

中国精油行业深度分析及发展策略研究报告(2024-2029版)

报告简介

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。精油未经稀释一般最好不要直接使用。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瓶子储存，一旦开瓶使用，也要尽快盖回盖子。

所有的植物都会进行光合作用，它的细胞会分泌出芬香的分子，这些分子则会聚集成香囊，散布在花瓣、叶子或树干上。将香囊提炼萃取后，即成为所称的“植物精油”。

精油本质可防传染病、对抗细菌、病毒、霉菌、可防发炎，防痉挛、促进细胞新陈代谢及细胞再生功能，让生命更美好。而某些精油能调节内分泌器官，促进荷尔蒙分泌，让人体的生理及心理活动，获得良好的发展。

2019年市场规模达到69.4亿元，同比增长22.47%。植物精油是从植物中不同部位所萃取出来的天然芳香化合物，成分以醇类、酚类、丙酮类、萜烯类等小分子化合物为主，我们常见的柑橘、桉树、玫瑰、香蕉、薄荷、艾蒿等均能提取出植物精油。除作为香料、医药原料、食品添加剂外，植物精油也常在农业领域中用作农药的增效剂使用。从行业供给的角度来看，我国植物精油行业内企业不断增多，生产技术逐渐成熟，促进行业供给能力的不断提升。

本报告主要对当下精油的业务模式，服务类型等作出总结。结合近几年精油行业的情况，对其政策环境、行业壁垒、投融资情况、竞争格局、市场规模、供需关系、战略规划等进行研究。同时通过分析国外领先地区的业务模式，给予本国精油行业一些数据上的支持，并给出相应的建议。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国精油市场进行了分析研究。报告在总结中国精油行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国精油行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为精油企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 精油行业界定和分类

第一节 行业定义基本概念

第二节 行业基本特点

第三节 行业分类

第二章 2019-2023年精油行业国内外发展概述

第一节 全球精油行业发展概况

一、全球精油行业发展现状

二、全球精油行业发展趋势

三、主要国家和地区发展状况

第二节 中国精油行业发展概况

一、中国精油行业发展历程与现状

二、中国精油行业发展中存在的问题

第三章 2019-2023年中国精油行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境

一、国民经济运行情况gdp

二、消费价格指数cpi、ppi

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口

十、科学技术和教育

第二节 宏观政策环境

第三节 精油行业政策环境

第四节 精油行业技术环境

第四章 2019-2023年中国精油行业市场分析

第一节 市场规模

- 一、精油行业市场规模及增速
- 二、精油行业市场饱和度
- 三、影响精油行业市场规模的因素
- 四、2024-2029年精油行业市场规模及增速预测

第二节 市场结构

- 一、企业市场结构
- 二、行业企业数量

第三节 市场特点

- 一、精油行业所处生命周期
- 二、技术变革与行业革新对精油行业的影响
- 三、差异化分析

第五章 2019-2023年中国精油行业区域市场分析

第一节 区域市场分布状况

第二节 重点区域市场需求分析(需求规模、需求特征等)

