市场，是一个充满机会和前景的市场。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国精油市场调查及未来前景预测研究报告》指出：2009至2010年间，精油销售量占我国化妆品市场销售总量的份额成倍增加。2005年，中国化妆品市场容量约600亿，而其中精油连1%的份额都不到。到2007年，精油占化妆品市场容量份额到达2%，2008年到达3%，2009年到达5%，2010年则高达8%。我国精油行业在将来5至10年中，具备相称大的开展后劲。

从欧美市场的经验来看，香薰精油类产品一般占到化妆品市场30%左右。由此推测中国香薰精油市场潜力巨大，并且随着中国经济持续高速增长这个市场将会以5%的增长率持续发展。中国香薰精油市场的快速成长自然引起了国际知名品牌的关注，它们先后进入中国市场，FENNI(芬旋)、欧舒丹、嘉贝诗等，都寄望在中国消费者刚刚形成消费意识的时候就抢先占据国际名牌形象，抢占最大的市场份额。

目录

第一章 精油行业发展概述 1

第一节 精油简述 1

一、精油萃取 1

二、精油的功效 3

三、精油的作用机理 3

第二节 精油细分及基础油介绍 4

一、基础油概述 4

二、单方精油概述 7

三、复方精油概述 8

第三节 精油提炼及特点分析 8

一、精油的提炼 8

二、香薰精油的特点 10

三、精油与化学合成分子的差异 11

第二章 世界精油市场发展状况分析 12

第一节 国际护肤品市场发展分析 12

一、国际护肤品市场概述 12

二、全球天然护肤品需求量分析 12

三、金融风暴下护肤品需求分析 13

四、全球护肤品消费格局预测 13

五、全球化妆品市场趋势分析 14

第二节 全球精油市场分析 16

一、全球香薰产品市场透析 16

二、全球树脂精油产销情况分析 17

三、全球精油市场生产及消费状况 18

第三节 全球玫瑰精油市场发展分析 19

一、玫瑰和玫瑰油的分类及用途 19

二、国内外玫瑰产业的发展情况 19

三、世界各国玫瑰油产量和市场 20

四、保加利亚玫瑰精油特点分析 21

五、保加利亚种植玫瑰的优势 21

六、保加利亚玫瑰精油发展历史 22

第三章 中国精油行业投资环境分析 24

第一节 国内宏观经济环境分析 24

一、GDP历史变动轨迹分析 24

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 25

三、2011年中国宏观经济发展预测分析 27

第二节 中国精油行业政策环境分析 31

一、中国化妆品的管理与监督的特点 31

- 二、2008年9月1日起施行《化妆品标识管理规定》 32
- 三、2010年化妆品成分必须全部标识 37
- 四、化妆品卫生标准"十一五"规划 37
- 五、精油有关的国际标准 40

第四章 中国精油行业发展现状分析 46

第一节 中国香薰产业运行综述 46

- 一、香薰产业所处发展阶段 46
- 二、香薰品牌发展分析 46
- 三、香薰服务发展分析 47
- 四、香薰产业发展空间 47

第二节 中国香薰精油行业发展分析 48

- 一、中国香精香料企业规模 48
- 二、香薰精油行业现状及发展前景 48
- 三、精油市场发展现状及趋势 49

第五章 中国精油产业市场运行动态分析 50

第一节 中国精油行业发展动态分析 50

- 一、植物精油替代化学化妆品分析 50
- 二、八十四团留兰香精油畅销国内市场 53
- 三、自主精油技术助芳香产业升级 54
- 四、北川将要打造知名的玫瑰谷 55

第二节 中国主要精油产品发展分析 56

- 一、玫瑰精油的发展 56
- 二、玫瑰精油在中国的市场 56
- 三、中国天然茶树精油研究分析 57

第三节 中国精油细分市场发展分析 58

- 一、女士精油 58
- 二、男士精油 59
- 三、儿童精油 59

第六章 中国精油应用领域分析 60

第一节 中国SPA市场分析 60

- 一、精油SPA的作用 60
- 二、SPA文化在世界各地的起源与发展 60
- 三、国内SPA市场行业标准缺失 61
- 四、中国SPA市场热的冷思考 61
- 五、全球SPA未来发展趋势 63
- 六、中国SPA市场前景分析 65
- 七、男士SPA生活馆市场空间 66

第二节 中国按摩市场分析 67

- 一、全国按摩市场现状分析 67
- 二、中医按摩市场竞争形势分析 67
- 三、中国盲人按摩市场现状及未来发展 68
- 四、中国盲人按摩市场竞争情况分析 69
- 五、当前中国保健按摩行业存在的问题 70
- 六、发展推拿按摩行业对社会的作用 71

第三节 中国美容市场分析 71

- 一、美容行业发展分析 71
- 二、美容业新经济增长点分析 72
- 三、金融危机对美容业的影响 73
- 四、美容市场规模分析 74
- 五、美容市场需求分析 74
- 六、美容市场发展对策 75

