

2009-2012年中国精油行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国精油行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajtfw/6026860268.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

内容简介

香薰精油已经出现两千多年了，由于其昂贵的价格、神秘而美妙的功用，一直都是皇室贵族们专享的奢侈品，因此被人们称作“软黄金”。香薰精油的主要市场在北美、西欧及日本，这几个市场约占全球市场的80%，销售额高达136亿美元左右，其它国家和地区消费量很少。中国目前化妆品市场容量高达1480亿，而这其中香薰精油份额只有1%左右。实际上，中国历来都是世界芳香产业中的重要供应者，然而在香薰精油的生产及消费方面一直都处于缺失状态，众多小型厂家急于抢夺短期利益，造成中国香薰精油市场混乱。而反观消费市场，尽管潜力巨大，但形式单一，且品牌消费意识不强。一段时间以来，消费者对于精油产品的消费大多集中于专业的SPA馆、美容护肤场所等，而相关精油品牌也大多依托于这些专业场所进行销售。从这个角度来看，精油产品由于其本身的产品特性以及消费者对其认知的有限造成了中国消费市场的现状。

随着中国经济的不断持续发展，特别是国内众多一二线城市的不断成长，造就了一大批高收入阶层、拥有强大消费能力的中产阶级。由于工作压力的剧增、消费意识的转换以及生活品质提升的需求等因素影响，精油消费已经开始走出传统的专业场所，在商场专柜、专卖店乃至精品小店里，精油产品也触手可及，从而更加促进了消费者对于精油产品的了解。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(芬旎)、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。意大利的FENNI(芬旎)品牌，一个专做香薰精油的魅力品牌，已经与国内一家知名上市公司达成战略合作，全面开拓中国香薰精油市场，而且双方联合针对中国市场的特点，创造性提出一种能在3-5年内带动渠道合作伙伴共同飞跃的商业模式，中国香薰精油行业已经启航。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国务院研究发展中心、国家信息中心、中国保健协会、中国化学工业协会、国际精油和香料贸易联合会、中国香料香精化妆品工业协会、中国上市公司资讯网等权威渠道数据，同时采用大量产业数据库以及对精油市场所进行的市场调查大量资料，综合运用定量和定性的分析方法对中国精油市场发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告从精油概述和发展环境、精油市场运行情况、细分产品市场发展、优势企业发展分析、发展趋势与营销分析几大部分，对行业现状格局、存在的主要问题和营销对策等进行详细的论述。本报告主要面向于精油生产企业、精油流通企业及欲进入的产业投资资本，同时对于产业研究规律、产业政策制定和欲进入的风险投资集团具有重要的参考价值。