- 一、华北地区
- 二、东北地区
- 三、华东地区
- 四、华南地区
- 五、华中地区
- 六、西南地区
- 七、西北地区

第三节 区域市场需求变化趋势

第六章 2019-2023年中国精油行业产业链分析

第一节 精油行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 精油上游行业分析

一、精油成本构成

二、上游行业发展现状

三、2024-2029年上游行业发展趋势

四、上游行业对精油行业的影响

第三节 精油下游行业分析

一、精油下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、2024-2029年下游行业发展趋势

四、下游需求对精油行业的影响

第七章 2019-2023年中国精油行业主导驱动因素分析

第一节 国家政策导向

一、植物提取物行业相关政策

二、化妆品行业政策

三、大健康保健行业政策

第二节 关联行业发展

第三节 行业技术发展

一、传统提取方法

二、新型提取方法

第四节 行业竞争状况

第五节 社会需求的变化

第八章 2019-2023年中国精油行业偿债能力分析

第一节 精油行业资产负债率分析

一、精油行业资产负债情况

二、精油行业资产负债率

第二节 精油行业速动比率分析

一、精油行业速动比率情况

二、精油行业速动比率

第三节 精油行业流动比率分析

一、精油行业流动比率情况

二、精油行业流动比率

第四节 精油行业利息保障倍数分析

一、精油行业利息保障倍数情况

二、精油行业利息保障倍数

第五节 2024-2029年精油行业偿债能力预测

第九章 2019-2023年中国精油行业营运能力分析

第一节 精油行业总资产周转率分析

一、精油行业总资产周转率情况

二、精油行业总资产周转率

第二节 精油行业净资产收益率分析

一、精油行业净资产收益率情况

二、精油行业净资产收益率

第三节 精油行业应收账款周转分析

一、精油行业应收账款周转天数情况

二、精油行业应收账款周转天数

第四节 精油行业存货周转分析

一、精油行业存货周转天数情况

二、精油行业存货周转天数

第五节 2024-2029年精油行业营运能力预测

第十章 2019-2023年中国精油行业竞争分析

第一节 重点精油企业市场份额

第二节 精油行业市场集中度

第三节 行业竞争群组

第四节 潜在进入者

第五节 替代品威胁

第六节 供应商议价能力

第七节 下游用户议价能力

第十一章 2019-2023年中国精油行业重点企业分析

第一节 北京茂思商贸有限公司

一、企业概述

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展优势分析

第二节 嘉媚乐化妆品有限公司

一、企业概述

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展优势分析

第三节 北京茱莉蔻商贸有限公司

一、企业概述

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展优势分析

第四节 普罗旺斯欧舒丹贸易(上海)有限公司

一、企业概述

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展优势分析

第五节 全花商贸(上海)有限公司

一、企业概述

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展优势分析

第六节 基依(上海)商贸有限公司

一、企业概述

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展优势分析

第七节 北京金佰安国际贸易有限公司

一、企业概述

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展优势分析

第八节 娇韵诗化妆品(上海)有限公司

一、企业概述

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展优势分析

第九节 广州汇美舍天然用品连锁有限公司

一、企业概述

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展优势分析

第十节 济南惠农玫瑰花精油有限公司

一、企业概述

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业发展优势分析

第十二章 2024-2029年中国精油行业发展与投资风险分析

第一节 精油行业环境风险

一、国际经济环境风险

二、汇率风险

三、宏观经济风险

四、宏观经济政策风险

五、区域经济变化风险

第二节 产业链上下游及各关联产业风险

第三节 精油行业政策风险

第四节 精油行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第十三章 2024-2029年中国精油行业发展前景及投资机会分析

第一节 精油行业发展前景预测

一、用户需求变化预测

二、竞争格局发展预测

三、渠道发展变化预测

四、行业总体发展前景及市场机会分析

第二节 精油行业投资机会

一、区域市场投资机会

二、产业链投资机会

第十四章 精油行业发展战略研究

第一节 精油行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 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

第三节 对中国精油品牌的战略思考

一、精油品牌的重要性

二、精油实施品牌战略的意义

三、精油企业品牌的现状分析

四、我国精油企业的品牌战略

五、精油品牌战略管理的策略

图表目录

图表：2019-2023年我国国内生产总值及其增长速度

图表：2019-2023年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表：2019-2023年cpi同比增速

图表：2019-2023年工业生产者出厂价格涨跌幅

图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2019-2023年我国城乡居民恩格尔系数情况

图表：2019-2023年全部工业增加值及其增速

图表：2019-2023年三次产业投资占固定资产投资(不含农业)比重

图表：2019-2023年全国一般公共预算收入

图表：2019-2023年社会消费品零售总额

图表：2019-2023年货物进出口总额

图表：2019-2023年货物进出口总额及其增速

图表：2019-2023年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2019-2023年主要国家和地区货物进出口金额。增长速度及其比重

