

2024-2030年中国精油市场 评估与投资可行性报告

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

《2024-2030年中国精油市场评估与投资可行性报告》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/202310/418227.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国精油市场评估与投资可行性报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 中国精油行业市场发展概况 第一节 精油行业发展情况 一、精油定义 二、精油的功能 三、精油的作用机理 第二节 精油产业链分析 一、精油及种植 17 二、精油的生产 17 三、精油的利用 17 第三节 中国精油行业经济指标分析 17 一、赢利性 17 二、成长速度 17 三、进入壁垒 17 行业进入壁垒主要包括：一是技术壁垒，精油提炼技术具有较高的技术壁垒；二是品牌壁垒，目前市场上所存的精油品牌具有较高的知名度；三是油料可获得性以及规模壁垒，油料的规模化种植以及品种选择等也具有较高的壁垒。 四、行业周期 18 五、进出口 18 六、当前行业发展所处周期 18 精油产业属于朝阳产业，是一种新兴服务产业。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，但在中国内地市场，2014年精油护肤品所占份额只有1%左右，在国内化妆品市场总额近3000亿的情况下，保守估计，精油护肤品至少还有300亿以上的市场空间可供挖掘。

第二章 中国精油市场发展分析 19 第一节 中国精油市场概况 19 一、中国精油生产消费状况 19 二、中国精油市场发展分析 19 三、中国精油细分市场分析 20 第二节 中国精油市场发展情况分析 20 一、中国精油市场分析 20 二、中国精油市场分析 21 第三节 主要国家精油市场分析 21 一、美国精油市场分析 21 二、巴西精油市场分析 21 三、印度精油市场分析 21 四、阿根廷精油市场分析 22 第四节 国内及国外香薰精油市场情况 22 一、香薰精油市场特点 22 二、香薰精油技术发展情况 22 第五节 国际和国内香薰类产品和空气挥发香料类型 23

第三章 中国精油市场运行分析 24 第一节 精油行业市场发展基础情况 24 一、市场发展现状分析 24 二、市场特色剖析 24 第二节 精油产业总产值分析 25 一、精油市场工业总产值分析 25 二、不同规模企业工业总产值分析 25 三、不同所有制企业工业总产值比较 26 第三节 精油行业市场产品价格分析 26 一、市场产品价格走势 26 二、市场产品价格走势 27 三、市场产品价格趋势预测 27

第四章 中国精油行业的国际比较分析 28 第一节 中国精油市场发展情况分析 28 一、中国精油市场发展分析 28 二、中国精油市场发展分析 28 三、中国精油细分市场 29 第二节 中国精油行业的国际比较分析 29 一、国际精油市场发展模式分析 29 二、中国精油行业国际比较分析 30 三、我国出口产品的国际竞争力分析 30 第三节 中国精油行业市场需求分析 30

第五章 中国精油行业经济运行指标分析 32 第一节 中国精油行业总体规模分析 32 第二节 中国精油行业产销分析 32 一、行业产成品情形总体分析 32 二、行业产品产销率统计分析 33 第三节 中国精油行业财务指标总体分析 33 一、行业

