

# 2018年中国香精市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势预测

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年中国香精市场分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》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/canyin/329269329269.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

一、行业经营模式 香精在单个终端产品上的使用量有严格的限制，通常的加香产品中仅含0.2%-2%的香精。例如 1 公斤香精可用于生产 200 公斤糖果、饼干，或 1,500 瓶汽水，或 20,000 包香烟，或 67 公斤牙膏，或 100 公斤香皂等。因此下游企业每一批次采购香精的数量有限，而且由于下游客户众多，为满足各类企业不同的需求，香精生产企业只能通过多批次、小批量的方式组织生产。

香精生产企业一般“以销定产”，同时保持一定量的存货；通过计划部门衔接销售、生产和采购，按计划组织生产和原材料采购。为保证能及时的保质保量完成销售订单，香精企业通常保持一定量的原材料存货以及少量产成品存货。

由于香精产品需满足客户个性化需求，香精生产企业通常以直销为主；考虑到部分中小型企业实际需求和成本承受能力，香精企业也会预先开发部分市场所需通用香精配方，采用经销方式向中小客户销售。

### 二、行业特征 1、行业的区域性

香精产品与人们生活密切相关，不同国家、不同地区的人们在生活习惯、以及爱好存有差异，导致其在香精产品需求方面存有差异。香精产品的消费具有一定的区域特性。

### 2、行业周期性

香精行业的周期性不明显。食用香精下游是食品行业和烟草行业，日用香精下游为日化消费品行业，上述行业都是抗周期性行业。

### 3、行业季节性

香精行业的季节性主要受下游消费影响。对烟草用香精来说，受下游行业消费需求影响，第四季度烟草用香精销量略高，其他季度无明显波动；对食品用香精来说，受冷饮、饮料等季节性消费的影响以及春节等节日性食品消费影响，一般二、三、四季度销量相对较大，一季度销量相对减少。日用香精的季节性特征不明显。

### 三、行业与上、下游行业的关系

图表：行业与上下游产业关系图

#### 1、与上游行业的关联性及影响

香精是多种香原料与溶剂或载体以及其他辅料构成的混合物，因此香精行业的直接上游包括香原料行业、生产溶剂或载体的基础化工行业以及生产其他辅料的精细化工行业。

目前世界上香原料品种约有数千种，中国生产的香原料有 1,000 多种，如此数量庞大的品种，没有一家公司可完全依靠自身力量解决香原料的供应，即使是国际性的香料香精公司也都需要相互采购和配置以进行香精的生产。同时，为了保证核心竞争力，香精公司通常也从事一些特有香料成分的研究和储备工作，以增强其香精业务竞争能力。从上下游市场看，既有进行香料和香精一体化生产的企业，在满足自身需求之外向市场适度供应香料，也大量

存在单独生产香料的企业，香原料市场供应充分。香精生产的其他辅料主要包括乳化剂、抗氧化剂、防腐剂等精细化工产品，目前国内市场供应充足。

## 2、与下游行业的关联性及影响

香精行业的下游包括食品、饮料、烟草、日化行业等。从公司产品的应用领域划分，下游主要有乳品、饮料、冷饮、糖果、烘焙、肉制品、休闲食品、烟草、日化等行业。

### 食品、饮料行业

随着中国城市化进程的突飞猛进，人们的饮食结构需求发生巨大变化，现代高节奏的生活时尚，带动了预包装食品需求的迅速增长，从而推动了香精的发展。例如，甜味香精可用于饮料、乳品、冷饮、巧克力、口香糖、糖果、烘焙等的加香；咸味香精可用于小吃、汤类、酱料、肉汁、调味品、腌泡等多个领域。现代都市的饮食生活已经无法离开香精的使用。

### 烟草行业

香烟的香气和吸味主要取决于所用烟叶的种类和质量，卷烟生产中不同批次的烟叶经常因各种因素影响使质量发生变化，即使同一批次的烟叶如果保存时间不同也会因为发酵等生物化学反应而改变风味。为了保持卷烟稳定的香气和吸味，一方面需要调整叶组配方，搭配使用更加合适的烟叶原料；另一方面，要通过加料和加香，消除不同等级烟叶之间的差异，保持卷烟的品质。同时，通过使用香精还能赋予品牌香烟独有的特征香气，有助于提升卷烟的等级。因此，如何调整叶组配方、使用香精加香加料是各大卷烟生产企业的核心技术。由于独特的作用，香精已成为卷烟生产过程中必不可少的辅料。

### 日化行业发展状况

日用香精产品主要应用于薰香消杀、洗护用品、化妆品、香水、气雾剂等日用化学产品制造领域。近年来，国内日化行业消费量稳步增长。随着消费者对于美好生活的不断追求，日化行业的增长潜力巨大，为日用香精的发展提供了良好的机遇。

观研天下发布的《2018年中国香精市场分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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香精交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、香精T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2015-2017年中国香精行业发展概述

#### 第一节 香精行业发展情况概述

- 一、香精行业相关定义
- 二、香精行业基本情况介绍
- 三、香精行业发展特点分析

#### 第二节 中国香精行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、香精行业产业链条分析
- 三、中国香精行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国香精行业生命周期分析

- 一、香精行业生命周期理论概述
- 二、香精行业所属的生命周期分析

#### 第四节 香精行业经济指标分析

- 一、香精行业的赢利性分析
- 二、香精行业的经济周期分析
- 三、香精行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国香精行业进入壁垒分析

