

2011-2015年中国精油市场 深度调查及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年中国精油市场深度调查及投资方向研究报告》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.cction.com/report/201111/78962.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

植物精油素有“植物激素”之称，其实许多精油的性质与人体激素一样，对人体有着重要作用。精油较为人所熟知的功效，不外乎舒缓与振奋精神这种较偏向心理上的功效，但是精油的功效不仅于此。不同种类的精油还有各种不同的功效，对于一些疾病，也有舒缓和减轻症状的功能。精油对许多的疾病都很有帮助，配合药物的治疗，可以让疾病恢复的更快。并且在日常生活中使用，可以起到净化空气、消毒、杀菌的功效，同时可以预防一些传染性疾病。

目前，精油产品在中国市场上已经得到消费者认可，回头率和忠诚度很高。可是，大多精油都出自于美容院这些专业护肤场所，个人居家因对精油的不了解所购较少，目前的国内精油品牌实力都比较小，在市场运作方面处处受阻，商场专柜，国际品牌争奇斗艳，其中的澳洲品牌的比例不可小视。随着中国精油市场的日渐成熟，中澳之间的合作将会越来越频繁。国内的精油市场，是一个充满机会和前景的市场。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国精油市场深度调查及投资方向研究报告》指出：2009至2010年间，精油销售量占我国化妆品市场销售总量的份额成倍增加。2005年，中国化妆品市场容量约600亿，而其中精油连1%的份额都不到。到2007年，精油占化妆品市场容量份额到达2%，2008年到达3%，2009年到达5%，2010年则高达8%。我国精油行业在将来5至10年中，具备相称大的开展后劲。

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。

目录

第一章 精油行业发展概述 1

第一节 精油简述 1

一、精油萃取 1

二、精油的功效 3

三、精油的作用机理 3

第二节 精油细分及基础油介绍 4

一、基础油概述 4

二、单方精油概述 7

三、复方精油概述 8

第三节 精油提炼及特点分析 8

一、精油的提炼 8

二、香薰精油的特点 10

三、精油与化学合成分子的差异 11

第二章 世界精油市场发展状况分析 12

第一节 国际护肤品市场发展分析 12

一、国际护肤品市场概述 12

二、全球天然护肤品需求量分析 12

三、金融风暴下护肤品需求分析 13

四、全球护肤品消费格局预测 13

五、全球化妆品市场趋势分析 14

第二节 全球精油市场分析 16

一、全球香薰产品市场透析 16

二、全球树脂精油产销情况分析 17

三、全球精油市场生产及消费状况 18

第三节 全球玫瑰精油市场发展分析 19

一、玫瑰和玫瑰油的分类及用途 19

二、国内外玫瑰产业的发展情况 19

三、世界各国玫瑰油产量和市场 20

四、保加利亚玫瑰精油特点分析 21

五、保加利亚种植玫瑰的优势 21

六、保加利亚玫瑰精油发展历史 22

第三章 中国精油行业投资环境分析 24

第一节 国内宏观经济环境分析 24

一、GDP历史变动轨迹分析 24

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 25

三、2011年中国宏观经济发展预测分析 27

第二节 中国精油行业政策环境分析 31

一、中国化妆品的管理与监督的特点 31

- 二、2008年9月1日起施行《化妆品标识管理规定》 32
- 三、2010年化妆品成分必须全部标识 37
- 四、化妆品卫生标准“十一五”规划 37
- 五、精油有关的国际标准 40

第四章 中国精油行业发展现状分析 46

第一节 中国香薰产业运行综述 46

- 一、香薰产业所处发展阶段 46
- 二、香薰品牌发展分析 46
- 三、香薰服务发展分析 47
- 四、香薰产业发展空间 47

第二节 中国香薰精油行业发展分析 48

- 一、中国香精香料企业规模 48
- 二、香薰精油行业现状及发展前景 48
- 三、精油市场发展现状及趋势 49

第五章 中国精油产业市场运行动态分析 50

第一节 中国精油行业发展动态分析 50

- 一、植物精油替代化学化妆品分析 50
- 二、八十四团留兰香精油畅销国内市场 53
- 三、自主精油技术助芳香产业升级 54
- 四、北川将要打造知名的玫瑰谷 55

