

中国精油市场运营态势及投资前景预测报告（2012-2016）

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《中国精油市场运营态势及投资前景预测报告（2012-2016）》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/138686138686.html>

报告价格：电子版: 7000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

精油产自芳香植物（Aromatic Herbst）。并不是所有的植物都能产出精油，只有那些含有香脂腺的植物，才有可能产出精油。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分，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，且藉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，可由鼻腔呼吸道进入身体，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）是高挥发性的，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。纯精油，因为含有多种不同的化学成份，大部分不能直接大量用在皮肤上，而是通过稀释在基础油中使用。精油有“西方的中药”之称，可以通过皮肤渗透进入血液循环，能有效的调理身体，达到舒缓、净化等作用。

中国报告网发布的《中国精油市场运营态势及投资前景预测报告（2012-2016）》共十七章。首先介绍了精油相关概述、中国精油市场运行环境等，接着分析了中国精油市场发展的现状，然后介绍了中国精油重点区域市场运行形势。随后，报告对中国精油重点企业经营状况分析，最后分析了中国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。

第一章 精油行业发展概述

第一节 精油简述

- 一、精油萃取
- 二、精油的功效
- 三、精油的作用机理

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 精油提炼及特点分析

一、精油的提炼

二、香薰精油的特点

三、精油与化学合成分子的差异

第二章 2012年世界精油市场运营态势分析

第一节 2012年国际护肤品市场运行总况

一、国际护肤品市场概述

二、全球天然护肤品需求量分析

三、金融风暴下护肤品需求分析

四、全球护肤品消费格局预测

五、全球化妆品市场趋势分析

第二节 2012年全球精油市场现状综述

一、全球香薰产品市场分析

二、全球树脂精油产销情况分析

三、全球精油市场生产及消费状况

四、国际市场精油价格走势

五、国际精油技术的发展分析

六、北美精油市场现状及需求预测

七、西非精油行业发展及出口分析

第三节 2012年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

七、中、保玫瑰精油合作的可能性探讨

第三章 中国精油行业市场运行环境分析

第一节 国内精油经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国精油经济发展预测分析

第二节 中国精油行业政策环境分析

第四章 2012年中国精油行业市场分析

第一节 2012年中国香薰产业运行综述

一、香薰产业所处发展阶段

二、香薰品牌发展分析

三、香薰服务发展分析

四、香薰产业发展空间

第二节 2012年中国香薰精油行业发展分析

一、中国香精香料企业规模

二、香薰精油行业现状及发展前景

三、精油市场发展现状及趋势

第三节 2012年中国精油市场存在的问题分析

第五章 2012年中国精油产业市场调研分析

第一节 2012年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

第二节 2012年中国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

第三节 2012年中国精油细分市场发展分析

一、女士精油

二、男士精油

三、儿童精油

第六章 2012年中国精油市场深度调查研究

第一节 香薰精油品牌排名（世界品牌）

一、高级精油

二、中档精油

三、平价精油

第二节 近几年中国化妆品、护肤品、精油市场销售情况分析

四、2010年化妆品、护肤品、精油市场销售情况

五、2011年化妆品、护肤品、精油市场销售情况

六、2012年化妆品、护肤品、精油市场销售情况

七、同比分析

第三节 2012年中国香薰精油市场调查分析

一、香薰产品琳琅满目

二、香薰精油市场规模

三、劣质精油问题调查

第七章 2012年中国精油应用市场运行走势分析

第一节 2012年中国SPA市场分析

一、精油SPA的作用

二、SPA文化在世界各地的起源与发展

三、国内SPA市场行业标准缺失

四、中国SPA市场热的冷思考

五、全球SPA未来发展趋势

六、中国SPA市场前景分析

七、男士SPA生活馆市场空间

第二节 2012年中国按摩市场分析

一、全国按摩市场现状分析

