

2015-2020年中国香薰精油 市场深度评估及投资规划建议咨询报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国香薰精油市场深度评估及投资规划建议咨询报告》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.bosidata.com/qtzzh1505/E64775A8A4.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2024-12-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

香薰精油是指由花、叶、水果皮、树皮等所抽出的一种挥发性油，称它为精油。它有植物特有的芳香及药理上的效果。香疗精油约有200种之多，有单一不含香料，也有混合和香料而成。

香薰精油是从具有香味的植物中，萃取出的植物精华，也就是常说的植物荷尔蒙。近代欧洲发展出的香薰疗法是利用香薰精油呵护身心的方法。萃取植物之精华的香薰精油不仅具有特殊的香味，而且具有神奇的药效。通过沐浴、按摩等方式可以平衡及舒缓身体和精神。

香薰精油具有完全的挥发性，能完全溶于酒精和油。对皮肤有很好的渗透性，易于被皮肤吸收。对人体产生间接性的促进、提升，改善人体本身正向功能的加强。

香薰美容，是一种古老的治疗方法，从埃及艳后用玫瑰铺满寝宫、我国唐代杨贵妃用鲜花浸泡沐浴

今天的香薰美容，与古代有着本质的区别。历史上的“香薰”注重形态以及嗅觉，使用材料是植物本身，今天的“香薰美容”，使用的是植物中提炼出来的精油，并增加了美化体肤，治疗心疾，强身健体的功效。而其中的原野香薰则是香薰中的最高境界，附之以听、触、嗅、视、味、情的六感疗法，让你听着轻柔悠扬如天籁的香薰美容音乐，在柔和的香薰灯光下，在飘逸着沁人心脾的原野芳香环境中，接受专业美容师的按摩护理，最终使你的容颜明媚动人，全身肌肤细腻紧实，令你心迷神醉，尽情享受原野的滋养，释放身心的疲惫和压力。

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监测数据，企业数据主要来自于国统计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 中国精油行业发展概述 17

第一节 精油行业发展情况 17

一、精油定义 17

二、精油的功效 17

三、精油的作用机理 18

四、香薰精油的特点 18

五、精油与化学合成分子的差异 19

第二节 精油细分及基础油介绍 20

| | |
|------------------|----|
| 一、基础油概述 | 20 |
| 二、单方精油概述 | 20 |
| 三、复方精油概述 | 20 |
| 第三节 精油产业链分析 | 21 |
| 一、精油的分布 | 21 |
| 二、精油的生产 | 21 |
| 三、精油的应用 | 24 |
| 第四节 中国精油行业经济指标分析 | 26 |
| 一、赢利性 | 26 |
| 二、成长速度 | 27 |
| 三、进入壁垒 / 退出机制 | 27 |
| 四、行业周期 | 29 |
| 五、市场概况 | 29 |
| 六、产量概况 | 31 |
| 七、当前行业发展所属周期阶段判断 | 31 |
| 第二章 全球精油市场发展分析 | 33 |
| 第一节 国际化妆品市场运行总况 | 33 |
| 一、全球化妆品行业发展概况 | 33 |
| 二、国际名牌化妆品特点分析 | 33 |
| 三、美国化妆品行业发展概况 | 35 |
| 四、日本化妆品行业发展概况 | 37 |
| 五、法国化妆品行业发展概况 | 39 |
| 六、欧盟化妆品行业发展概况 | 40 |
| 七、韩国化妆品行业发展概况 | 41 |
| 第二节 全球精油市场概况 | 44 |
| 一、全球精油生产消费状况 | 44 |
| 二、全球精油市场发展分析 | 45 |
| 三、全球精油细分市场分析 | 45 |
| 第三节 全球精油市场发展情况分析 | 47 |
| 一、全球香薰精油产品市场分析 | 47 |
| 二、全球树脂精油产销情况分析 | 49 |
| 三、全球五大著名精油品牌分析 | 49 |