报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 精油行业发展概述 1

第一节 精油概述 1

一、精油概述 1

二、精油的功效 2

三、精油的作用机理 2

第二节 精油细分及基础油介绍 3

一、基础油概述 3

二、单方精油概述 5

三、复方精油概述 6

第三节 精油提炼及特点分析 7

一、精油的提炼 7

二、香薰精油的特点 7

三、精油与化学合成分子的差异 8

第二章 全球精油市场发展分析 9

第一节 国际护肤品市场发展分析 9

一、国际护肤品市场概述 9

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、2010年全球护肤品消费格局预测 14

五、2010年全球化妆品市场趋势分析 15

第二节 全球精油市场分析 20

一、全球香薰产品市场透析 20

二、全球树脂精油产销情况分析 22

三、全球精油市场生产及消费状况 24

四、2008年国际市场精油价格走势 25

五、2008-2009年国际精油技术的发展 25

六、北美精油市场现状及需求预测 32

七、西非精油行业发展及出口分析 34

第三节 全球玫瑰精油市场发展分析 35

一、玫瑰和玫瑰油的分类及用途 35

二、国内外玫瑰产业的发展情况 35

三、世界各国玫瑰油产量和市场 37

四、保加利亚玫瑰精油特点分析 37

五、保加利亚种植玫瑰的优势 38

- 六、保加利亚玫瑰精油发展历史 39
- 七、中、保玫瑰精油合作的可能性探讨 40
- 第三章 我国精油行业发展现状 42
 - 第一节 香薰产业发展分析 42
 - 一、香薰产业发展阶段 42
 - 二、香薰品牌发展分析 42
 - 三、香薰服务发展分析 43
 - 四、香薰产业发展空间 43
 - 第二节 香薰精油行业发展分析 44
 - 一、我国香精香料企业规模 44
 - 二、香薰精油行业现状及发展前景 45
 - 三、2008年精油市场发展现状及趋势 46
 - 四、2009年我国精油市场存在的问题 47
 - 第三节 我国精油行业发展动态 51
 - 一、植物精油替代化学化妆品分析 51
 - 二、八十四团留兰香精油畅销国内市场 54
 - 三、自主精油技术助芳香产业升级 55
 - 四、北川将要打造知名的玫瑰谷 56
 - 第四节 主要精油产品发展分析 57
 - 一、玫瑰精油的发展 57
 - 二、玫瑰精油在我国的市场 60
 - 三、我国天然茶树精油研究分析 61
 - 第五节 精油细分市场发展分析 62
 - 一、女士精油 62
 - 二、男士精油 68
 - 三、儿童精油 70
- 第四章 我国精油市场调查研究 72
 - 第一节 香薰精油品牌排名（世界品牌） 72
 - 一、高级精油 72
 - 二、中档精油 72
 - 三、平价精油 72
 - 第二节 化妆品、护肤品、精油市场销售情况 73
 - 一、2006年化妆品、护肤品、精油市场销售总额 73
 - 二、2007年化妆品、护肤品、精油市场销售总额 73
 - 三、2008年化妆品、护肤品、精油市场销售总额 73

四、2009-2012年化妆品、护肤品、精油市场销售预测 73

第三节 2008-2009年香薰精油市场调查分析 74

一、香薰产品琳琅满目 74

二、香薰精油市场规模 74

三、劣质精油问题调查 75

第五章 我国精油应用市场分析 76

第一节 SPA市场分析 76

一、精油SPA的作用 76

二、SPA文化在世界各地的起源与发展 80

三、国内SPA市场行业标准缺失 84

四、我国SPA市场热的冷思考 86

五、全球SPA未来发展趋势 87

六、我国SPA市场前景分析 90

七、男士SPA生活馆市场空间 91

第二节 按摩市场分析 93

一、全国按摩市场现状分析 93

二、中医按摩市场竞争形势分析 95

三、我国盲人按摩市场现状及未来发展 96

四、我国盲人按摩市场竞争情况分析 99

五、当前我国保健按摩行业存在的问题 100

六、发展推拿按摩行业对社会的作用 102

七、2008-2009年保健按摩行业政策环境分析 105

第三节 美容市场分析 107

一、2008年美容行业发展分析 107

二、2008年美容业新经济增长点分析 108

三、金融危机对美容业的影响 109

四、美容市场规模分析 113

五、美容市场需求分析 116

六、美容市场发展对策 118

第六章 我国精油行业进出口分析 121

第一节 2007年我国精油进出口分析 121

一、2007年精油、香膏等产品出口分析 121

二、2007年精油、香膏等产品进口分析 124

第二节 2008年我国精油进出口分析 129

一、2008年精油、香膏等产品出口分析 129

- 二、2008年精油、香膏等产品进口分析 132
- 第三节 2009-2010年精油关税情况分析 136
 - 一、2009-2010年中国精油产品降税情况 136
 - 二、2009-2010年东盟国家精油降税情况 136
- 第四节 2007-2010年化妆品进出口分析 140
 - 一、2007年我国化妆品出口情况 140
 - 二、2006-2007年化妆品及护肤品进出口数据 142
 - 三、2007-2008年化妆品及护肤品进出口数据 142
 - 四、2008-2009年部分地区化妆品出口情况 142
- 第七章 中国精油行业消费市场分析 144
 - 第一节 中国精油消费者收入分析 144
 - 一、人口规模与年龄结构分析 144
 - 二、学历结构分析 144
 - 三、2009年消费者信心指数分析 145
 - 四、2009年居民生活水平分析 147
 - 五、2009年零售市场情况分析 154
 - 第二节 2009年6月植物精油消费者调查 156
 - 一、消费者年龄段分布 156
 - 二、消费者性别比例 156
 - 三、消费者职业分布 157
 - 四、消费者学历分布 157
 - 五、消费者每年用于美容理疗的花费 157
 - 六、当前芳香美容市场存在的最主要问题调查 158
 - 七、是否愿意尝试一款新品种精油调查 158
 - 八、国内品牌和国外品牌认可度调查 158
 - 九、植物精油及其功效了解渠道调查 159
 - 十、选择某一品牌精油的理由调查 159
- 第二部分 关联产业发展分析
- 第八章 我国化妆品行业发展分析 161
 - 第一节 我国化妆品市场特点 161
 - 一、当今化妆品市场新特点 161
 - 二、2007年中国化妆品行业市场特点 162
 - 三、2008化妆品市场特征及渠道盘点 165
 - 第二节 我国化妆品市场规模 168
 - 一、我国化妆品行业增长率 168