第二节 中国主要精油产品发展分析 56

- 一、玫瑰精油的发展 56
- 二、玫瑰精油在中国的市场 56
- 三、中国天然茶树精油研究分析 57

第三节 中国精油细分市场发展分析 58

- 一、女士精油 58
- 二、男士精油 59
- 三、儿童精油 59

第六章 中国精油应用领域分析 60

第一节 中国SPA市场分析 60

- 一、精油SPA的作用 60
- 二、SPA文化在世界各地的起源与发展 60
- 三、国内SPA市场行业标准缺失 61
- 四、中国SPA市场热的冷思考 61
- 五、全球SPA未来发展趋势 63
- 六、中国SPA市场前景分析 65
- 七、男士SPA生活馆市场空间 66

第二节 中国按摩市场分析 67

- 一、全国按摩市场现状分析 67
- 二、中医按摩市场竞争形势分析 67
- 三、中国盲人按摩市场现状及未来发展 68
- 四、中国盲人按摩市场竞争情况分析 69
- 五、当前中国保健按摩行业存在的问题 70
- 六、发展推拿按摩行业对社会的作用 71

第三节 中国美容市场分析 71

- 一、美容行业发展分析 71
- 二、美容业新经济增长点分析 72
- 三、金融危机对美容业的影响 73
- 四、美容市场规模分析 74
- 五、美容市场需求分析 74
- 六、美容市场发展对策 75

第七章 中国化妆品行业发展分析 78

第一节 中国化妆品市场特点 78

- 一、当今化妆品市场新特点 78
- 二、中国化妆品行业市场特点 78
- 三、化妆品市场特征及渠道盘点 80

第二节 中国化妆品市场规模分析 81

- 一、中国化妆品行业增长率 81
- 二、最近三年中国化妆品销售额 82
- 三、化妆品网络销售额情况 82

第三节 中国化妆品行业发展现状分析 83

一、化妆品行业品牌发展现状 83

二、化妆品行业消费市场现状 83

三、化妆品市场消费层次分析 85

四、中国化妆品市场走向分析 85

第八章 中国护肤品行业运行态势分析 87

第一节 护肤品市场现状分析 87

一、国内护肤品市场状况分析 87

二、护肤品市场销售情况分析 89

三、护肤品市场热点分析 90

第二节 中国护肤品市场的发展态势 93

一、护肤品品牌市场发展态势 93

二、专业护肤品企业发展态势 93

三、高档护肤品发展情况分析 94

第三节 中国护肤品市场品牌分析 95

一、中国十大护肤品品牌情况 95

二、护肤化妆品品牌比较分析 95

三、护肤品市场品牌突围分析 100

第四节 护肤品企业积极调整战略部署 102

一、护肤品市场增长分析 102

二、中高端品牌战略部署 102

三、三、四线品牌的战略 104

第九章 中国精油行业市场竞争格局分析 105

第一节 中国精油行业竞争结构分析 105

一、行业内现有企业的竞争 105

二、新进入者的威胁 105

三、替代品的威胁 105

四、供应商的讨价还价能力 106

五、购买者的讨价还价能力 106

第二节 中国精油企业竞争力分析 106

- 一、品牌形象力 106
- 二、制度有效力 106
- 三、战略执行力 107
- 四、研发创新力 107
- 五、资源整合力 108

第十章 中国精油企业提升竞争力策略分析 109

第一节 精油领先者市场竞争策略 109

- 一、维护高质量形象 109
- 二、扩大市场需求总量 109
- 三、保护市场份额 110
- 四、扩大市场份额 110

第二节 精油挑战者市场竞争策略 110

- 一、正面进攻 110
- 二、侧翼攻击 110
- 三、包围进攻 111
- 四、迂回攻击 111
- 五、游击战 111

第三节 精油追随者的市场竞争策略 111

- 一、紧密追随策略 111
- 二、距离追随策略 111
- 三、选择追随策略 112

第四节 精油补缺者的市场竞争策略 112

- 一、市场补缺者的特征 112
- 二、市场补缺者的策略 112

第五节 国内护肤品生产企业提高竞争力的途径 113

- 一、进行准确的市场定位 113
- 二、提高产品质量及加强品牌塑造 113
- 三、运用多种营销手段形成独到的营销策略 113
- 四、加强终端服务建设 114
- 五、开发男性护肤品市场 114