第四节 主要国家精油市场分析 52

一、美国精油市场分析 52

二、巴西精油市场分析 52

三、危地马拉精油市场 53

四、海地精油市场分析 53

五、阿根廷精油市场分析 53

六、法国精油市场分析 54

七、意大利精油市场分析 55

第五节 全球玫瑰精油市场聚焦 56

一、玫瑰和玫瑰油的分类及用途 56

二、国内外玫瑰产业的发展情况 56

三、世界各国玫瑰油产量和市场 57

四、保加利亚玫瑰精油特点分析 58

五、保加利亚种植玫瑰的优势 58

六、保加利亚玫瑰精油发展历史 59

第六节 国内及国外香薰精油用香料种植情况介绍 61

一、香薰精油空气挥发仪器 61

二、香薰种植区域 61

第七节 国际和国内香薰类产品和其他形式空气挥发香料类型 62

一、超声波精油加湿器 62

二、超声波精油雾化器 62

第三章 2014年中国香薰精油行业市场发展环境解析 63

第一节 2014年中国宏观经济环境分析 63

一、2014年中国GDP增长情况分析 63

二、2014年工业经济发展形势分析 64

三、2014年全社会固定资产投资分析 66

四、2014年社会消费品零售总额分析 68

五、2014年城乡居民收入与消费分析 69

六、2014年对外贸易的发展形势分析 71

第二节 中国香薰精油市场政策环境分析 74

一、精油国家标准 74

二、相关行业政策 78

| | |
|------------------------|-----|
| 三、进出口政策 | 79 |
| 四、其他相关法律法规 | 81 |
| 第三节 中国香薰精油市场社会环境分析 | 81 |
| 一、人口环境分析 | 81 |
| 二、中国女性人口特征 | 84 |
| 三、文化环境分析 | 86 |
| 四、化妆品消费观念分析 | 86 |
| 五、化妆品行业发展概况 | 92 |
| 六、零售行业概述与分析 | 95 |
| 第四章 中国精油市场运行分析 | 100 |
| 第一节 精油行业市场发展基本情况 | 100 |
| 一、市场发展现状分析 | 100 |
| 二、市场发展特点分析 | 101 |
| 三、市场技术发展状况 | 101 |
| 第二节 2014年精油所属市场销售产值分析 | 103 |
| 一、2014年精油所属市场销售产值分析 | 103 |
| 二、2014年不同规模企业销售产值分析 | 105 |
| 三、2014年不同所有制企业销售产值比较 | 106 |
| 第三节 精油行业市场产品价格分析 | 107 |
| 一、市场产品价格因素 | 107 |
| 二、市场产品价格走势 | 108 |
| 三、2015-2020年市场产品价格趋势预测 | 108 |
| 第五章 中国精油行业的国际比较分析 | 109 |
| 第一节 中国精油市场发展情况分析 | 109 |
| 一、帕倩美精油将领跑中国市场 | 109 |
| 二、中国精油市场尚需规范与培育 | 110 |
| 三、国内外品牌角逐精油细分市场 | 111 |
| 第二节 中国精油行业发展动态分析 | 113 |
| 一、植物精油替代化学化妆品分析 | 113 |
| 二、八十四团留兰香精油畅销国内市场 | 114 |
| 三、自主精油技术助芳香产业升级 | 114 |
| 四、北川将要打造知名的玫瑰谷 | 115 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 第三节 中国精油行业的国际比较分析 | 116 |
| 一、国际精油市场发展情况 | 116 |
| 二、中国精油行业国际比较分析 | 117 |
| 三、中国出口精油产品国际竞争力 | 119 |
| 第四节 全球精油行业市场需求分析 | 120 |
| 一、北美精油市场需求分析 | 120 |
| 二、中国精油国际市场形势分析 | 120 |
| 三、国际精油市场需求及策略分析 | 120 |
| 第六章 2011-2014年四季度香薰精油制所属业主要数据监测分析 | 122 |
| 第一节 2013-2014年四季度香薰精油所属行业发展分析 | 122 |
| 一、2013年香薰精油所属行业发展概况 | 122 |
| 二、2014年香薰精油所属行业发展概况 | 125 |
| 第二节 2011-2014年四季度香薰精油所属行业规模分析 | 127 |
| 一、企业数量增长分析 | 127 |
| 二、资产规模增长分析 | 129 |
| 三、销售规模增长分析 | 132 |
| 四、利润规模增长分析 | 134 |
| 第三节 2013-2014年四季度香薰精油所属行业结构分析 | 136 |
| 一、企业数量结构分析 | 136 |
| 二、资产规模结构分析 | 138 |
| 三、销售规模结构分析 | 140 |
| 四、利润规模结构分析 | 142 |
| 第四节 2011-2014年四季度香薰精油所属行业产值分析 | 143 |
| 一、产成品增长分析 | 143 |
| 二、出口交货值分析 | 145 |
| 第五节 2011-2014年四季度香薰精油所属行业成本费用分析 | 147 |
| 一、销售成本分析 | 147 |
| 二、主要费用分析 | 147 |
| 第六节 2011-2014年四季度香薰精油所属行业运营效益分析 | 150 |
| 一、偿债能力分析 | 150 |
| 二、盈利能力分析 | 152 |
| 三、运营能力分析 | 157 |