- 二、最近三年我国化妆品销售额 168
- 三、2008年化妆品网络销售额情况 169
- 第三节 我国化妆品行业发展现状 170
 - 一、化妆品行业品牌发展现状 170
 - 二、化妆品行业消费市场现状 174
 - 三、化妆品市场消费层次分析 175
 - 四、我国化妆品市场走向分析 176
- 第四节 2009年化妆品行业发展分析 178
 - 一、2009年化妆品行业增速分析 179
 - 二、2009年化妆品农村市场潜力 179
 - 三、2009年中低端化妆品增长预期 180
 - 四、2009年高档化妆品征收消费税 183
 - 五、2009年化妆品行业结构化调整形势 183
- 第九章 护肤品行业发展分析 187
 - 第一节 护肤品市场现状分析 187
 - 一、国内护肤品市场状况分析 187
 - 二、护肤品市场销售情况分析 187
 - 三、2008年护肤品市场热点分析 188
 - 第二节 中国护肤品市场的发展态势 191
 - 一、护肤品品牌市场发展态势 191
 - 二、专业护肤品企业发展态势 192
 - 三、高档护肤品发展情况分析 192
 - 第三节 中国护肤品市场品牌分析 194
 - 一、2008年中国十大护肤品品牌情况 194
 - 二、2008年护肤化妆品品牌比较分析 194
 - 三、2008年护肤品市场品牌突围分析 199
 - 第四节 2009年护肤品企业积极调整战略部署 200
 - 一、2009年护肤品市场增长分析 201
 - 二、2009年中高端品牌战略部署 201
 - 三、2009年三、四线品牌的战略 202
- 第三部分 行业竞争格局
- 第十章 精油行业竞争格局分析 205
 - 第一节 精油行业竞争结构分析 205
 - 一、行业内现有企业的竞争 205
 - 二、新进入者的威胁 206

- 三、替代品的威胁 207
- 四、供应商的讨价还价能力 207
- 五、购买者的讨价还价能力 208
- 第二节 国内护肤品生产企业的SWOT分析 208
 - 一、优势 208
 - 二、劣势 208
 - 三、机会 209
 - 四、威胁 209
- 第三节 精油企业竞争力分析 210
 - 一、品牌形象力 210
 - 二、制度有效力 210
 - 三、战略执行力 211
 - 四、研发创新力 211
 - 五、资源整合力 211
- 第四节 精油市场竞争力统计 212
- 第十一章 精油企业竞争策略分析 213
 - 第一节 领先者市场竞争策略 213
 - 一、维护高质量形象 213
 - 二、扩大市场需求总量 213
 - 三、保护市场份额 214
 - 四、扩大市场份额 215
 - 第二节 挑战者市场竞争策略 215
 - 一、正面进攻 215
 - 二、侧翼攻击 215
 - 三、包围进攻 216
 - 四、迂回攻击 216
 - 五、游击战 216
 - 第三节 追随者的市场竞争策略 216
 - 一、紧密追随策略 217
 - 二、距离追随策略 217
 - 三、选择追随策略 217
 - 第四节 补缺者的市场竞争策略 217
 - 一、市场补缺者的特征 217
 - 二、市场补缺者的策略 218
 - 第五节 国内护肤品生产企业提高竞争力的途径 219