二、中医按摩市场竞争形势分析

三、中国盲人按摩市场现状及未来发展

四、中国盲人按摩市场竞争情况分析

五、当前中国保健按摩行业存在的问题

六、发展推拿按摩行业对社会的作用

七、2012年保健按摩行业政策环境分析

第三节 2012年中国美容市场分析

一、美容行业发展分析

二、美容业新经济增长点分析

三、金融危机对美容业的影响

四、美容市场规模分析

五、美容市场需求分析

六、美容市场发展对策

第八章 2012年中国精油行业消费市场分析

第一节 2012年中国精油消费者收入分析

一、人口规模与年龄结构分析

二、学历结构分析

三、消费者信心指数分析

四、居民生活水平分析

五、国内零售市场情况分析

第二节 2012年植物精油消费者调查

一、消费者年龄段分布

二、消费者性别比例

三、消费者职业分布

四、消费者学历分布

五、消费者每年用于美容理疗的花费

六、当前芳香美容市场存在的最主要问题调查

七、是否愿意尝试一款新品种精油调查

八、国内品牌和国外品牌认可度调查

九、植物精油及其功效了解渠道调查

十、选择某一品牌精油的理由调查

第九章 2012年中国化妆品行业发展分析

第一节 2012年中国化妆品业运行总况

一、中国化妆品行业OEM生产节奏加快

二、中国化妆品零售终端市场呈现新特点

三、化妆品行业品牌发展现状

第二节 2012年中国化妆品市场规模分析

一、中国化妆品行业增长率

二、最近三年中国化妆品销售额

三、化妆品行业大牌网络销售状况分析

第三节 2012年中国市场消费分析

一、化妆品市场消费者的构成

二、化妆品市场消费的特点

三、美容化妆品市场的消费状况调查

四、女性购买化妆品的心理因素研究

五、化妆品消费的新趋势分析

第四节 2012年化妆品行业发展分析

一、2012年化妆品行业增速分析

二、2012年化妆品农村市场潜力

三、2012年中低端化妆品增长预期

四、2012年高档化妆品征收消费税

五、2012年化妆品行业结构化调整形势

第十章 2012年中国护肤品行业运行态势分析

第一节 2012年中国护肤品市场动态分析

一、中国实施化妆品成分标注新规

二、足部护理产品成护肤品市场消费亮点

三、中国研制首款防电磁辐射护肤品

第二节 2012年中国化妆品行业概况

一、国内化妆品市场渠道呈现新特征

二、中国护肤品牌发展的四个阶段

三、国内高档护肤品市场发展迅猛

四、中国护肤品企业的产品定位分析

五、中国护肤品消费群体分析

六、中国护肤品市场关注度分析

七、国内本土护肤品牌继续扩张

第三节 2012年中国护肤品市场的发展态势

一、护肤品品牌市场发展态势

二、专业护肤品企业发展态势

三、高档护肤品发展情况分析

第四节 2012年中国护肤品市场品牌分析

一、2012年中国十大护肤品品牌情况

二、2012年护肤化妆品品牌比较分析

三、2012年护肤品市场品牌突围分析

第五节 2012年护肤品企业积极调整战略部署

一、2012年护肤品市场增长分析

二、2012年中高端品牌战略部署

三、2012年三、四线品牌的战略

第十一章 2012年中国精油行业市场竞争格局分析

第一节 2012年中国精油行业竞争结构分析

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 2012年中国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 2012年中国精油市场竞争力统计

第十二章 2012年中国精油企业提升竞争力策略分析

第一节 2012年精油领先者市场竞争策略

- 一、维护高质量形象
- 二、扩大市场需求总量
- 三、保护市场份额
- 四、扩大市场份额

第二节 2012年精油挑战者市场竞争策略

- 一、正面进攻
- 二、侧翼攻击
- 三、包围进攻
- 四、迂回攻击
- 五、游击战

第三节 2012年精油追随者的市场竞争策略

- 一、紧密追随策略
- 二、距离追随策略
- 三、选择追随策略

第四节 2012年精油补缺者的市场竞争策略

- 一、市场补缺者的特征
- 二、市场补缺者的策略

第五节 2012年国内护肤品生产企业提高竞争力的途径

- 一、进行准确的市场定位
- 二、提高产品质量及加强品牌塑造
- 三、运用多种营销手段形成独到的营销策略
- 四、加强终端服务建设
- 五、开发男性护肤品市场

第十三章 2012年中国重点精油生产企业调研分析

第一节 辽宁孚曼实业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 苏州东吴香精有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 济南惠农玫瑰花精油有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 河南省辉县市常胜油厂

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 昆明京京香料厂(嵩明县)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 武汉一枝花油脂化工有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 贵阳基志香料厂