| | |
|------------------------------------|-----|
| 第七节 2011-2014年四季度香薰精油所属行业集中度分析 | 161 |
| 一、资产集中度分析 | 161 |
| 二、销售集中度分析 | 162 |
| 三、利润集中度分析 | 162 |
| 第七章 2011-2014年四季度中国香薰精油相关产品进出口情况分析 | 164 |
| 第一节 2011-2014年四季度中国精油进出口分析 | 164 |
| 一、2011-2014年四季度中国精油进口分析 | 164 |
| (一) 进口数量情况 (3301) | 164 |
| (二) 进口金额情况 | 164 |
| 二、2011-2014年四季度中国精油出口分析 | 165 |
| (一) 出口数量情况 | 165 |
| (二) 出口金额情况 | 166 |
| 三、2011-2014年四季度中国精油进出口均价分析 | 166 |
| 四、2014年中国精油进出口流向分析 | 167 |
| (一) 进口来源地情况 | 167 |
| (二) 出口目的地情况 | 169 |
| 第二节 2011-2014年四季度中国其他柑桔属果实精油进出口分析 | 170 |
| 一、2011-2014年四季度中国其他柑桔属果实精油进口分析 | 170 |
| (一) 进口数量情况 (33011990) | 170 |
| (二) 进口金额情况 | 171 |
| 二、2011-2014年四季度中国其他柑桔属果实精油出口分析 | 172 |
| (一) 出口数量情况 | 172 |
| (二) 出口金额情况 | 172 |
| 三、2011-2014年四季度中国其他柑桔属果实精油进出口均价分析 | 173 |
| 四、2014年中国其他柑桔属果实精油进出口流向分析 | 174 |
| (一) 进口来源地情况 | 174 |
| (二) 出口目的地情况 | 175 |
| 第三节 2011-2014年四季度中国其他非柑桔属果实精油进出口分析 | 177 |
| 一、2011-2014年四季度中国其他非柑桔属果实精油进口分析 | 177 |
| (一) 进口数量情况 (33012999) | 177 |
| (二) 进口金额情况 | 177 |
| 二、2011-2014年四季度中国其他非柑桔属果实精油出口分析 | 178 |

| | |
|------------------------------------|-----|
| (一) 出口数量情况 | 178 |
| (二) 出口金额情况 | 178 |
| 三、2011-2014年四季度中国其他非柑桔属果实精油进出口均价分析 | 179 |
| 四、2014年中国其他非柑桔属果实精油进出口流向分析 | 180 |
| (一) 进口来源地情况 | 180 |
| (二) 出口目的地情况 | 182 |
| 第八章 香薰精油区域市场情况深入研究 | 184 |
| 第一节 长三角区域市场情况分析 | 184 |
| 第二节 珠三角区域市场情况分析 | 185 |
| 第三节 环渤海区域市场情况分析 | 185 |
| 第四节 精油行业主要市场销售分析 | 186 |
| 一、华北大区销售分析 | 186 |
| 二、华中大区销售分析 | 186 |
| 三、华南大区销售分析 | 187 |
| 四、华东大区销售分析 | 187 |
| 五、东北大区销售分析 | 188 |
| 六、西南大区销售分析 | 188 |
| 七、西北大区销售分析 | 189 |
| 第九章 香薰精油产业链的分析 | 190 |
| 第一节 上游原材料供应状况分析 | 190 |
| 一、主要原材料 | 190 |
| 二、精油的采收、萃取及储存 | 190 |
| 三、玫瑰种植效益分析 | 192 |
| 第二节 下游市场应用状况分析 | 192 |
| 一、SPA市场分析 | 192 |
| 二、按摩市场分析 | 193 |
| 三、美容市场分析 | 194 |
| 四、化妆品市场分析 | 196 |
| 五、香薰和精油挥发器的作用 | 198 |
| 第十章 中国精油生产现状分析 | 199 |
| 第一节 芳香精油生产情况 | 199 |
| 第二节 全球精油产量概况 | 199 |

