

# 2016-2022年中国香薰精油 行业全景调研及未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2016-2022年中国香薰精油行业全景调研及未来发展趋势报告》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.abaogao.com/b/riyongpin/A718943P01.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

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。

薰精油主要的原材料为各类花、叶、水果皮、树皮等，花如：玫瑰花、茉莉花、桂花等。在水果运用方面如：柑橘皮、柠檬等。香薰精油的下游行业为各类精油的销售渠道。香薰精油的销售渠道涉及的面非常广，主要包括超市及大卖场、百货商场、个人护理店、专营店、电商渠道等。近几年随着B2C、C2C的迅速发展，电商渠道成为增长最快的化妆品销售渠道之一。下游需求市场主要表现为美容市场、SPA市场、日用化妆品市场等。

精油在欧美国家使用率比较高。在化妆品、护肤品发达的法国，几乎每一位女性身边都伴有精油香薰美容护肤品；在东方的日本、韩国，女性们都有每周做一二次古云草精油香薰美容护理的习惯。香薰精油的主要市场也是在西方发达国家。北美、西欧及日本这几个市场约占全球香薰精油市场的80%，其它国家和地区消费量很少。精油类产品在欧美等成熟的化妆品市场，香薰精油类产品一般占到整个化妆品市场30%以上的份额。

根据一家国际知名的香薰精油品牌最新针对中国市场的研究，中国目前化妆品市场容量高达800亿，而这其中香薰精油连1%的份额都不到。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。据了解，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。

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，市场集中度低，无明显的品牌效应。中国内地市场，精油护肤品所占市场份额不足2%，精油护肤品行业还有巨大的市场空间可供挖掘。2015年，我国香薰精油市场零售额达33亿元。

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。预计到2021年，我国香薰精油零售额将突破160亿元。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国香薰精油行业全景调研及未来发展趋势报告》共九章。首先介绍了香薰精油行业市场发展环境、香薰精油整体运行态势等，接着分析了香薰精油行业市场运行的现状，然后介绍了香薰精油市场竞争格局。随后，报告对香薰精油做了重点企业经营状况分析，最后分析了香薰精油行业发展趋势与投资预测。您若想对香薰精油产业有个系统的了解或者想投资香薰精油行业，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 香薰精油行业相关概述 8

### 第一节 香薰精油的概述 8

#### 一、香薰精油的定义 8

#### 二、香薰精油的功效 8

#### 三、香薰精油的作用方式 9

### 第二节 香薰精油的分类 9

#### 一、基础油概述 9

#### 二、单方精油概述 10

#### 三、复方精油概述 10

## 第二章 中国香薰精油行业发展环境 11

### 第一节 中国香薰精油行业经济环境 11

#### 一、中国GDP增长情况分析 11

#### 二、工业经济发展形势分析 12

#### 三、社会固定资产投资分析 13

#### 四、全社会消费品零售总额 14

#### 五、城乡居民收入增长分析 15

#### 六、居民消费价格变化分析 16

#### 七、对外贸易发展形势分析 17

## 第二节 中国香薰精油行业政策环境 18

### 一、行业自律管理机构 18

### 二、香薰精油国际标准 18

### 三、相关行业政策法规 22

## 第三节 中国香薰精油行业社会环境 23

### 一、人口环境分析 23

### 二、女性人口分析 24

### 三、中国城镇化率 24

## 第三章 中国香薰精油行业发展分析 26

### 第一节 中国香薰精油行业发展现状 26

#### 一、国际香薰精油市场 26

#### 二、国内香薰精油市场 26

##### （一）国内市场总体情况 26

##### （二）部分企业产值分析 26

### 第二节 中国香薰精油技术发展情况 27

#### 一、传统的精油提取方法 27

#### 二、新型的精油提取方法 27

### 第三节 中国香薰精油行业发展规模分析 29

### 第四节 中国香薰精油行业发展有利因素 30

#### 一、国内市场容量和消费增长潜力巨大 30

#### 二、城乡居民生活水平不断提高，消费结构逐步升级 30

#### 三、消费者护肤意识的增强促进行业快速发展 31

### 第五节 中国香薰精油行业存在问题 31

#### 一、概念炒作 31

#### 二、以次充好 31

#### 三、专业性太强 32

#### 四、终端与品牌发展不平衡 32

### 第六节 香薰精油产业发展空间 32

## 第四章 2010-2015年中国精油进出口状况分析 33

### 第一节 2010-2015年中国精油进口分析 33

- 一、精油进口数量情况 33
- 二、精油进口金额情况 33
- 三、精油进口来源分析 34
- 四、精油进口均价分析 35
- 第二节 2010-2015年精油出口分析 36
- 一、精油出口数量情况 36
- 二、精油出口金额情况 36
- 三、精油出口流向分析 37
- 四、精油出口均价分析 39

