

# 2018-2023年中国精油行业市场需求现状分析与投资战略评估研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国精油行业市场需求现状分析与投资战略评估研究报告》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/huazhuang/302218302218.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

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，一旦开瓶使用，也要尽快盖回盖子。

精油分四个等级：

第四级(D)：香醃露、纯露或花水；第三级(C)：香水级；第二级(B)：食品级；第一级(A)：纯精油

第四级(D)

纯露或花水，是指精油在蒸馏萃取过程中，在提炼精油时分离出来的一种100%饱和的蒸馏原液，天然纯净、温和亲肤。

纯露的萃取法——蒸馏法

把新鲜植物花瓣和蒸馏水按照一定比例混入蒸馏器中，火上煮，利用水蒸气将较强的植物芳香精油携带出来，使之形成含有精油的水蒸气状态；经过冷却工艺，利用温差冷凝成液体状态，从而分离出纯露水。

第三级(C)

香水级C级油是香水级油通常会用含有化学溶剂来混合而成的香精或香水，并用来获得高收益。一般说来，香水的浓度含量主要有5个等级，区分如下：

香精（Perfume）：浓度在20%以上

香水（Eau de Perfume）：浓度约在10-20%之间

淡香水（Eau de Toilette）：浓度约在5-12%之间

古龙水（Eau de Cologen）：浓度只有3-6%

清香水 ( Eau Fraiche ) : 浓度只有1-2%

## 第二级(B)

食品级B级香精油是食品级，含有合成材料，农药，化肥，化学/合成剂，或媒介油(基础油)。

## 第一级(A)

纯精油 - Pure Essential Oil A级精油是纯医疗等级质量 (最高等级)，是由天然有机的种植植物在适当的温度下用水蒸气蒸馏。

精油产品是用业界最高质量标准通过气相层析仪 ( GC ) 和质谱仪 ( GC-Mass ) 的测试被认证，达到或超过国际标准化组织(美国USDA NOP 澳洲ACO 和BFA及国际的IFOAM)的认证标准

1、无香精—不代表无香味，只使用天然香精油或天然植物萃取精华的原味，代替人工合成香精。因此质纯、温和、芳香怡人，有芳香疗法之效果，不刺激皮肤。

2、不含化学色素—并不表示无颜色，只是以天然植物或生化萃取之原色代替。

3、不含防腐剂—以天然的Va、Ve、小麦胚芽油、红萝卜油为抗氧化剂，防止产品腐坏。

4、不含矿物油脂—全使用植物性透气脂或不油腻的透气性脂，代替过度油腻的矿物油、羊毛油，使用后滋润，吸收很快。

5、无引起过敏的化学成分—完全不含人工香精、羊毛脂、酒精、化学性防晒剂、色素等会引起过敏的成分，而对每一次添加使用之原料，皆经过实验证明，对人体不会产生过敏。

6、无不良化学成分—使用每一项原料，皆经过安全性试验及毒性试验。绝不含汞、铅等重金属物质，或其它不良有害化学成分。

2013-2019年中国精油市场规模预测 资料来源：观研天下数据中心整理

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国精油行业市场现状分析与投资战略评估研究报告》主要研究行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

## 第一章 中国精油行业发展概述

### 第一节 精油行业发展情况

- 一、精油定义
- 二、精油的功效
- 三、精油的作用机理
- 四、香薰精油的特点
- 五、精油与化学合成分子的差异

### 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 精油产业链分析

- 一、精油的分布
- 二、精油的生产
- 三、精油的应用

### 第四节 中国精油行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、进入壁垒 / 退出机制

- 四、行业周期
- 五、市场概况
- 六、产量概况
- 七、当前行业发展所属周期阶段判断

## 第二章 全球精油市场发展分析

### 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 全球精油市场概况

- 一、全球精油生产消费状况
- 二、全球精油市场发展分析
- 三、全球精油细分市场调研

### 第三节 全球精油市场发展情况分析

- 一、全球香薰精油产品市场调研
- 二、全球树脂精油产销情况分析
- 三、全球五大著名精油品牌分析

### 第四节 主要国家精油市场调研

- 一、美国精油市场调研
- 二、巴西精油市场调研
- 三、危地马拉精油市场
- 四、海地精油市场调研
- 五、阿根廷精油市场调研
- 六、法国精油市场调研
- 七、意大利精油市场调研