| | |
|-----------------|-----|
| 第三节 中国精油产量概况 | 200 |
| 第四节 精油行业市场规模分析 | 200 |
| 一、香薰精油市场规模 | 200 |
| 二、香薰产品琳琅满目 | 201 |
| 三、劣质精油问题调查 | 201 |
| 四、精油市场发展现状 | 203 |
| 第十一章 中国精油市场供需分析 | 204 |
| 第一节 精油市场需求分析 | 204 |
| 一、精油行业需求市场 | 204 |
| 二、精油品牌需求结构 | 205 |
| 三、精油产业发展空间 | 205 |
| 第二节 精油市场供需分析 | 206 |
| 一、国际精油产销分析 | 206 |
| 二、国际精油市场需求 | 206 |
| 三、国内精油市场需求 | 206 |
| 第十二章 精油市场竞争格局分析 | 208 |
| 第一节 精油行业竞争结构分析 | 208 |
| 一、现有企业间竞争 | 208 |
| 二、潜在进入者分析 | 208 |
| 三、替代品威胁分析 | 209 |
| 四、供应商议价能力 | 209 |
| 五、客户议价能力 | 210 |
| 第二节 精油企业竞争力分析 | 210 |
| 一、品牌形象力 | 210 |
| 二、制度有效力 | 210 |
| 三、战略执行力 | 211 |
| 四、研发创新力 | 211 |
| 五、资源整合力 | 211 |
| 第三节 行业国际竞争力比较 | 212 |
| 一、生产要素 | 212 |
| 二、需求条件 | 212 |
| 三、相关和支持性产业 | 213 |

| | |
|------------------------------|-----|
| 四、企业战略 | 214 |
| 第四节 精油行业竞争格局分析 | 215 |
| 一、精油行业竞争格局分析 | 215 |
| 二、精油市场竞争力 | 215 |
| 三、精油市场畅销排名 | 216 |
| 四、精油市场占有率 | 216 |
| 五、国内生产企业竞争策略分析 | 217 |
| 第十三章 精油行业产业结构分析 | 220 |
| 第一节 精油产业结构分析 | 220 |
| 一、香料香精产业结构 | 220 |
| 二、精油细分市场分析 | 220 |
| (一) 女士精油 | 220 |
| (二) 男士精油 | 220 |
| (三) 儿童精油 | 221 |
| 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 | 222 |
| 第三节 主要精油产品发展分析 | 222 |
| 一、玫瑰精油的发展 | 222 |
| 二、玫瑰精油在中国的市场 | 224 |
| 三、中国天然茶树精油研究分析 | 225 |
| 第四节 产业结构发展预测 | 225 |
| 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析 | 225 |
| 二、产业宏观经济环境分析 | 226 |
| 第十四章 中国香薰精油前十大品牌企业运营动态分析 | 229 |
| 第一节 家美乐Camenae | 229 |
| 第二节 佰草集Herborist | 230 |
| 第三节 汇美舍PrettyVally | 230 |
| 第四节 阿芙AFU | 231 |
| 第五节 贝斯特Best | 232 |
| 第六节 O家精油Oshadhi | 234 |
| 第七节 香缇芳香Absolutearomas | 235 |
| 第八节 TheBodyShop美体小铺 | 236 |
| 第九节 欧舒丹L'Occitane | 237 |

第十节 茱莉寇儿Jurlique 237

第十五章 中国香薰精油主要生产企业竞争力及关键性数据分析 239

第一节 济南惠农玫瑰花精油有限公司 239

- 一、公司基本情况 239
- 二、企业主要经济指标 240
- 三、企业偿债能力分析 240
- 四、企业盈利能力分析 241
- 五、企业运营能力分析 241

第二节 昆明京京香料厂(嵩明县) 242

- 一、公司基本情况 242
- 二、企业主要经济指标 242
- 三、企业偿债能力分析 243
- 四、企业盈利能力分析 243
- 五、企业运营能力分析 244

第三节 辽宁孚曼实业有限公司 244

- 一、公司基本情况 244
- 二、企业主要经济指标 244
- 三、企业偿债能力分析 245
- 四、企业盈利能力分析 245
- 五、企业运营能力分析 246

第四节 武汉一枝花油脂化工有限公司 246

- 一、公司基本情况 246
- 二、企业主要经济指标 247
- 三、企业偿债能力分析 247
- 四、企业盈利能力分析 248
- 五、企业运营能力分析 248