第七章 中国化妆品行业发展分析 78

第一节 中国化妆品市场特点 78

- 一、当今化妆品市场新特点 78
- 二、中国化妆品行业市场特点 78
- 三、化妆品市场特征及渠道盘点 80

第二节 中国化妆品市场规模分析 81

- 一、中国化妆品行业增长率 81
- 二、最近三年中国化妆品销售额 82
- 三、化妆品网络销售额情况 82

第三节 中国化妆品行业发展现状分析 83

一、化妆品行业品牌发展现状 83

二、化妆品行业消费市场现状 83

三、化妆品市场消费层次分析 85

四、中国化妆品市场走向分析 85

第八章 中国护肤品行业运行态势分析 87

第一节 护肤品市场现状分析 87

一、国内护肤品市场状况分析 87

二、护肤品市场销售情况分析 89

三、护肤品市场热点分析 90

第二节 中国护肤品市场的发展态势 93

一、护肤品品牌市场发展态势 93

二、专业护肤品企业发展态势 93

三、高档护肤品发展情况分析 94

第三节 中国护肤品市场品牌分析 95

一、中国十大护肤品品牌情况 95

二、护肤化妆品品牌比较分析 95

三、护肤品市场品牌突围分析 100

第四节 护肤品企业积极调整战略部署 102

一、护肤品市场增长分析 102

二、中高端品牌战略部署 102

三、三、四线品牌的战略 104

第九章 中国精油行业市场竞争格局分析 105

第一节 中国精油行业竞争结构分析 105

一、行业内现有企业的竞争 105

二、新进入者的威胁 105

三、替代品的威胁 105

四、供应商的讨价还价能力 106

五、购买者的讨价还价能力 106

第二节 中国精油企业竞争力分析 106

- 一、品牌形象力 106
- 二、制度有效力 106
- 三、战略执行力 107
- 四、研发创新力 107
- 五、资源整合力 108

第十章 中国精油企业提升竞争力策略分析 109

第一节 精油领先者市场竞争策略 109

- 一、维护高质量形象 109
- 二、扩大市场需求总量 109
- 三、保护市场份额 110
- 四、扩大市场份额 110

第二节 精油挑战者市场竞争策略 110

- 一、正面进攻 110
- 二、侧翼攻击 110
- 三、包围进攻 111
- 四、迂回攻击 111
- 五、游击战 111

第三节 精油追随者的市场竞争策略 111

- 一、紧密追随策略 111
- 二、距离追随策略 111
- 三、选择追随策略 112

第四节 精油补缺者的市场竞争策略 112

- 一、市场补缺者的特征 112
- 二、市场补缺者的策略 112

第五节 国内护肤品生产企业提高竞争力的途径 113

- 一、进行准确的市场定位 113
- 二、提高产品质量及加强品牌塑造 113
- 三、运用多种营销手段形成独到的营销策略 113
- 四、加强终端服务建设 114
- 五、开发男性护肤品市场 114

第十一章 中国重点精油生产企业竞争性财务数据分析 115

第一节 辽宁孚曼实业有限公司 115

- 一、企业概况 115
- 二、企业主要经济指标分析 115
- 三、企业盈利能力分析 115
- 四、企业偿债能力分析 116
- 五、企业运营能力分析 116
- 六、企业成长能力分析 116

第二节 广西南宁市邕宁区香蕾茶厂 117

- 一、企业概况 117
- 二、企业主要经济指标分析 117
- 三、企业盈利能力分析 117
- 四、企业偿债能力分析 118
- 五、企业运营能力分析 118
- 六、企业成长能力分析 118

第三节 济南惠农玫瑰花精油有限公司 118

- 一、企业概况 118
- 二、企业主要经济指标分析 119
- 三、企业盈利能力分析 120
- 四、企业偿债能力分析 120
- 五、企业运营能力分析 120
- 六、企业成长能力分析 120

第四节 昆明京京香料厂(嵩明县) 121

- 一、企业概况 121
- 二、企业主要经济指标分析 121
- 三、企业盈利能力分析 121
- 四、企业偿债能力分析 122
- 五、企业运营能力分析 122
- 六、企业成长能力分析 122

第五节 浙江省建德市千岛湖香料有限公司 123

- 一、企业概况 123
- 二、企业主要经济指标分析 123

三、企业盈利能力分析 123

四、企业偿债能力分析 124

五、企业运营能力分析 124

六、企业成长能力分析 124

第六节 其它企业分析 124

一、深圳市芳馨精油原料有限公司 124

二、爱易莱科技有限公司 125

三、广西芙美佳有限公司 125

四、海棠有限公司 125

五、雅而顿香薰有限公司 126

六、广州幽香源香薰生活有限公司 126

七、上海豆蔻化妆品有限公司 126

第十二章 2011-2015年中国化妆品行业发展趋势分析 127

第一节 2011-2015年中国化妆品行业前景与机遇分析 127

一、中国化妆品行业发展前景 127

二、中国化妆品发展机遇分析 128

三、2009-2010年化妆品的发展机遇分析 128

四、金融危机对化妆品行业的影响分析 130

第二节 2011-2015年中国化妆品市场趋势分析 133

一、化妆品市场发展空间 133

二、化妆品技术革新趋势 133

三、化妆品价格走势分析 137

四、国际环境对行业的影响 137

第十三章 2011-2015年中国精油行业发展趋势预测分析 138

第一节 2011-2015年中国护肤趋势分析 138

一、天然有机成分含量趋势 138

二、美白功效产品发展趋势 138

三、药妆市场发展趋势分析 140

第二节 2011-2015年中国精油行业发展趋势分析 142

一、香薰精油行业发展前景 142

- 二、树脂精油的发展前景分析 143
- 三、中国精油市场准入趋势分析 145
- 四、未来香熏世界将大放异彩 145
- 五、最新最热的美容院精油项目 146

第十四章 2011-2015年中国精油行业投资机会与风险分析 147

第一节 2011-2015年中国精油行业投资环境预测分析 147

第二节 2011-2015年中国精油行业投资机会分析 148

一、精油投资潜力分析 148

二、精油投资吸引力分析 149

第三节 2011-2015年中国精油行业投资风险分析 150

一、市场竞争风险分析 150

二、政策风险分析 150

三、原材料风险分析 150

四、技术风险分析 150

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/190676.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专业提供投资咨询报告、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。