第十一章 中国重点精油生产企业竞争性财务数据分析 115

第一节 辽宁孚曼实业有限公司 115

- 一、企业概况 115
- 二、企业主要经济指标分析 115
- 三、企业盈利能力分析 115
- 四、企业偿债能力分析 116
- 五、企业运营能力分析 116
- 六、企业成长能力分析 116

第二节 广西南宁市邕宁区香蕾茶厂 117

- 一、企业概况 117
- 二、企业主要经济指标分析 117
- 三、企业盈利能力分析 117
- 四、企业偿债能力分析 118
- 五、企业运营能力分析 118
- 六、企业成长能力分析 118

第三节 济南惠农玫瑰花精油有限公司 118

- 一、企业概况 118
- 二、企业主要经济指标分析 119
- 三、企业盈利能力分析 120
- 四、企业偿债能力分析 120
- 五、企业运营能力分析 120
- 六、企业成长能力分析 120

第四节 昆明京京香料厂(嵩明县) 121

- 一、企业概况 121
- 二、企业主要经济指标分析 121
- 三、企业盈利能力分析 121
- 四、企业偿债能力分析 122
- 五、企业运营能力分析 122
- 六、企业成长能力分析 122

第五节 浙江省建德市千岛湖香料有限公司 123

- 一、企业概况 123
- 二、企业主要经济指标分析 123

三、企业盈利能力分析 123

四、企业偿债能力分析 124

五、企业运营能力分析 124

六、企业成长能力分析 124

第六节 其它企业分析 124

一、深圳市芳馨精油原料有限公司 124

二、爱易莱科技有限公司 125

三、广西芙美佳有限公司 125

四、海棠有限公司 125

五、雅而顿香薰有限公司 126

六、广州幽香源香薰生活有限公司 126

七、上海豆蔻化妆品有限公司 126

第十二章 2011-2015年中国化妆品行业发展趋势分析 127

第一节 2011-2015年中国化妆品行业前景与机遇分析 127

一、中国化妆品行业发展前景 127

二、中国化妆品发展机遇分析 128

三、2009-2010年化妆品的发展机遇分析 128

四、金融危机对化妆品行业的影响分析 130

第二节 2011-2015年中国化妆品市场趋势分析 133

一、化妆品市场发展空间 133

二、化妆品技术革新趋势 133

三、化妆品价格走势分析 137

四、国际环境对行业的影响 137

第十三章 2011-2015年中国精油行业发展趋势预测分析 138

第一节 2011-2015年中国护肤趋势分析 138

一、天然有机成分含量趋势 138

二、美白功效产品发展趋势 138

三、药妆市场发展趋势分析 140

第二节 2011-2015年中国精油行业发展趋势分析 142

一、香薰精油行业发展前景 142

- 二、树脂精油的发展前景分析 143
- 三、中国精油市场准入趋势分析 145
- 四、未来香熏世界将大放异彩 145
- 五、最新最热的美容院精油项目 146

第十四章 2011-2015年中国精油行业投资机会与风险分析 147

第一节 2011-2015年中国精油行业投资环境预测分析 147

第二节 2011-2015年中国精油行业投资机会分析 148

一、精油投资潜力分析 148

二、精油投资吸引力分析 149

第三节 2011-2015年中国精油行业投资风险分析 150

一、市场竞争风险分析 150

二、政策风险分析 150

三、原材料风险分析 150

四、技术风险分析 150

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201111/78962.html>