

# 2016-2022年中国精油行业 深度研究与投资前景分析报告

## 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年中国精油行业深度研究与投资前景分析报告》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/K77161DFAV.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

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。

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（Essential oil）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。

发展方向最终还是要求产品创新，市场已有的调理身体的精油精油皂，这些接近化妆品的明显诉求可以帮助精油皂脱离其仅为清洁用品的固有形象，继而建立与化妆品类似的品牌新形象。例如，佛山诗婷日用品有限公司无疑正是此类企业之一，其研发的精油精油皂甚至已经吸引了包括雅芳（美国/欧洲）、宝洁（欧洲）在内的众多跨国企业的关注，并成为这些跨国企业的代工企业。

2013年国内精油皂达到6.22万吨，目前市场趋于稳定增长，未来几年随着消费者消费水平的不断提高，国内精油皂消费量还将进一步提高，预计到2018年我国精油皂消费量将达到万吨，2012年国内精油皂市场规模已达到21.66亿。未来几年，随着政策促进、技术力度的加强，市场需求的拉动，我们预计2018年精油皂市场规模将达到39亿元。

随着人们生活水平的提高，天然的、安全的护肤越来越受到消费者的青睐。因此，从全球化妆品发展趋势来看，这种天然的、有机的护肤会是发展的趋势。虽然，目前很多企业选择进入精油皂行业市场是一种概念的炒作，是企业在短期特定时间段的市场行为，但是精油皂的市场份额会越来越大，这个趋势是肯定的也是显而易见的。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国精油行业深度研究与投资前景分析报告》共十六章。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：