- 一、进行准确的市场定位 219
- 二、提高产品质量及加强品牌塑造 219
- 三、运用多种营销手段形成独到的营销策略 219
- 四、加强终端服务建设 220
- 五、开发男性护肤品市场 220
- 第十二章 重点精油企业竞争分析 222
 - 第一节 深圳市芳馨精油原料有限公司 222
 - 第二节 爱易莱科技有限公司 223
 - 第三节 广西芙美佳有限公司 224
 - 第四节 海棠有限公司 226
 - 第五节 雅而顿香薰有限公司 227
 - 第六节 广州幽香源香薰生活有限公司 228
 - 第七节 上海豆蔻化妆品有限公司 229
- 第四部分 发展趋势预测
- 第十三章 化妆品行业发展趋势分析 231
 - 第一节 我国化妆品行业前景与机遇分析 231
 - 一、我国化妆品行业发展前景 231
 - 二、我国化妆品发展机遇分析 232
 - 三、2009年化妆品的发展机遇分析 234
 - 四、金融危机对化妆品行业的影响分析 237
 - 第二节 2009-2012年中国化妆品市场趋势分析 239
 - 一、2008-2009年化妆品市场趋势总结 239
 - 二、2009-2012年化妆品发展趋势分析 245
 - 三、2009-2012年化妆品市场发展空间 246
 - 四、2009-2012年化妆品技术革新趋势 248
 - 五、2009-2012年化妆品价格走势分析 249
 - 六、2009-2012年国际环境对行业的影响 250
- 第十四章 精油行业发展趋势预测 252
 - 第一节 2009年护肤趋势分析 252
 - 一、2009年天然有机成分含量趋势 252
 - 二、2009年美白功效产品发展趋势 253
 - 三、2009年药妆市场发展趋势分析 253
 - 第二节 精油行业发展趋势分析 255
 - 一、香薰精油行业发展前景 255
 - 二、树脂精油的发展前景分析 256

- 三、我国精油市场准入趋势分析 258
- 四、2009年香熏世界将大放异彩 259
- 五、2009年最新最热的美容院精油项目 259
- 第五部分 投资战略研究
- 第十五章 精油行业投资环境分析 261
- 第一节 经济发展环境分析 261
- 一、2008年宏观经济发展情况分析 261
- 二、2008-2009年我国宏观经济景气指数分析 291
- 三、2008-2009年居民消费价格分类指数分析 296
- 四、2009年我国宏观经济运行分析 304
- 五、2009-2010年中国经济增长分析预测 317
- 第二节 社会发展环境分析 322
- 一、2009年全国居民收入情况分析 322
- 二、2009年全国社会消费品零售总额 323
- 三、2009年全国百家重点大型零售企业销售情况 324
- 四、2009年全国居民消费价格分析 325
- 第三节 政策环境分析 327
- 一、我国化妆品的管理与监督的特点 327
- 二、2008年9月1日起施行《化妆品标识管理规定》 328
- 三、2010年化妆品成分必须全部标识 329
- 四、化妆品卫生标准“十一五”规划 329
- 五、精油有关的国际标准 336
- 第十六章 精油行业投资机会与风险 344
- 第一节 精油企业战略规划不确定性风险分析 344
- 一、客观事件的不确定性风险 344
- 二、市场的不确定性风险 345
- 三、行业发展的不确定性风险 345
- 四、技术发展的不确定性风险 345
- 五、战略规划者的主观不确定性风险 346
- 六、执行过程的不确定性风险 346
- 七、工具方法的局限性风险 347
- 八、战略规划系统的不确定性风险 347
- 第二节 金融危机给我国企业带来的机遇分析 348
- 一、为享受调控政策带来机遇 348
- 二、为搞好战略转型带来机遇 349

- 三、为吸引国际投资带来机遇 349
- 四、为招聘高端人才带来机遇 350
- 五、为实施战略重组带来机遇 350
- 六、为降低制造成本带来机遇 351
- 第三节 金融危机下精油行业发展机遇分析 351
 - 一、金融危机为精油企业提供了并购国外企业的机会 351
 - 二、金融危机导致部分经营不善的精油企业退出市场 353
 - 三、金融危机也给精油带来了巨大发展机遇 353
 - 四、金融危机中我国精油企业发展机遇分析 353
- 第十七章 精油行业投资战略研究 355
 - 第一节 2009年香薰精油产业投资形势分析 355
 - 第二节 中小型化妆品公司护肤品的对策分析 356
 - 一、护肤品的产品定位及市场定位 356
 - 二、中小型化妆品公司护肤品的战略分析 356
 - 第三节 护肤品营销策略分析 359
 - 一、护肤品广告心理策略 359
 - 二、护肤品广告市场分析 364
 - 三、护肤品包装色彩营销 366
 - 第四节 2009-2012年我国精油企业发展策略 367
 - 一、坚守核心主业 367
 - 二、构建优质渠道 368
 - 三、整合优质资源 368
 - 四、提升经营能力 369
 - 五、明确品牌形象 370
 - 六、调整市场策略 370
 - 第五节 精油行业发展战略研究 371
 - 一、技术开发战略 371
 - 二、产业战略规划 375
 - 三、业务组合战略 377
 - 四、营销战略规划 379
 - 五、区域战略规划 381
 - 六、企业信息化战略规划 390
 - 第六节 对我国精油品牌的战略思考 392
 - 一、品牌的基本含义 392
 - 二、品牌战略在企业发展中的重要性 392