### 第五节 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

第六节 国内及国外香薰精油用香料种植情况介绍

一、香薰精油空气挥发仪器

二、香薰种植区域

第七节 国际和国内香薰类产品和其他形式空气挥发香料类型

一、超声波精油加湿器

二、超声波精油雾化器

第三章 2016年中国香薰精油行业市场发展环境解析

第一节 2016年中国宏观经济环境分析

一、2016年中国GDP增长情况分析

二、2016年工业经济发展形势分析

三、2016年全社会固定资产投资分析

四、2016年社会消费品零售总额分析

五、2016年城乡居民收入与消费分析

六、2016年对外贸易的发展形势分析

第二节 中国香薰精油市场政策环境分析

一、精油国家标准

二、相关行业政策

三、进出口政策

四、其他相关法律法规

第三节 中国香薰精油市场社会环境分析

一、人口环境分析

二、中国女性人口特征

三、文化环境分析

四、化妆品消费观念分析

五、化妆品行业发展概况

六、零售行业概述与分析

第四章 中国精油市场运行分析

第一节 精油行业市场发展基本情况

一、市场发展现状分析

二、市场发展特点分析

三、市场技术发展状况

## 第二节 2016年精油所属市场销售产值分析

- 一、2016年精油所属市场销售产值分析
- 二、2016年不同规模企业销售产值分析
- 三、2016年不同所有制企业销售产值比较

## 第三节 精油行业市场产品价格分析

- 一、市场产品价格因素
- 二、市场产品价格走势 10
- 三、2018-2023年市场产品价格趋势预测 10

## 第五章 中国精油行业的国际比较分析

### 第一节 中国精油市场发展情况分析

- 一、帕倩美精油将领跑中国市场
- 二、中国精油市场尚需规范与培育
- 三、国内外品牌角逐精油细分市场

### 第二节 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

### 第三节 中国精油行业的国际比较分析

- 一、国际精油市场发展情况
- 二、中国精油行业国际比较分析
- 三、中国出口精油产品国际竞争力

### 第四节 全球精油行业市场需求分析

- 一、北美精油市场需求分析
- 二、中国精油国际市场形势分析
- 三、国际精油市场需求及策略分析

## 第六章 2014-2016年香薰精油制所属业主要数据监测分析

### 第一节 2014-2016年香薰精油所属行业发展分析

- 一、2015-2016年香薰精油所属行业发展概况
- 二、2016年香薰精油所属行业发展概况

### 第二节 2014-2016年香薰精油所属行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、资产规模增长分析

### 三、销售规模增长分析

### 四、利润规模增长分析

#### 第三节 2014-2016年香薰精油所属行业结构分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、资产规模结构分析

##### 三、销售规模结构分析

##### 四、利润规模结构分析

#### 第四节 2014-2016年香薰精油所属行业产值分析

##### 一、产成品增长分析

##### 二、出口交货值分析

#### 第五节 2014-2016年香薰精油所属行业成本费用分析

##### 一、销售成本分析

##### 二、主要费用分析

#### 第六节 2014-2016年香薰精油所属行业运营效益分析

##### 一、偿债能力分析

##### 二、盈利能力分析

##### 三、运营能力分析

#### 第七节 2014-2016年香薰精油所属行业集中度分析

##### 一、资产集中度分析

##### 二、销售集中度分析

##### 三、利润集中度分析

### 第七章 2014-2016年中国香薰精油相关产品进出口情况分析

#### 第一节 2014-2016年中国精油进出口分析

##### 一、2014-2016年中国精油进口分析

###### (一) 进口数量情况 (3301)

###### (二) 进口金额情况

##### 二、2014-2016年中国精油出口分析

###### (一) 出口数量情况

###### (二) 出口金额情况

##### 三、2014-2016年中国精油进出口均价分析

##### 四、2016年中国精油进出口流向分析

###### (一) 进口来源地情况

###### (二) 出口目的地情况

#### 第二节 2014-2016年中国其他柑桔属果实精油进出口分析

## 一、2014-2016年中国其他柑桔属果实精油进口分析

(一) 进口数量情况

(二) 进口金额情况

## 二、2014-2016年中国其他柑桔属果实精油出口分析

(一) 出口数量情况

(二) 出口金额情况

## 三、2014-2016年中国其他柑桔属果实精油进出口均价分析

## 四、2016年中国其他柑桔属果实精油进出口流向分析

(一) 进口来源地情况

(二) 出口目的地情况

## 第三节 2014-2016年中国其他非柑桔属果实精油进出口分析

### 一、2014-2016年中国其他非柑桔属果实精油进口分析

(一) 进口数量情况

(二) 进口金额情况

### 二、2014-2016年中国其他非柑桔属果实精油出口分析

(一) 出口数量情况

(二) 出口金额情况

### 三、2014-2016年中国其他非柑桔属果实精油进出口均价分析

### 四、2016年中国其他非柑桔属果实精油进出口流向分析

(一) 进口来源地情况

(二) 出口目的地情况