第五节 雅而顿香薰有限公司 249

- 一、企业基本情况分析 249
- 二、企业主营业务范围 249
- 三、企业设备和产地分析 249
- 四、企业技术情况分析 249
- 五、企业经营情况分析 250

| | |
|------------------------------|-----|
| 第六节 新疆伊犁伊帕尔汗香料发展有限责任公司 | 250 |
| 一、企业基本情况简介 | 250 |
| 二、企业经营产品情况 | 251 |
| 三、企业竞争优势分析 | 252 |
| 四、企业发展最新动态 | 254 |
| 第七节 上海豆蔻化妆品有限公司 | 255 |
| 一、公司基本情况分析 | 255 |
| 二、企业组织架构图 | 255 |
| 三、企业主营业务范围 | 256 |
| 第八节 芙蓉芮儿(厦门)精油有限公司 | 256 |
| 一、企业基本情况分析 | 256 |
| 二、企业经营情况分析 | 256 |
| 三、企业经营优势分析 | 256 |
| 第十六章 2015-2020年精油行业发展趋势及影响因素 | 257 |
| 第一节 化妆品行业前景与机遇分析 | 257 |
| 一、“十三五”化妆品发展规划分析 | 257 |
| 二、中国化妆品行业趋势预测 | 259 |
| 三、中国化妆品发展机遇分析 | 260 |
| 四、化妆品研发投入趋势分析 | 261 |
| 五、化妆品产业关联化带来新的投资点 | 262 |
| 第二节 精油行业趋势预测与机遇分析 | 262 |
| 一、“十三五”香料香精发展规划 | 262 |
| 二、精油护肤的前景分析 | 264 |
| 三、香薰精油行业趋势预测 | 265 |
| 四、树脂精油趋势预测分析 | 265 |
| 第三节 中国精油行业SWOT分析 | 266 |
| 一、优势 | 266 |
| 二、劣势 | 267 |
| 三、机会 | 268 |
| 四、威胁 | 268 |
| 第四节 2015-2020年中国精油行业发展战略研究 | 269 |
| 一、战略综合规划 | 269 |

- 二、技术开发战略 269
- 三、业务组合战略 270
- 四、营销战略规划 270
- 五、区域战略规划 272
- 六、企业信息化战略规划 272

第十七章 2015-2020年精油行业投资方向与风险分析 275

- 第一节 精油产业投资热点方向 275
- 第二节 精油行业外行投资建议 275
- 第三节 新进入者投资壁垒分析 276
- 第四节 天然精油行业产销模式 277
- 第五节 营销分析与营销模式推荐 278

- 一、护肤品广告心理策略 278
- 二、护肤品战略营销模式 279
- 三、护肤品包装色彩营销 283
- 四、精油网络营销模式 284

第六节 2015-2020年中国精油行业投资前景分析 285

- 一、宏观政策风险分析 285
- 二、市场竞争风险分析 286
- 三、原材料风险分析 286
- 四、技术人才风险分析 286

图表目录：

- 图表 1 2007-2013年中国精油销售额增长趋势图 26
- 图表 2 中国各种植物精油产量情况 30
- 图表 3 美国化妆品销售渠道 35
- 图表 4 日本各类化妆品销售额占比 37
- 图表 5 全球精油消费市场区域占比情况 44
- 图表 6 普罗旺斯精油产量表 53
- 图表 7 格拉斯精油产量表 54
- 图表 8 其他地区精油产量表 54
- 图表 9 意大利柑桔果和精油的产量 54
- 图表 10 2011-2014年四季度中国国内生产总值及增长变化趋势图 63
- 图表 11 2006-2013年中国人均国内生产总值变化趋势图 63