## 第五章 中国香薰精油行业产业链分析 40

### 第一节 香薰精油行业产业链概述 40

### 第二节 香薰精油行业上游市场分析 40

- 一、花卉种植面积 40
- 二、柑橘产量 40

### 第三节 香薰精油行业下游市场分析 41

#### 一、化妆品市场 41

- (一) 化妆品行业运行情况 41
- (二) 化妆品市场规模 42
- (三) 化妆品产品结构 42
- (四) 化妆品市场特点分析 43
- (五) 化妆品区域市场结构分析 45

#### 二、美容市场 45

- (一) 美容行业市场规模 45
- (二) 美容院经营情况 46
- (三) 美容院的发展趋势分析 47

#### 三、SPA市场 47

- (一) SPA中心数量统计 47
- (二) SPA服务消费人数 48
- (三) SPA行业市场规模 48
- (四) SPA行业盈利水平 49
- (五) SPA会所市场需求 49

## 第六章 中国香薰精油行业竞争分析 51

### 第一节 中国香薰精油行业竞争现状 51

#### 一、香薰精油行业竞争格局 51

#### 二、香薰精油行业国际知名品牌 51

(一) 阿芙 51

(二) 家美乐Camena 51

(三) O家精油 53

(四) 茉莉蔻 53

(五) 美体小铺 53

(六) 欧苏丹 53

(七) 芳程式 54

(八) 英国香缇 54

(九) 汇美舍PrettyVally 54

### 第二节 香薰精油企业竞争力分析 55

#### 一、品牌形象力 55

#### 二、制度有效力 55

#### 三、战略执行力 55

#### 四、研发创新力 56

#### 五、资源整合力 56

## 第七章 中国香薰精油生产企业竞争力分析 57

### 第一节 上海家化联合股份有限公司 57

#### 一、企业发展基本情况 57

#### 二、企业主要产品分析 57

#### 三、企业经营状况分析 58

#### 四、企业销售网络分布 59

#### 五、企业竞争优势分析 60

### 第二节 珠海安和生化科技有限公司 61

#### 一、企业发展基本情况 61

#### 二、企业主要产品分析 62

#### 三、企业生产基地分析 63

- 四、企业销售网络分析 64
- 五、企业竞争优势分析 65
- 第三节 汉芳国际集团 66
  - 一、企业发展基本情况 66
  - 二、企业主要产品分析 66
  - 三、企业生产基地分析 67
  - 四、企业产品产能分析 67
- 第四节 云南赛博兴生物科技有限公司 67
  - 一、企业发展基本情况 67
  - 二、企业品牌发展历程 68
  - 三、企业主要产品分析 68
  - 四、企业竞争优势分析 69
- 第五节 香村生物科技有限公司 70
  - 一、企业发展基本情况 70
  - 二、企业主要产品分析 70
  - 三、企业品牌族群分析 71
  - 四、企业销售网络分析 71
  - 五、企业竞争优势分析 73
- 第六节 新疆伊犁伊帕尔汗香料发展有限责任公司 73
  - 一、企业发展基本情况 73
  - 二、企业主要产品分析 74
  - 三、企业销售网络分析 75
  - 四、企业竞争优势分析 75
- 第七节 济南惠农玫瑰花精油有限公司 76
  - 一、企业发展基本情况 76
  - 二、企业主营产品分析 77
  - 三、企业生产设备分析 78
  - 四、企业研发团队分析 79
  - 五、企业最新动态分析 79
- 第八节 新疆和田阳光沙漠玫瑰有限公司 79
  - 一、企业发展基本情况 79
  - 二、企业主营产品分析 80

三、企业所获荣誉分析 80

四、企业产品产能分析 80

五、企业经营模式分析 81

第九节 广州欧森日用品有限公司 81

一、企业发展基本情况 81

二、企业品牌发展分析 81

三、企业主要产品分析 82

四、企业销售网络分析 82

五、企业竞争优势分析 83

第八章 2016-2022年中国香薰精油行业发展前景与趋势分析 84

第一节 2016-2022年中国香薰精油行业投资分析 84

一、2016-2022年中国香薰精油行业发展前景分析 84

二、2016-2022年中国香薰精油行业发展预测分析 84

第二节 2016-2022年中国香薰精油行业投资壁垒分析 85

一、品牌壁垒 85

二、规模化经营壁垒 85

三、产品质量壁垒 86

四、终端管理能力壁垒 86

五、资金规模壁垒 86

第九章 中国香薰精油企业投资战略与客户策略分析 87 (ZY GXH)