盈利能力分析 33 二、行业偿债能力分析 34 三、行业营运能力分析 35 第六章 中国精油生产现状分析 36 第一节 我国精油产量概况 36 第二节 我国玫瑰精油产量 36 第三节 我国精油原料产量 37 第四节 精油行业市场供应分析 38 一、精油产品市场动态 38 二、劣质精油问题分析 38 三、精油行业发展动态 39 第七章 中国精油市场进出口分析 40 第一节 精油市场进出口分析 40 一、精油进口分析 40 二、精油出口分析 40 第二节 精油进出口地区结构分析 41 一、精油进口来源国分析 41 二、精油进出口去向国分析 42 第三节 精油进出口产品分析 43 第八章 区域市场情况深度分析 45 第一节 长三角区域市场情况分析 45 第二节 珠三角区域市场情况分析 45 第三节 精油行业主要市场大区销售分析 46 一、华北大区销售分析 46 二、华中大区销售分析 46 三、华南大区销售分析 47 四、华东大区销售分析 47 五、东北大区销售分析 48 六、西南大区销售分析 48 七、西北大区销售分析 49 第九章 精油产业链的分析 50 第一节 上游原材料供给状态分析 50 一、重要原材料 50 二、精油的采收、萃取及贮存 51 三、玫瑰产业现状 52 四、香草产业现状 52 第二节 下游市场运用状况分析 54 一、SPA市场分析 54 二、按摩市场分析 57 三、美容市场分析 59 四、化妆品市场分析 67 第十章 精油市场竞争格局分析 70 第一节 行业竞争结构分析 70 一、现有企业间竞争 70 二、潜在进入者分析 70 三、替代品威胁分析 71 四、供应商议价能力 71 五、客户议价能力 71 第二节 精油企业竞争力分析 72 一、品牌形象 72 二、管理效率 72 三、战略履行力 72 四、研发翻新力 72 五、资源整合力 73 第三节 行业国际竞争力比较 73 一、生产因素 73 二、需求前提 74 三、相干和支撑性产业 74 四、企业策略、结构与竞争状况 77 第四节 精油行业竞争格局分析 77 一、精油行业竞争格局分析 77 二、精油市场竞争力 78 三、精油市场占有率 79 四、企业竞争策略分析 80 第十一章 精油行业产业结构分析 81 第一节 产业结构分析 81 一、细分市场分析 81 二、领先企业排名 85 第二节 主要精油产品发展分析 87 一、玫瑰精油的发展 87 二、我国天然茶树精油研究分析 93 第三节 产业结构发展预测 94 一、产业结构调整的方向政府产业领导政策分析 94 二、产业宏观经济环境分析 94 三、对精油产业结构发展的预测 94 第十二章 前十大当先企业发展分析 95 第一节 阿芙AFU 95 一、简介 95 二、产品 95 三、定位 95 四、品牌 95 五、经营情况分析 96 第二节 O家精油Oshadhi 96 一、简介 96 二、分类 96 三、概况 97 四、产品介绍 97 五、经营情况分析 98 第三节 美宝琪Meboc 99 一、简介 99 二、品牌及文化 99 三、精油产品 100 四、经营情况分析 100 第四节 美体小铺TheBodyShop 101 一、简介 101 二、发展历史 101 三、适用人群 105 四、经营情况分析 106 第五节 茱莉寇Jurlique 106 一、简介 106 二、企业使命 106 三、企业优势 107 四、企业农场 107 五、产品种类 108 六、经营情况分析 109 第六节 Shirleyprice 110 一、简介 110 二、经营情况分析 111 第七节 汇美舍PrettyVally 111 一、简介 111 二、品牌介绍 112 三、发展历程 112 四、产品介绍 113 五、经营情况分析 113 第八节 欧舒丹L'Occitane 113 一、简介 113 二、成分介绍 114 三、香氛产品 115 四、企业成功经验

115 第九节 家美乐Camena 116 一、简介 116 二、品牌特色 116 三、本土发展 117 四、经营情况分析 117 第十节 佰草集Herborist 118 一、简介 118 二、主要产品 118 三、研发实力 118 四、经营情况分析 119 第十三章 精油行业发展趋势及影响因素 120 第一节 美容行业前景与机会分析 120 一、我国美容行业发展前景分析 120 二、我国美容行业发展机遇分析 120 第二节 精油行业发展前景与机遇分析 121 一、精油使用的前景分析 121 二、香薰精油行业发展前景 121 三、树脂精油发展前景分析 121 四、玫瑰精油发展前景 122 第三节 中国精油行业SWOT分析 122 一、优势 122 二、劣势 122 三、机遇 122 四、威胁 123 第四节 中国精油行业发展环境分析 123 一、政策环境分析 123 二、经济环境分析 124 三、社会环境分析 124 第十四章 精油行业投资方向与风险分析 127 第一节 产业链投资机会分析 127 精油产业链投资机会可总结为以下几点：一是上游油料种植，主要是玫瑰花种植、薰衣草种植、茶树种植，国内虽有种植等，且需选择和培育高端品种；二是精油提炼与销售，目前国内在橙油、柠檬油方面有一定规模，但在高端美容油品方面欠缺；三是品牌集成商，不参与生产，只进行品牌的运作与产品销售；四是高端精油SPA会馆、精油美容会所等；五是精油代理商、经销商、网络零售商等。 第二节 回报率高的投资方向 127 第三节 天然精油行业产销模式 127 第四节 营销分析与营销模式推荐 129 一、广告心理策略 129 二、市场分析 129 三、包装、营销 129 四、精油营销模式 129 第六节 中国精油行业投资风险分析 130 一、政策风险 130 二、技术风险 130 三、供求风险 130 四、宏观经济波动风险 131 五、关联产业风险 131 六、市场竞争风险 131 七、其他风险 131 第十五章 观点与结论 132 第一节 精油行业企业经营发展分析及建议 132 一、精油行业经营模式 132 二、精油行业生产模式 132 第二节 行业应对策略 132 一、精油行业应对策略 132 二、竞争性战略联盟的实施 133 三、企业自身应对策略 133

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418227.html>