图表 12 2006-2013年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 64

图表 13 2013年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 64

图表 14 2011-2014年四季度中国全社会固定资产投资增长趋势图 66

图表 15 2013年中国社会消费品零售总额同比增长趋势图 67

图表 16 2011-2014年四季度中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 68

图表 17 2011-2014年四季度城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 69

图表 18 2011-2014年四季度农村居民纯收入及增长情况统计 69

图表 19 2013年中国货物进出口总额及其增长速度 70

图表 20 2011-2014年四季度中国进出口总额增长趋势图 72

图表 21 2013年中国人口数量及其构成情况 81

图表 22 2004-2013年中国人口数量变化趋势图 81

图表 23 2013年末中国各年龄段人口比重 81

图表 24 2006-2013年中国各年龄段人口比重变化情况 82

图表 25 2005-2013年中国女性人口数量及比重 83

图表 26 2005-2013年女性人口数量变化趋势图 84

图表 27 中国女性人口年龄分布 84

图表 28 中国女性人口年龄分布结构图 84

图表 29 不同学历男性使用化妆品的状况 89

图表 30 不同收入男性使用化妆品的状况 90

图表 31 男性不使用化妆品的原因分析 91

图表 32 2014年中国化妆品行业经济指标统计 92

图表 33 2014年中国化妆品行业前五省区企业数量排名 93

图表 34 2014年中国化妆品行业前五省区资产总计排名 93

图表 35 2014年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 93

图表 36 2014年中国化妆品行业前五省区利润总额排名 94

图表 37 2009-2014年四季度香料香精制造行业销售产值统计 102

图表 38 2009-2014年四季度香料香精制造行业销售产值增长趋势图 103

图表 39 2013年中国主要省区香料香精制造行业销售产值比较 103

图表 40 2014年中国主要省区香料香精制造行业销售产值比较 104

图表 41 2013-2014年四季度中国不同规模香料香精制造企业销售产值统计 105

图表 42 2014年中国不同规模香料香精制造企业销售产值所占份额 105

图表 43 2013-2014年四季度中国不同所有制香料香精制造企业销售产值统计 105

图表 44 2014年中国不同所有制香料香精制造企业销售产值所占份额 106

图表 45 2013年香料香精制造行业经济指标统计 121

图表 46 2013年香料香精制造行业前五省区企业数量排名 122

图表 47 2013年香料香精制造行业前五省区资产总计排名 123

图表 48 2013年香料香精制造行业前五省区销售收入排名 123

图表 49 2013年香料香精制造行业前五省区利润总额排名 123

图表 50 2014年香料香精制造行业经济指标统计 124

图表 51 2014年香料香精制造行业前五省区企业数量排名 125

图表 52 2014年香料香精制造行业前五省区资产总计排名 125

图表 53 2014年香料香精制造行业前五省区销售收入排名 126

图表 54 2014年香料香精制造行业前五省区利润总额排名 126

图表 55 2011-2014年四季度香料香精制造企业数量增长趋势图 127

图表 56 2013年中国各省区香料香精制造企业数量比较 127

图表 57 2014年中国各省区香料香精制造企业数量比较 128

图表 58 2011-2014年四季度香料香精制造行业资产总额统计 129

图表 59 2011-2014年四季度香料香精制造行业资产增长趋势图 129

图表 60 2013年中国各省区香料香精制造行业资产总额比较 129

图表 61 2014年中国各省区香料香精制造行业资产总额比较 130

图表 62 2011-2014年四季度香料香精制造行业销售收入统计 131

图表 63 2011-2014年四季度香料香精制造行业销售收入增长趋势图 131

图表 64 2013年中国各省区香料香精制造行业销售收入比较 132

图表 65 2014年中国各省区香料香精制造行业销售收入比较 132

图表 66 2011-2014年四季度香料香精制造行业利润总额统计 133

图表 67 2011-2014年四季度香料香精制造行业利润增长趋势图 134

图表 68 2013年中国各省区香料香精制造行业利润总额比较 134

图表 69 2014年中国各省区香料香精制造行业利润总额比较 135

图表 70 2013-2014年四季度中国不同规模香料香精制造企业数量统计 136

图表 71 2014年中国不同规模香料香精制造企业数量所占份额 136

图表 72 2013-2014年四季度中国不同所有制香料香精制造企业数量统计 136

图表 73 2014年中国不同所有制香料香精制造企业数量所占份额 137

图表 74 2013-2014年四季度中国不同规模香料香精制造企业资产总额统计 137

图表 75 2014年中国不同规模香料香精制造企业资产总额所占份额 138

图表 76 2013-2014年四季度中国不同所有制香料香精制造企业资产总额统计 138