三、精油品牌的特性和作用 393

四、精油品牌的价值战略 394

五、我国精油品牌竞争趋势 394

六、精油企业品牌发展战略 395

七、精油行业品牌竞争策略 397

图表目录

图表：2006-2010年全球化妆品市场所占比例 15

图表：2006-2010年全球各类产品零售额增长情况 17

图表：2006年十大公司占据全球市场50%以上的市场份额 18

图表：北美精油需求预测 33

图表：玫瑰精油需求量 59

图表：2007年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 121

图表：2007年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 121

图表：2007年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 121

图表：2007年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 121

图表：2007年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 122

图表：2007年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 122

图表：2007年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 122

图表：2007年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 122

图表：2007年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 122

图表：2007年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 123

图表：2007年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 123

图表：2007年3季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 123

图表：2007年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 123

图表：2007年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 123

图表：2007年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 124

图表：2007年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 124

图表：2007年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 124

图表：2007年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 124

图表：2007年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 125

图表：2007年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 125

图表：2007年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 125

图表：2007年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 126

图表：2007年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 126

图表：2007年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 126

- 图表：2007年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 127
- 图表：2007年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 127
- 图表：2007年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 127
- 图表：2007年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 127
- 图表：2007年3季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 128
- 图表：2007年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 128
- 图表：2007年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 128
- 图表：2007年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 128
- 图表：2007年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 128
- 图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 129
- 图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 129
- 图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 129
- 图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 129
- 图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 130
- 图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 130
- 图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 130
- 图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 130
- 图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 130
- 图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 131
- 图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 131
- 图表：2008年3季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 131
- 图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 131
- 图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 131
- 图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 132
- 图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 132
- 图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 132
- 图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 132
- 图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 132
- 图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 133
- 图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 133
- 图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 133
- 图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 133
- 图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 133
- 图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 134
- 图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 134

- 图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 134
- 图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 134
- 图表：2008年3季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 134
- 图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 135
- 图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 135
- 图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 135
- 图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 135
- 图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 135
- 图表：2006-2007年度中国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品的进出口数据 142
- 图表：2007-2008年度中国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品的进出口数据 142
- 图表：2008年我国人口数及其构成 144
- 图表：2009年1月我国消费者信心指数 145
- 图表：2009年2月我国消费者信心指数 145
- 图表：2009年3月我国消费者信心指数 146
- 图表：2009年4月我国消费者信心指数 146
- 图表：2009年1月我国居民消费价格分类指数 147
- 图表：2009年2月我国居民消费价格分类指数 147
- 图表：2009年3月我国居民消费价格分类指数 148
- 图表：2009年4月我国居民消费价格分类指数 148
- 图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（一） 148
- 图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（二） 149
- 图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（三） 149
- 图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（四） 149
- 图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（五） 149
- 图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（一） 150
- 图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（二） 150
- 图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（三） 150
- 图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（四） 150
- 图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（五） 151
- 图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（一） 151
- 图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（二） 151
- 图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（三） 151
- 图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（四） 152
- 图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（五） 152
- 图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（一） 152