第一部分 精油市场运行现状

第一章 产品和服务市场现状

第一节 全球产品和服务市场运行概况

一、全球肥胖人群

二、全球产品和服务市场发展历程

第二节 中国产品和污物市场运行概况

一、中国肥胖人群

二、中国产品和服务市场发展历程

第三节 世界主要国家产品和服务市场运行概况

第二章 精油市场运行概况

第一节 精油市场运行概况

一、中国精油市场运行概况

二、全球精油市场运行概况

第二节 精油市场运行概况

一、中国精油市场运行概况

二、全球精油市场运行概况

第三节 世界主要国家精油市场运行概况

第三章 精油市场运行环境现状

第一节 政治环境

一、国内政治环境

二、国际政治环境

第二节 法律环境

第三节 经济环境

一、社会经济条件

二、交通运输

三、资源

第四节 技术环境

第五节 社会文化环境

第六节 自然地理环境

第七节 竞争环境

第二部分 精油行业全景调研

第四章 产品和服务市场运行指标

第一节 需求

一、中国产品和服务市场需求状况

二、全球产品和服务市场需求状况

三、世界主要国家产品和服务市场需求状况

第二节 供给

一、中国产品和服务市场供给状况

二、全球产品和服务市场供给状况

三、世界主要国家产品和服务市场供给状况

第三节 价格

一、中国产品和服务市场价格状况

二、全球产品和服务市场价格状况

三、世界主要国家产品和服务市场价格状况

第五章 精油市场运行指标

第一节 需求

一、中国精油市场需求状况

二、全球精油市场需求状况

三、世界主要国家精油市场需求状况

## 第二节 供给

- 一、中国精油市场供给状况
- 二、全球精油市场供给状况
- 三、世界主要国家精油市场供给状况

## 第三节 价格

- 一、中国精油市场价格状况
- 二、全球精油市场价格状况
- 三、世界主要国家精油市场价格状况

## 第六章 精油市场运行指标

### 第一节 需求

- 一、中国精油市场需求状况
- 二、全球精油市场需求状况
- 三、世界主要国家精油市场需求状况

### 第二节 供给

- 一、中国精油市场供给状况
- 二、全球精油市场供给状况
- 三、世界主要国家精油市场供给状况

### 第三节 价格

- 一、中国精油市场价格状况
- 二、全球精油市场价格状况
- 三、世界主要国家精油市场价格状况

## 第七章 精油市场环境因素分析

### 第一节 人口因素

### 第二节 经济因素

### 第三节 竞争因素

### 第四节 技术因素

### 第五节 政治因素

### 第六节 文化因素

## 第八章 2014-2015年精油进出口状况

第一节 2014-2015年精油进口情况

第二节 2014-2015年精油出口情况

第三节 2014-2015年精油进出口影响

## 第九章 替代品市场

第一节 替代品简介

第二节 替代品市场发展历程

第三节 替代品市场运行情况

一、需求

二、供给

三、价格

第四节 替代品市场运行环境

第五节 替代品发展局限性

## 第三部分 精油行业竞争格局

### 第十章 精油市场竞争结构分析

第一节 市场领导者

第二节 市场挑战者

第三节 市场追随者

第四节 市场弥缺者

### 第十一章 精油市场竞争格局

第一节 产量分布格局

第二节 销售量格局

第三节 行销区域格局

第四节 价格区域格局

第五节 产品质量格局

第六节 品牌知名度格局

第七节 顾客满意度格局

### 第十二章 精油行业壁垒

第一节 规模经济

## 第二节 产品差异化

## 第三节 资金需求

## 第四节 与规模无关的成本劣势

## 第五节 获得经销渠道

## 第六节 政府政策

## 第十三章 优势企业分析

### 第一节 阿芙AFU

### 第二节 O家精油 Oshadhi

### 第三节 美宝琪 Meboc

### 第四节 美体小铺 The Body Shop

### 第五节 茱莉寇儿 Jurlique

### 第六节 Shirley price

### 第七节 汇美舍 PrettyVally

### 第八节 贝斯特 Best

### 第九节 家美乐 Camenae

### 第十节 佰草集 Herborist

## 第四部分 精油行业趋势预测

### 第十四章 2016-2022年精油行业发展趋势及影响因素

#### 第一节 精油行业前景与机会分析

##### 一、我国精油行业发展前景分析

##### 二、我国精油行业发展机遇分析

#### 第二节 精油行业发展前景与机遇分析

#### 第三节 中国精油行业SWOT分析

##### 一、优势

##### 二、劣势

##### 三、机遇

##### 四、威胁

## 第五部分 精油行业战略投资研究

### 第十五章 2016-2022年精油行业投资方向与风险分析



## 第一节 产业发展的空缺点分析

## 第二节 回报率高的投资方向

## 第三节 新进入者的阻碍因素

## 第四节 精油行业产销模式

## 第五节 营销分析与营销模式推荐

### 一、广告心理策略

### 二、广告市场分析

### 三、包装、营销

### 四、精油营销模式

## 第六节 2016-2022年中国精油行业投资风险分析

### 一、经济稳定风险

### 二、市场风险分析

### 三、治理风险分析

### 四、外资进入现状及对我国市场的冲击

## 第十六章 观点与结论 (ZY GXH)

### 第一节 精油行业企业经营发展分析及建议

#### 一、精油行业经营模式

#### 二、精油行业生产模式

### 第二节 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 (ZY GXH)

## 图表目录：

图表：精油产业链分析

图表：精油行业生命周期

图表：2014-2015年中国精油行业市场规模

图表：2014-2015年全球精油产业市场规模

图表：2014-2015年精油重要数据指标比较

图表：2014-2015年中国精油行业销售情况分析

图表：2014-2015年中国精油行业利润情况分析

图表：2014-2015年中国精油行业资产情况分析

图表：2014-2015年中国精油竞争力分析

图表：2016-2022年中国精油市场前景预测

图表：2016-2022年中国精油市场价格走势预测

图表：2016-2022年中国精油发展前景预测

图表：2015年1-12月精油产量全国统计

图表：2015年1-12月精油产量北京市统计

图表：2015年1-12月精油产量天津市统计

图表：2015年1-12月精油产量河北省统计

图表：2015年1-12月精油产量内蒙古统计

图表：2015年1-12月精油产量辽宁省统计

图表：2015年1-12月精油产量吉林省统计

图表：2015年1-12月精油产量黑龙江统计

图表：2015年1-12月精油产量上海市统计

图表：2015年1-12月精油产量江苏省统计

图表：2015年1-12月精油产量浙江省统计

图表：2015年1-12月精油产量安徽省统计

图表：2015年1-12月精油产量福建省统计

图表：2015年1-12月精油产量江西省统计

图表：2015年1-12月精油产量山东省统计

图表：2015年1-12月精油产量河南省统计

图表：2015年1-12月精油产量湖北省统计

图表：2015年1-12月精油产量湖南省统计

图表：2015年1-12月精油产量广东省统计

图表：2015年1-12月精油产量广西区统计

图表：2015年1-12月精油产量海南省统计

图表：2015年1-12月精油产量四川省统计

图表：2015年1-12月精油产量云南省统计

图表：2015年1-12月精油产量陕西省统计

图表：2015年1-12月精油产量甘肃省统计

图表：2015年1-12月精油产量青海省统计

图表：2015年1-12月精油产量宁夏区统计

图表：2015年1-12月精油产量新疆区统计  
图表：2015年1-12月我国精油产品进口数据  
图表：2015年1-12月我国精油产品出口数据  
图表：2015年1月我国精油产品进口数据  
图表：2015年1月我国精油产品出口数据  
图表：2015年2月我国精油产品进口数据  
图表：2015年2月我国精油产品出口数据  
图表：2015年3月我国精油产品进口数据  
图表：2015年3月我国精油产品出口数据  
图表：2015年4月我国精油产品进口数据  
图表：2015年4月我国精油产品出口数据  
图表：2015年5月我国精油产品进口数据  
图表：2015年5月我国精油产品出口数据  
图表：2015年6月我国精油产品进口数据  
图表：2015年6月我国精油产品出口数据  
图表：2015年7月我国精油产品进口数据  
图表：2015年7月我国精油产品出口数据  
图表：2015年8月我国精油产品进口数据  
图表：2015年8月我国精油产品出口数据  
图表：2015年9月我国精油产品进口数据  
图表：2015年9月我国精油产品出口数据  
图表：2015年10月我国精油产品进口数据  
图表：2015年10月我国精油产品出口数据  
图表：2015年11月我国精油产品进口数据  
图表：2015年11月我国精油产品出口数据  
图表：2015年12月我国精油产品进口数据  
图表：2015年12月我国精油产品出口数据

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/K77161DFAV.html>