- 一、香精行业资金壁垒分析
- 二、香精行业技术壁垒分析
- 三、香精行业人才壁垒分析
- 四、香精行业品牌壁垒分析
- 五、香精行业其他壁垒分析

### 第二章 2015-2017年全球香精行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球香精行业发展历程回顾

#### 第二节 全球香精行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲香精行业地区市场分析

- 一、亚洲香精行业市场现状分析
- 二、亚洲香精行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲香精行业市场前景分析

### 第四节 北美香精行业地区市场分析

- 一、北美香精行业市场现状分析
- 二、北美香精行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美香精行业市场前景分析

### 第五节 欧盟香精行业地区市场分析

- 一、欧盟香精行业市场现状分析
- 二、欧盟香精行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟香精行业市场前景分析

### 第六节 2018-2024年世界香精行业分布走势预测

### 第七节 2018-2024年全球香精行业市场规模预测

## 第三章 2015-2017年中国香精产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国香精行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国香精产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、香精环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 2015-2017年中国香精行业运行情况

### 第一节 中国香精行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾

## 二、行业创新情况分析

## 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国香精行业市场规模分析

### 第三节 中国香精行业供应情况分析

### 第四节 中国香精行业需求情况分析

### 第五节 中国香精行业供需平衡分析

### 第六节 中国香精行业发展趋势分析

## 第五章 中国香精所属行业运行数据监测

### 第一节 中国香精所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国香精所属行业产销与费用分析

#### 一、产成品分析

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

#### 六、销售成本分析

#### 七、销售费用分析

#### 八、管理费用分析

#### 九、财务费用分析

#### 十、其他运营数据分析

### 第三节 中国香精所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2015-2017年中国香精市场格局分析

### 第一节 中国香精行业竞争现状分析

#### 一、中国香精行业竞争情况分析

#### 二、中国香精行业主要品牌分析

### 第二节 中国香精行业集中度分析

#### 一、中国香精行业市场集中度分析

#### 二、中国香精行业企业集中度分析

### 第三节 中国香精行业存在的问题

#### 第四节 中国香精行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国香精行业竞争力分析

##### 一、生产要素

##### 二、需求条件

##### 三、支援与相关产业

##### 四、企业战略、结构与竞争状态

##### 五、政府的作用

#### 第七章 2015-2017年中国香精行业需求特点与价格走势分析

##### 第一节 中国香精行业消费特点

##### 第二节 中国香精行业消费偏好分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

##### 第二节 香精行业成本分析

##### 第三节 香精行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、渠道因素

##### 四、其他因素

##### 第四节 中国香精行业价格现状分析

##### 第五节 中国香精行业平均价格走势预测

##### 一、中国香精行业价格影响因素

##### 二、中国香精行业平均价格走势预测

##### 三、中国香精行业平均价格增速预测

#### 第八章 2015-2017年中国香精行业区域市场现状分析

##### 第一节 中国香精行业区域市场规模分布

##### 第二节 中国华东地香精市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区香精市场规模分析

##### 四、华东地区香精市场规模预测

##### 第三节 华中地区市场分析

##### 一、华中地区概述

##### 二、华中地区经济环境分析

### 三、华中地区香精市场规模分析

### 四、华中地区香精市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

##### 一、华南地区概述

##### 二、华南地区经济环境分析

##### 三、华南地区香精市场规模分析

#### 第九章 2015-2017年中国香精行业竞争情况

##### 第一节 中国香精行业竞争结构分析（波特五力模型）

###### 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 中国香精行业SWOT分析

###### 一、行业优势分析

###### 二、行业劣势分析

###### 三、行业机会分析

###### 四、行业威胁分析

##### 第三节 中国香精行业竞争环境分析（香精T）

###### 一、政策环境

###### 二、经济环境

###### 三、社会环境

###### 四、技术环境

#### 第十章 香精行业企业分析（随数据更新有调整）

##### 第一节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

###### 1、主要经济指标情况

###### 2、企业盈利能力分析

###### 3、企业偿债能力分析

###### 4、企业运营能力分析

###### 5、企业成长能力分析

###### 四、公司优劣势分析

##### 第二节 企业

## 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

## 第三节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

## 第四节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

## 第五节 企业

### 一、企业概况

### 二、主营产品

### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国香精行业发展前景分析与预测

第一节 中国香精行业未来发展前景分析

一、香精行业国内投资环境分析

二、中国香精行业市场机会分析

三、中国香精行业投资增速预测

第二节 中国香精行业未来发展趋势预测

第三节 中国香精行业市场发展预测

一、中国香精行业市场规模预测

二、中国香精行业市场规模增速预测

三、中国香精行业产值规模预测

四、中国香精行业产值增速预测

五、中国香精行业供需情况预测

第四节 中国香精行业盈利走势预测

一、中国香精行业毛利润同比增速预测

二、中国香精行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国香精行业投资风险与营销分析

第一节 香精行业投资风险分析

一、香精行业政策风险分析

二、香精行业技术风险分析

三、香精行业竞争风险

四、香精行业其他风险分析

第二节 香精行业企业经营发展分析及建议

一、香精行业经营模式

二、香精行业销售模式

三、香精行业创新方向

第三节 香精行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国香精行业发展策略及投资建议

## 第一节 中国香精行业品牌战略分析

- 一、香精企业品牌的重要性
- 二、香精企业实施品牌战略的意义
- 三、香精企业品牌的现状分析
- 四、香精企业的品牌战略
- 五、香精品牌战略管理的策略

## 第二节 中国香精行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

## 第三节 中国香精行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2018-2024年中国香精行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国香精行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国香精行业定价策略分析

### 第二节 中国香精行业营销渠道策略

- 一、香精行业渠道选择策略
- 二、香精行业营销策略

### 第三节 中国香精行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国香精行业重点投资区域分析
- 二、中国香精行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/329269329269.html>