图表 77 2014年中国不同所有制香料香精制造企业资产总额所占份额 139

图表 78 2013-2014年四季度中国不同规模香料香精制造企业销售收入统计 139

图表 79 2014年中国不同规模香料香精制造企业销售收入所占份额 140

图表 80 2013-2014年四季度中国不同所有制香料香精制造企业销售收入统计 140

图表 81 2014年中国不同所有制香料香精制造企业销售收入所占份额 141

图表 82 2013-2014年四季度中国不同规模香料香精制造企业利润总额统计 141

图表 83 2013-2014年四季度中国不同所有制香料香精制造企业利润总额统计 141

图表 84 2011-2014年四季度香料香精制造行业产成品统计 142

图表 85 2011-2014年四季度香料香精制造行业产成品增长趋势图 142

图表 86 2013年中国主要省区香料香精制造行业产成品比较 143

图表 87 2014年中国主要省区香料香精制造行业产成品比较 143

图表 88 2009-2014年四季度香料香精制造行业出口交货值统计 144

图表 89 2009-2014年四季度香料香精制造行业出口交货值增长趋势图 145

图表 90 2014年中国主要省区香料香精制造行业出口交货值比较 145

图表 91 2011-2014年四季度香料香精制造行业销售成本统计 146

图表 92 2011-2014年四季度香料香精制造行业销售成本趋势图 146

图表 93 2011-2014年四季度香料香精制造行业销售费用统计 147

图表 94 2011-2014年四季度香料香精制造行业销售费用趋势图 147

图表 95 2011-2014年四季度香料香精制造行业管理费用统计 147

图表 96 2011-2014年四季度香料香精制造行业管理费用趋势图 148

图表 97 2011-2014年四季度香料香精制造行业财务费用统计 148

图表 98 2011-2014年四季度香料香精制造行业财务费用趋势图 148

图表 99 2011-2014年四季度香料香精制造行业资产负债率情况 149

图表 100 2013-2014年四季度中国不同规模香料香精制造企业偿债能力比较 149

图表 101 2013-2014年四季度中国不同性质香料香精制造企业偿债能力比较 149

图表 102 2014年中国各省区香料香精制造企业偿债能力比较 150

图表 103 2011-2014年四季度香料香精制造行业毛利率情况 151

图表 104 2013-2014年四季度中国不同规模香料香精制造企业销售毛利率比较 151

图表 105 2013-2014年四季度中国不同性质香料香精制造企业销售毛利率比较 152

图表 106 2014年中国各省区香料香精制造企业销售毛利率比较 152

图表 107 2011-2014年四季度香料香精制造行业成本费用利润率情况 153

图表 108 2014年中国各省区香料香精制造企业成本费用利润率比较 153

图表 109 2011-2014年四季度香料香精制造行业销售利润率情况 154

图表 110 2014年中国各省区香料香精制造企业销售利润率比较 154

图表 111 2011-2014年四季度香料香精制造行业总资产利润率情况 155

图表 112 2014年中国各省区香料香精制造企业总资产利润率比较 156

图表 113 2011-2014年四季度香料香精制造行业应收账款周转率情况 157

图表 114 2014年中国各省区香料香精制造企业应收账款周转率比较 157

图表 115 2011-2014年四季度香料香精制造行业流动资产周转率情况 158

图表 116 2014年中国各省区香料香精制造企业流动资产周转率比较 158

图表 117 2011-2014年四季度香料香精制造企业行业总资产周转率情况 159

图表 118 2014年中国各省区香料香精制造企业总资产周转率比较 160

图表 119 2009-2014年四季度香料香精制造行业资产集中度 161

图表 120 2009-2014年四季度香料香精制造行业销售收入集中度 161

图表 121 2009-2014年四季度香料香精制造行业利润集中度 162

图表 122 2011-2014年四季度中国精油进口数量统计 163

图表 123 2011-2014年四季度中国精油进口金额统计 164

图表 124 2011-2014年四季度中国精油进口金额增长趋势图 164

图表 125 2011-2014年四季度中国精油出口数量统计 164

图表 126 2011-2014年四季度中国精油出口金额统计 165

图表 127 2011-2014年四季度中国精油出口金额增长趋势图 165

图表 128 2011-2014年四季度中国精油进出口均价情况 166

图表 129 2011-2014年四季度中国精油进出口均价趋势图 166

图表 130 2013年中国精油进口来源地情况 166

图表 131 2013年中国精油进口来源地结构分布图 167

图表 132 2014年中国精油进口来源地情况 167

图表 133 2013年中国精油出口流向情况 168

图表 134 2013年中国精油出口流向结构分布图 168

图表 135 2014年中国精油出口流向情况 169

图表 136 2011-2014年四季度中国其他柑桔属果实精油进口数量统计 169

图表 137 2011-2014年四季度中国其他柑桔属果实精油进口金额统计 170

图表 138 2011-2014年四季度中国其他柑桔属果实精油进口金额增长趋势图 170

图表 139 2011-2014年四季度中国其他柑桔属果实精油出口数量统计 171