## 第八章 香薰精油区域市场情况深度研究

### 第一节 长三角区域市场情况分析

### 第二节 珠三角区域市场情况分析

### 第三节 环渤海区域市场情况分析

### 第四节 精油行业主要市场销售分析

一、华北大区销售分析

二、华中大区销售分析

三、华南大区销售分析

四、华东大区销售分析

五、东北大区销售分析

六、西南大区销售分析

七、西北大区销售分析

## 第九章 香薰精油产业链的分析

### 第一节 上游原材料供应状况分析

- 一、主要原材料
- 二、精油的采收、萃取及储存
- 三、玫瑰种植效益分析

### 第二节 下游市场应用状况分析

- 一、SPA市场调研
- 二、按摩市场调研
- 三、美容市场调研
- 四、化妆品市场调研
- 五、香薰和精油挥发器的作用

## 第十章 中国精油生产现状分析

### 第一节 芳香精油生产情况

### 第二节 全球精油产量概况

### 第三节 中国精油产量概况

### 第四节 精油行业市场规模分析

- 一、香薰精油市场规模
- 二、香薰产品琳琅满目
- 三、劣质精油问题调查
- 四、精油市场发展现状

## 第十一章 中国精油市场供需分析

### 第一节 精油市场需求分析

- 一、精油行业需求市场
- 二、精油品牌需求结构
- 三、精油产业发展空间

### 第二节 精油市场供需分析

- 一、国际精油产销分析
- 二、国际精油市场需求
- 三、国内精油市场需求

## 第十二章 精油市场竞争格局分析

### 第一节 精油行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 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 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略

第四节 精油行业竞争格局分析

一、精油行业竞争格局分析

二、精油市场竞争力

三、精油市场畅销排名

四、精油市场占有率

五、国内生产企业竞争策略分析

第十三章 精油行业产业结构分析

第一节 精油产业结构分析

一、香料香精产业结构

二、精油细分市场调研

（一）女士精油

（二）男士精油

（三）儿童精油

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

第三节 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

第四节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析
- 二、产业宏观经济环境分析

#### 第十四章 中国香薰精油前十大品牌企业运营动态分析

- 第一节 家美乐Camenae
- 第二节 佰草集Herborist
- 第三节 汇美舍PrettyVally
- 第四节 阿芙AFU
- 第五节 贝斯特Best
- 第六节 O家精油Oshadhi
- 第七节 香缇芳香Absolutearomas
- 第八节 TheBodyShop美体小铺
- 第九节 欧舒丹LOccitane
- 第十节 茱莉寇儿Jurlique

#### 第十五章 中国香薰精油主要生产企业竞争力及关键性数据分析

##### 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 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

##### 第三节 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

##### 第四节 武汉一枝花油脂化工有限公司

## 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

## 第十六章 2018-2023年精油行业发展趋势及影响因素

### 第一节 化妆品行业前景与机遇分析

#### 一、“十三五”化妆品发展规划分析

#### 二、中国化妆品行业趋势预测

#### 三、中国化妆品发展机遇分析

#### 四、化妆品研发投资前景分析

#### 五、化妆品产业关联化带来新的投资点

### 第二节 精油行业趋势预测与机遇分析

#### 一、“十三五”香料香精发展规划

#### 二、精油护肤的前景分析

### 三、香薰精油行业趋势预测

### 四、树脂精油趋势预测分析

#### 第三节 中国精油行业SWOT分析

##### 一、优势

##### 二、劣势

##### 三、机会

##### 四、威胁

#### 第四节 2018-2023年中国精油行业投资前景研究

##### 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

### 第十七章 2018-2023年精油行业投资方向与风险分析

#### 第一节 精油产业投资热点方向

#### 第二节 精油行业外行投资建议

#### 第三节 新进入者投资壁垒分析

#### 第四节 天然精油行业产销模式

#### 第五节 营销分析与营销模式推荐

##### 一、护肤品广告心理策略

##### 二、护肤品战略营销模式

##### 三、护肤品包装色彩营销

##### 四、精油网络营销模式

#### 第六节 2018-2023年中国精油行业投资前景分析

##### 一、宏观政策风险分析

##### 二、市场竞争风险分析

##### 三、原材料风险分析

##### 四、技术人才风险分析

图表详见正文（FSWJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/302218302218.html>