图表：2019-2023年外商直接投资(不含银行、证券、保险领域)及其增长速度

图表：2019-2023年对外非金融类直接投资额及其增速

图表：2019-2023年研究与实验发展(r&d)经费支出及其增长速度

图表：2019-2023年专利申请、授权和有效专利情况

图表：2019-2023年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2019-2023年中国精油行业市场规模

图表：2019-2023年中国精油行业规模同比增速(单位：%)

图表：2019-2023年中国精油行业产量

图表：2024-2029年中国精油行业市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年中国植物精油规模以上企业数(单位：家)

图表：行业生命周期

图表：精油行业区域规模分析

图表：2019-2023年中国华北地区精油行业市场规模

图表：2019-2023年中国东北地区精油行业市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年中国华东地区精油行业市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年中国华南地区精油行业市场规模(单位：亿元)

图表：华中地区城市座标图

图表：2019-2023年中国华中地区精油行业市场规模(单位：亿元)

图表：西南地区经济环境分析

图表：2019-2023年中国西南地区精油行业市场规模

图表：西北地区经济环境分析

图表：2019-2023年中国西北地区精油行业市场规模(单位：亿元)

图表：精油行业产业链

图表：2019-2023年中国日化行业市场规模情况

图表：2019-2023年中国精油行业资产负债率水平

图表：2019-2023年中国精油行业速动比率水平

图表：2019-2023年中国精油行业流动比率水平

图表：2019-2023年中国精油行业利息保障倍数水平

图表：2019-2023年中国精油行业总资产周转率(次)水平

图表：2019-2023年中国精油行业净资产收益率水平

图表：2019-2023年中国精油行业应收账款周转天数水平

图表：2019-2023年中国精油行业存货周转天数水平

图表：中国精油行业销量前十企业及产品

图表：精油行业产品集中度分析

图表：2019-2023年北京茂思商贸有限公司盈利能力

图表：2019-2023年北京茂思商贸有限公司流动比率

图表：2019-2023年嘉媚乐化妆品有限公司偿债能力

图表：2019-2023年茱莉蔻集团营收情况

图表：2019-2023年茱莉蔻公司偿债能力指标

图表：2019-2023年欧舒丹企业营业情况

图表：2019-2023年欧舒丹企业净利润情况

图表：2019-2023年茱莉蔻公司偿债能力指标

图表：2019-2023年全花商贸(上海)有限公司总资产周转情况

图表：2019-2023年全花商贸(上海)有限公司盈利能力

图表：2019-2023年全花商贸(上海)有限公司偿债能力

图表：2019-2023年基依(上海)商贸有限公司经营情况

图表：2019-2023年基依(上海)商贸有限公司盈利能力

图表：2019-2023年基依(上海)商贸有限公司偿债能力

图表：2019-2023年北京金佰安国际贸易有限公司经营情况

图表：2019-2023年北京金佰安国际贸易有限公司盈利能力

图表：2019-2023年北京金佰安国际贸易有限公司偿债能力

图表：2019-2023年娇韵诗化妆品(上海)有限公司偿债能力

图表：广州汇美舍天然用品连锁有限公司企业历程

图表：2019-2023年广州汇美舍天然用品连锁有限公司经营情况

图表：2019-2023年广州汇美舍天然用品连锁有限公司盈利能力

图表：2019-2023年广州汇美舍天然用品连锁有限公司偿债能力

图表：2019-2023年济南惠农玫瑰花精油有限公司盈利能力

图表：2019-2023年济南惠农玫瑰花精油有限公司偿债能力

图表：天猫双十一化妆品销售排名

图表：当下各档次化妆品的主销渠道

图表：我国不同地域间经济实力有明显差异

图表：国际奢侈品集团在亚太地区(除去日本)收入增速(%)

图表：乡村对总社零贡献度上升

图表：用户等级分布：拼多多低线用户最多(%)

图表：不同年出生年份人群把花呗设为支付宝首选的支付方式占比

图表：马斯洛需求与消费行为变化

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20200708/174181.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)