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 其它企业分析

一、深圳市芳馨精油原料有限公司

二、爱易莱科技有限公司

三、广西芙美佳有限公司

四、海棠有限公司

五、雅而顿香薰有限公司

六、广州幽香源香薰生活有限公司

七、上海豆蔻化妆品有限公司

第十四章 2012-2016年中国化妆品行业发展趋势分析

第一节 2012-2016年中国化妆品行业前景与机遇分析

一、中国化妆品行业发展前景

二、中国化妆品发展机遇分析

三、化妆品的发展机遇分析

四、金融危机对化妆品行业的影响分析

第二节 2012-2016年中国化妆品市场趋势分析

一、化妆品市场发展空间

二、化妆品技术革新趋势

三、化妆品价格走势分析

四、国际环境对行业的影响

第十五章 2012-2016年中国精油行业发展趋势预测分析

第一节 2012-2016年中国护肤趋势分析

一、天然有机成分含量趋势

二、美白功效产品发展趋势

三、药妆市场发展趋势分析

第二节 2012-2016年中国精油行业发展趋势分析

一、香薰精油行业发展前景

二、树脂精油的发展前景分析

三、中国精油市场准入趋势分析

四、未来香熏世界将大放异彩

五、最新最热的美容院精油项目

第十六章 2012-2016年中国精油行业投资机会与风险分析

第一节 2012-2016年中国精油行业投资环境预测分析

第二节 2012-2016年中国精油行业投资机会分析

- 一、精油投资潜力分析
- 二、精油投资吸引力分析

第三节 2012-2016年中国精油行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险分析
- 二、政策风险分析
- 三、原材料风险分析
- 三、技术风险分析

第十七章 2012-2016年中国精油行业投资战略研究

第一节 2012-2016年香薰精油产业投资形势分析

第二节 2012-2016年中小型化妆品公司护肤品的对策分析

- 一、护肤品的产品定位及市场定位
- 二、中小型化妆品公司护肤品的战略分析

第三节 2012-2016年护肤品营销策略分析

- 一、护肤品广告心理策略
- 二、护肤品广告市场分析
- 三、护肤品包装色彩营销

第四节 2012-2016年中国精油企业发展策略

- 一、坚守核心主业
- 二、构建优质渠道
- 三、整合优质资源
- 四、提升经营能力
- 五、明确品牌形象
- 六、调整市场策略

第五节 2012-2016年中国精油行业发展战略研究

- 一、技术开发战略
- 二、产业战略规划
- 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

第六节 2012-2016年对中国精油品牌的战略思考

- 一、品牌的基本含义
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性
- 三、精油品牌的特性和作用

四、精油品牌的价值战略

五、中国精油品牌竞争趋势

六、精油企业品牌发展战略

七、精油行业品牌竞争策略

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：辽宁孚曼实业有限公司主要经济指标走势图

图表：辽宁孚曼实业有限公司经营收入走势图

图表：辽宁孚曼实业有限公司盈利指标走势图

图表：辽宁孚曼实业有限公司负债情况图

图表：辽宁孚曼实业有限公司负债指标走势图

图表：辽宁孚曼实业有限公司运营能力指标走势图

图表：辽宁孚曼实业有限公司成长能力指标走势图

图表：苏州东吴香精有限公司主要经济指标走势图

图表：苏州东吴香精有限公司经营收入走势图

图表：苏州东吴香精有限公司盈利指标走势图

图表：苏州东吴香精有限公司负债情况图

图表：苏州东吴香精有限公司负债指标走势图

图表：苏州东吴香精有限公司运营能力指标走势图

图表：苏州东吴香精有限公司成长能力指标走势图

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司主要经济指标走势图

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司经营收入走势图

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司盈利指标走势图

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司负债情况图

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司负债指标走势图

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司运营能力指标走势图

图表：济南惠农玫瑰花精油有限公司成长能力指标走势图

图表：河南省辉县市常胜油厂主要经济指标走势图

图表：河南省辉县市常胜油厂经营收入走势图

图表：河南省辉县市常胜油厂盈利指标走势图

图表：河南省辉县市常胜油厂负债情况图

图表：河南省辉县市常胜油厂负债指标走势图

图表：河南省辉县市常胜油厂运营能力指标走势图

图表：河南省辉县市常胜油厂成长能力指标走势图

图表：昆明京京香料厂主要经济指标走势图

图表：昆明京京香料厂经营收入走势图

图表：昆明京京香料厂盈利指标走势图

图表：昆明京京香料厂负债情况图

图表：昆明京京香料厂负债指标走势图

图表：昆明京京香料厂运营能力指标走势图

图表：昆明京京香料厂成长能力指标走势图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司主要经济指标走势图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司经营收入走势图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司盈利指标走势图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司负债情况图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司负债指标走势图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司运营能力指标走势图

图表：武汉一枝花油脂化工有限公司成长能力指标走势图

图表：贵阳基志香料厂主要经济指标走势图

图表：贵阳基志香料厂经营收入走势图

图表：贵阳基志香料厂盈利指标走势图

图表：贵阳基志香料厂负债情况图

图表：贵阳基志香料厂负债指标走势图

图表：贵阳基志香料厂运营能力指标走势图

图表：贵阳基志香料厂成长能力指标走势图

图表：略.....

特别说明：中国报告网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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/138686138686.html>