

2020-2026年中国精油行业 发展态势与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国精油行业发展态势与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202008/184810.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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，也基于这个原因，精油必须用可以密封的深色瓶子储存。

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。精油有分稀释的（复方精油）和未经稀释（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。

并不是所有的植物都能产出精油，只有含有香脂腺的植物才可能产出精油。不同植物的香脂腺分布有区别，有的是花瓣、叶子、根茎或树干上。将香囊提炼萃取后，即成为我们所称的“植物精油”。精油里包含很多不同的成份，有的精油，例如玫瑰，可由250种以上不同的分子结合而成。精油具有亲脂性，很容易溶在油脂中，因为精油的分子链通常比较短，这使得它们极易渗透于皮肤，且借着皮下脂肪下丰富的毛细血管而进入体内。精油是由一些很小的分子所组成，这些高挥发物质，可由鼻腔粘膜组织吸收进入身体，将讯息直接送到脑部，通过大脑的边缘系统，调节情绪和身体的生理功能。所以在芳香疗法中，精油可强化生理和心理的机能。每一种植物精油都有一个化学结构来决定它的香味、色彩、流动性和它与系统运作的方式，也使得每一种植物精油各有一套特殊的功能特质。

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。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国精油行业发展态势与投资战略研究报告》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2016-2019年世界精油市场运营态势分析

第一节2016-2019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2016-2019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2016-2019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2016-2019年中国精油市场运营环境解析

第一节2016-2019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2016-2019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2016-2019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2016-2019年中国精油行业发展现状分析

第一节2016-2019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2016-2019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2016-2019年中国精油市场存在的问题分析

第五章2016-2019年中国精油产业市场运行动态分析

第一节2016-2019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2016-2019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2016-2019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2016-2019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2016-2019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2016-2019年中国精油应用市场运行走势分析

第一节2016-2019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2016-2019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、2016-2019年保健按摩行业政策环境分析

第三节2016-2019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2016-2019年中国精油所属行业进出口数据监测分析（3301）

第一节2016-2019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2016-2019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2016-2019年中国精油进出口平均单价分析

第四节2016-2019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2016-2019年中国精油行业消费市场分析

第一节2016-2019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2016-2019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2016-2019年中国化妆品行业发展分析

第一节2016-2019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2016-2019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2016-2019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2016-2019年化妆品行业发展分析

- 一、2016-2019年化妆品行业增速分析
- 二、2016-2019年化妆品农村市场潜力
- 三、2016-2019年中低端化妆品增长预期
- 四、2016-2019年高档化妆品征收消费税
- 五、2016-2019年化妆品行业结构化调整形势

第十一章2016-2019年中国护肤品行业运行态势分析

第一节2016-2019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2016-2019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2016-2019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2016-2019年护肤品企业积极调整战略部署

一、2016-2019年护肤品市场增长分析

二、2016-2019年中高端品牌战略部署

三、2016-2019年三、四线品牌的战略

第十二章2016-2019年中国精油行业市场竞争格局分析

第一节2016-2019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2016-2019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2016-2019年中国精油市场竞争力统计

第十三章2016-2019年中国精油企业提升竞争力策略分析

第一节2016-2019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2016-2019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2016-2019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2016-2019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2016-2019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2016-2019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2020-2026年中国化妆品行业发展趋势分析

第一节2020-2026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2020-2026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2020-2026年中国精油行业发展趋势预测分析

第一节2020-2026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2020-2026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2020-2026年中国精油行业投资机会与风险分析（）

第一节2020-2026年中国精油行业投资环境预测分析

第二节2020-2026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2020-2026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

图表目录：

图表：2016-2019年全球化妆品市场所占比例

图表：2016-2019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：2016-2019年中国精油进口数量分析

图表：2016-2019年中国精油进口金额分析

图表：2016-2019年中国精油出口数量分析

图表：2016-2019年中国精油出口金额分析

图表：2016-2019年中国精油进出口平均单价分析

图表：2016-2019年中国精油进口国家及地区分析

图表：2016-2019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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/184810.html>