| | |
|------------------------------|-----|
| 图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（二） | 152 |
| 图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（三） | 153 |
| 图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（四） | 153 |
| 图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（五） | 153 |
| 图表：2009年1月我国社会消费品零售总额情况 | 154 |
| 图表：2009年2月我国社会消费品零售总额情况 | 154 |
| 图表：2009年3月我国社会消费品零售总额情况 | 155 |
| 图表：2009年4月我国社会消费品零售总额情况 | 155 |
| 图表：消费者年龄段分布 | 156 |
| 图表：消费者性别比例 | 156 |
| 图表：消费者职业分布 | 157 |
| 图表：消费者学历分布 | 157 |
| 图表：消费者每年用于美容理疗的花费 | 157 |
| 图表：当前芳香美容市场存在的最主要问题调查 | 158 |
| 图表：是否愿意尝试一款新品种精油 | 158 |
| 图表：国内品牌和国外品牌认可度调查 | 158 |
| 图表：植物精油及其功效了解渠道调查 | 159 |
| 图表：选择某一品牌精油的理由调查 | 159 |
| 图表：2007年全球化妆品市场主要国别份额对比 | 163 |
| 图表：欧莱雅中国历年业绩和增长率 | 163 |
| 图表：2007年消费者最关注的天然护肤/活性健康品牌 | 164 |
| 图表：2005-2008年化妆品市场销售额增长情况 | 169 |
| 图表：中国互联网用户化妆品品牌占有率 | 172 |
| 图表：中国互联网用户化妆品品牌占有率与预购度对比 | 173 |
| 图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度 | 174 |
| 图表：2008年化妆品市场份额构成 | 188 |
| 图表：2005-2008年护肤品市场销售额情况 | 188 |
| 图表：2008年中国十大护肤品品牌 | 194 |
| 图表：消费者对不同国家的护肤化妆品的好感度分析 | 195 |
| 图表：美国消费者对护肤化妆品的好感度分析 | 196 |
| 图表：中国大陆消费者对护肤化妆品的好感度分析 | 196 |
| 图表：法国消费者对护肤化妆品的好感度分析 | 197 |
| 图表：日本消费者对护肤化妆品的好感度分析 | 197 |
| 图表：韩国消费者对护肤化妆品的好感度分析 | 198 |
| 图表：不同品牌化妆品形象比较分析 | 198 |

- 图表：精油市场竞争力统计图 212
- 图表：行业市场竞争者地位结构 213
- 图表：芳馨天然主要产品 222
- 图表：2005-2009年中国化妆品市场规模 232
- 图表：2008年1-4季度国内生产总值 261
- 图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度 262
- 图表：2004-2008年居民消费价格指数涨跌幅度 262
- 图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度 263
- 图表：2004-2008年年末国家外汇储备 263
- 图表：2004-2008年税收收入及其增长速度 264
- 图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度 265
- 图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度 266
- 图表：2008年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 267
- 图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度 268
- 图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度 268
- 图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 269
- 图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 270
- 图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 270
- 图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度 271
- 图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 272
- 图表：2008年货物进出口总额及其增长速度 272
- 图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度 273
- 图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度 273
- 图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 274
- 图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度 274
- 图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度 275
- 图表：2004-2008年农村居民人均可支配收入及其增长速度 276
- 图表：2004-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 276
- 图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 277
- 图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 278
- 图表：2007年6月-2008年我国轻重工业增加值情况 278
- 图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 278
- 图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 279
- 图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 279
- 图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 279

- 图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 280
- 图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 281
- 图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 281
- 图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 282
- 图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 282
- 图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 283
- 图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 283
- 图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 284
- 图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 284
- 图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 285
- 图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 286
- 图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 286
- 图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 287
- 图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 287
- 图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 288
- 图表：2008年12月我国前十位出口市场 288
- 图表：2008年12月我国前十位进口来源地 289
- 图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 289
- 图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 290
- 图表：2008年我国月度进出口总值情况 290
- 图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 291
- 图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 291
- 图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 291
- 图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 291
- 图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 291
- 图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 292
- 图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 292
- 图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 292
- 图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 292
- 图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 292
- 图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 293
- 图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 293
- 图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 293
- 图表：2008年1季度我国企业景气指数 293
- 图表：2008年2季度我国企业景气指数 293

- 图表：2008年3季度我国企业景气指数 294
- 图表：2008年4季度我国企业景气指数 294
- 图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 295
- 图表：2009年3月我国宏观经济景气指数 296
- 图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 296
- 图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 297
- 图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 297
- 图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 298
- 图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 298
- 图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 299
- 图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 299
- 图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 300
- 图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析 300
- 图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析 301
- 图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析 301
- 图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析 302
- 图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析 302
- 图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析 303
- 图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析 303
- 图表：2008-2009年3月国房景气指数 305
- 图表：2008-2009年3月房地产开发投资指数 306
- 图表：2008-2009年2月国家货币供应量 306
- 图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资情况 307
- 图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资增长情况 307
- 图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率走势图 308
- 图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率情况 308
- 图表：2008-2009年2月社会消费品零售总额 309
- 图表：2008-2009年2月社会消费品零售增长率 309
- 图表：2008-2009年2月全国外商直接投资情况 310
- 图表：2008-2009年2月全国外商直接投资增长率 310
- 图表：2008-2009年3月全国GDP、CPI和PPI涨幅 311
- 图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数 326
- 图表：化妆品“十一五”制、修订标准项目 334
- 图表：区域发展战略咨询流程图 387
- 图表：区域SWOT战略分析图 389

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajfw/6026860268.html>