第一节 香薰精油企业发展战略规划背景意义 87

一、企业转型升级的需要 87

二、企业强做大做的需要 87

三、企业可持续发展的需要 87

第二节 香薰精油企业战略规划制定依据 87

一、国家产业政策 88

二、行业发展规律 88

三、企业资源与能力 88

四、可预期的战略定位 88

第三节 香薰精油企业战略规划策略分析 88

- 一、战略综合规划 88
- 二、技术开发战略 89
- 三、区域战略规划 89
- 四、产业战略规划 89
- 五、营销品牌战略 90
- 六、竞争战略规划 91
- 第四节 香薰精油企业重点客户战略实施 92
  - 一、实施重点客户战略的必要性 92
  - 二、企业重点客户的鉴别与确定 95
  - 三、企业重点客户的开发与培育 96
  - 四、实施重点客户战略需要解决的问题 100
  - 五、企业重点客户的市场营销策略分析 104 (ZY GXH)

图表目录：

- 图表 1 2010-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 12
- 图表 2 2015-2015年国内生产总值构成及增长速度统计 13
- 图表 3 2015-2015年中国规模以上工业增加值月度增长速度 14
- 图表 4 2010-2015年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图 15
- 图表 5 2010-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 16
- 图表 6 2010-2015年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图 17
- 图表 7 2015-2015年中国居民消费价格月度变化趋势图 18
- 图表 8 2010-2015年中国货物进出口总额变化趋势图 19
- 图表 9 香薰精油相关行业政策法规 23
- 图表 10 2010-2015年中国人口总量增长趋势图 24
- 图表 11 2011-2015年中国女性人口数量统计 25
- 图表 12 2008-2015年中国城镇化率变化趋势图 26
- 图表 13 国内部分香薰精油企业产值统计 27
- 图表 14 2010-2015年中国香薰精油零售额统计 31
- 图表 15 2010-2015年中国精油进口数量统计 34
- 图表 16 2010-2015年中国精油进口金额统计 34
- 图表 17 2015年中国精油进口来源地情况 35
- 图表 18 2015年中国精油进口来源地结构分布图 35

图表 19 2015年中国精油进口来源地情况 36

图表 20 2015年中国精油进口来源地结构分布图 36

图表 21 2010-2015年中国精油进口均价情况 37

图表 22 2010-2015年中国精油出口数量统计 37

图表 23 2010-2015年中国精油出口金额统计 38

图表 24 2015年中国精油出口流向地情况 38

图表 25 2015年中国精油出口流向地结构分布图 39

图表 26 2015年中国精油出口流向地情况 39

图表 27 2015年中国精油出口流向地结构分布图 40

图表 28 2010-2015年中国精油出口均价情况 40

图表 29 2011-2015年中国花卉种植面积统计 41

图表 30 2011-2015年中国柑橘产量统计 41

图表 31 2015年中国化妆品行业经济指标统计 42

图表 32 2011-2015年中国化妆品行业销售收入统计 43

图表 33 2015年中国化妆品市场产品结构 44

图表 34 2012-2015年中国化妆品行业各渠道特征 45

图表 35 2015年中国化妆品市场规模区域结构 46

图表 36 2010-2015年中国美容行业市场规模增长趋势图 47

图表 37 2009-2015年中国SPA中心数量变化趋势图 49

图表 38 2009-2015年中国SPA消费者数量变化趋势图 49

图表 39 2010-2015年中国SPA行业销售收入增长趋势图 50

图表 40 上海家化联合股份有限公司精油类主要产品概况 59

图表 41 2015年上海家化联合股份有限公司分行业、分产品情况表 60

图表 42 2012-2015年上海家化联合股份有限公司收入与利润统计 60

图表 43 2015年上海家化联合股份有限公司分地区情况表 61

图表 44 珠海安和生化科技有限公司基本情况 63

图表 45 珠海安和生化科技有限公司精油主要产品概况 63

图表 46 珠海安和生化科技有限公司营销网络情况 66

图表 47 汉芳集团精纯芳香精油系列产品分类情况 67

图表 48 云南赛博兴生物科技有限公司基本情况 69

图表 49 云南赛博兴生物科技有限公司精油产品概况 70

图表 50 香村生物科技有限公司精油产品情况 71

- 图表 51 香村生物科技有限公司专柜概况 72
- 图表 52 新疆伊犁伊帕尔汗香料发展有限责任公司精油产品概况 75
- 图表 53 济南惠农玫瑰花精油有限公司基本情况 78
- 图表 54 济南惠农玫瑰花精油有限公司玫瑰精油产品情况表 78
- 图表 55 济南惠农玫瑰花精油有限公司生产设备情况表 79
- 图表 56 纯天然玫瑰精油，玫瑰纯露生产线示意图 80
- 图表 57 新疆和田阳光沙漠玫瑰有限公司基本情况 81
- 图表 58 广州欧森日用品有限公司基本情况 82
- 图表 59 广州欧森日用品有限公司精油主要产品概况 83
- 图表 60 2016-2022年中国香薰精油零售额预测趋势图 86
- 图表 61 重点客户管理与企业战略规划 94

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/A718943P01.html>