图表 140 2011-2014年四季度中国其他柑桔属果实精油出口金额统计 171

图表 141 2011-2014年四季度中国其他柑桔属果实精油出口金额增长趋势图 172

图表 142 2011-2014年四季度中国其他柑桔属果实精油进出口均价情况 172

图表 143 2011-2014年四季度中国其他柑桔属果实精油进出口均价趋势图 173

图表 144 2013年中国其他柑桔属果实精油进口来源地情况 173

图表 145 2013年中国其他柑桔属果实精油进口来源地结构分布图 174

图表 146 2014年中国其他柑桔属果实精油进口来源地情况 174

图表 147 2013年中国其他柑桔属果实精油出口流向情况 175

图表 148 2013年中国其他柑桔属果实精油出口流向结构分布图 175

图表 149 2014年中国其他柑桔属果实精油出口流向情况 175

图表 150 2011-2014年四季度中国其他非柑桔属果实精油进口数量统计 176

图表 151 2011-2014年四季度中国其他非柑桔属果实精油进口金额统计 176

图表 152 2011-2014年四季度中国其他非柑桔属果实精油进口金额增长趋势图 177

图表 153 2011-2014年四季度中国其他非柑桔属果实精油出口数量统计 177

图表 154 2011-2014年四季度中国其他非柑桔属果实精油出口金额统计 178

图表 155 2011-2014年四季度中国其他非柑桔属果实精油出口金额增长趋势图 178

图表 156 2011-2014年四季度中国其他非柑桔属果实精油进出口均价情况 178

图表 157 2011-2014年四季度中国其他非柑桔属果实精油进出口均价趋势图 179

图表 158 2013年中国其他非柑桔属果实精油进口来源地情况 179

图表 159 2013年中国其他非柑桔属果实精油进口来源地结构分布图 180

图表 160 2014年中国其他非柑桔属果实精油进口来源地情况 180

图表 161 2013年中国其他非柑桔属果实精油出口流向情况 181

图表 162 2013年中国其他非柑桔属果实精油出口流向结构分布图 182

图表 163 2014年中国其他非柑桔属果实精油出口流向情况 182

图表 164 2006-2013年华北地区香薰精油产品销售收入增长趋势图 185

图表 165 2006-2013年华中香薰精油产品销售收入增长趋势图 186

图表 166 2006-2013年华南香薰精油产品销售收入增长趋势图 186

图表 167 2006-2013年华东香薰精油产品销售收入增长趋势图 187

图表 168 2006-2013年东北香薰精油产品销售收入增长趋势图 187

图表 169 2006-2013年西南香薰精油产品销售收入增长趋势图 188

图表 170 2006-2013年西北香薰精油产品销售收入增长趋势图 188

图表 171 中国美容行业从业人员学历构成情况 194

图表 172 中国美容行业从业人员培训情况 195

图表 173 2004-2013年中国化妆品市场规模增长趋势图 195

图表 174 2005-2013年中国高档化妆品市场规模及增长率 196

图表 175 2006-2013年全球精油产量变化趋势图 199

图表 176 2006-2013年中国精油产量变化趋势图 199

图表 177 2006-2013年中国香薰精油销售收入增长趋势图 200

图表 178 消费者年龄段分布 203

图表 179 消费者购买精油的主要渠道构成 204

图表 180 消费者一年内购买的品牌情况 204

图表 181 中国香薰精油市场十大品牌 214

图表 182 2013年中国10大精油销量排名 215

图表 183 2013年中国化妆品市场结构图 216

图表 184 “十三五”时期中国经济社会发展主要指标 226

图表 185 济南惠农玫瑰花精油有限公司资产及负债统计 239

图表 186 济南惠农玫瑰花精油有限公司收入及利润统计 239

图表 187 济南惠农玫瑰花精油有限公司资产负债率变化趋势图 240

图表 188 济南惠农玫瑰花精油有限公司盈利能力统计 240

图表 189 济南惠农玫瑰花精油有限公司运营能力统计 241

图表 190 昆明京京香料厂(嵩明县)资产及负债统计 241

图表 191 昆明京京香料厂(嵩明县)收入及利润统计 242

图表 192 昆明京京香料厂(嵩明县)偿债能力统计 242

图表 193 昆明京京香料厂(嵩明县)盈利能力统计 242

图表 194 昆明京京香料厂(嵩明县)运营能力统计 243

图表 195 辽宁孚曼实业有限公司资产及负债统计 243

图表 196 辽宁孚曼实业有限公司收入及利润统计 244

图表 197 辽宁孚曼实业有限公司资产负债率变化趋势图 244

图表 198 辽宁孚曼实业有限公司盈利能力统计 245

图表 199 辽宁孚曼实业有限公司运营能力统计 245

图表 200 武汉一枝花油脂化工有限公司资产及负债统计 246

图表 201 武汉一枝花油脂化工有限公司收入及利润统计 246

图表 202 武汉一枝花油脂化工有限公司偿债能力统计 247

图表 203 武汉一枝花油脂化工有限公司盈利能力统计 247

图表 204 武汉一枝花油脂化工有限公司运营能力统计 247

图表 205 伊犁伊帕尔汗香料公司主要精油产品 250

图表 206 上海豆蔻化妆品有限公司组织架构图 254

图表 207 企业业务组合战略 269

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1505/E64775A8A4.html>