

2017-2022年中国玫瑰精油行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国玫瑰精油行业市场运营态势及投资前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/300116.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

香料中极品玫瑰原产我国，是我国的传统名花之一。玫瑰的经济价值极高，每500公斤鲜玫瑰花能提炼出0.5公斤芳香油，其价值是等量黄金的30多倍。玫瑰主要用于鲜切花、生物化工和食品三个方面。用于鲜切花的玫瑰主要集中生长在云南和北方个别大城市的郊区。作为食品、生物化工加工的玫瑰生产，其主产品是高品质的玫瑰精油。目前国际市场对玫瑰精油的年需求量为50吨左右，而实际产量仅10吨左右，我国的年产量不足1吨；在药用、食用、化工等方面，我国玫瑰花的年需求量在30万吨以上，而目前产量只有几万吨。

玫瑰花提取的玫瑰油称为“液体黄金”，成分纯净，气味芳香的玫瑰油一直是世界香料工业不可取代的原料，在欧洲多用于制造高级香水等化妆品。从玫瑰油废料中开发抽取的玫瑰水，因其不加任何添加剂和任何化学原料，是纯天然护肤品，芳香怡人，具有极好的抗衰老和止痒作用。玫瑰精油是一种珍贵的天然香精，玫瑰精油萃取自新鲜花瓣，具香甜花香，是广受欢迎的镇静剂、催情剂及美容圣品。玫瑰精油价格昂贵，却有多功能疗效，适用于各种肤质，能促进细胞再生、防止肌肤老化、平扶肌肤细纹，是全方位美肤的精油选择。精神层面，玫瑰精油则具放松、舒缓、愉悦心情的功效。

在国际市场上，玫瑰精油需求量逐年增加。国际市场上需求量每年以10%的速度递增，每公斤香精油价格高达7000-8000美元（玫瑰花的产油量为万分之三点五），从国内市场上看，全国仅有极少几家玫瑰加工厂，多为加工玫瑰花茶。其中能萃取玫瑰油、玫瑰水的厂家更少，加工玫瑰油的能力有限，大量依靠进口。而国内玫瑰水的生产仅处于小批量生产阶段，尚未形成规模。据精油行业研究员调查，我国的深圳、上海、广州、苏州等大城市生产有关化妆品的厂家急需大量玫瑰水，可以说玫瑰产品市场潜力巨大。

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。

报告目录：

第一部分 玫瑰精油行业运行现状

第一章 玫瑰精油概述

第一节 精油概述

一、精油简介

二、精油分类

三、精油使用状况

第二节 玫瑰精油概述

一、玫瑰精油简介

二、保加利亚玫瑰精油

三、玛莎玫瑰精油

四、单方奥图玫瑰精油

五、平阴玫瑰精油

第三节 我国玫瑰花的栽培及加工利用情况

第四节 保加利亚玫瑰油生产情况调研

第二章 中国玫瑰精油市场发展概况

第一节 2015年中国精油行业市场发展概况

第二节 2015年中国玫瑰精油市场运行情况

第三节 玫瑰精油产业链分析

一、玫瑰种植

二、玫瑰精油生产

三、玫瑰精油使用

第四节 2015年玫瑰精油市场经济运行指标分析

一、收益率

二、增长率

三、进入退出情况

四、市场运行周期

第三章 全球玫瑰精油市场发展状况

第一节 全球精油市场发展概况

第二节 全球玫瑰精油市场概况

一、2013年全球玫瑰精油市场概况

二、2014年全球玫瑰精油市场概况

三、2015年全球玫瑰精油市场概况

第三节 2015年全球玫瑰精油市场发展分析

第四节 2015年全球主要国家玫瑰精油市场分析

一、2015年全球主要国家精油市场分析

二、2015年全球主要国家玫瑰精油市场分析

第五节 全球玫瑰精油原料生产及种植状况

第二部分 玫瑰精油行业全景调研

第四章 中国玫瑰精油市场运行分析

第一节 玫瑰精油市场发展基础情况

一、市场发展现状分析

二、市场特色剖析

三、市场技巧发展状况

第二节 玫瑰精油产业总产值分析

一、2015年玫瑰精油工业总产值分析

二、2015年不同规模企业工业总产值分析

三、2015年不同所有制企业工业总产值比较

第三节 玫瑰精油产品价格分析

一、2014年市场产品价格走势

二、2015年市场产品价格走势

三、2017-2022年市场产品价格趋势预测

第五章 中国玫瑰精油市场的国际比较分析

第一节 中国精油整体行业的国际比较分析

一、国际精油市场发展模式分析

二、中国精油行业国际比较分析

三、我国出口产品的国际竞争力分析

第二节 全球玫瑰精油行业市场需求分析

一、北美玫瑰精油市场需求分析

二、我国玫瑰精油国际市场局势分析

三、国际精玫瑰油市场需求及策略分析

第六章 玫瑰精油市场政策变化趋势

第一节 全球玫瑰精油市场政策情况

第二节 中国玫瑰精油市场政策情况

第三节 对玫瑰精油市场的政策性建议

第七章 中国玫瑰精油生产现状分析

第一节 我国精油产量概况

第二节 我国玫瑰精油产量

第三节 我国玫瑰花种植及生产情况

第四节 我国玫瑰类产品产量及变化趋势图

第五节 玫瑰精油市场供给分析

一、玫瑰精油市场规模

二、玫瑰精油产品市场动态

三、劣质玫瑰精油问题分析

四、玫瑰精油市场发展动态

第八章 中国玫瑰精油市场供需分析

第一节 2014年玫瑰精油市场需求分析

一、玫瑰精油行业需求市场

二、玫瑰精油品牌需求结构

三、玫瑰精油产业发展空间

第二节 2015年玫瑰精油市场供需分析

一、国际玫瑰精油产销分析

二、国际玫瑰精油市场需求

三、国内玫瑰精油市场需求

第三节 2010-2015年玫瑰精油进出口分析

第九章 玫瑰精油区域市场情况深度分析

第一节 长三角区域市场情况分析

第二节 珠三角区域市场情况分析

第三节 环渤海区域市场情况分析

第四节 玫瑰精油主要市场大区销售分析

一、华北大区

二、华中大区

三、华南大区

四、华东大区

五、东北大区

六、西南大区

七、西北大区

第十章 玫瑰精油产业链分析

第一节 上游原材料供给状况分析

一、重要原材料

二、玫瑰的采收、玫瑰精油的萃取及贮存

三、玫瑰产业现状

第二节 下游市场运用状况分析

一、食品市场分析

二、化妆品市场分析

三、烟草市场分析

第三部分 玫瑰精油行业竞争结构

第十一章 玫瑰精油市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、精油产业集中度

二、潜在进入者分析

三、替代品要挟分析

四、供应商讨价能力

五、客户议价能力

第二节 玫瑰精油企业竞争力分析

一、品牌形象

二、轨制有效率

三、战略履行力

四、研发翻新力

五、资源整协力

第三节 玫瑰精油产业国际竞争力比较

一、生产因素

二、需求前提

三、相干和支撑性产业

四、企业策略、结构与竞争状况

第四节 玫瑰精油市场竞争格局分析

一、玫瑰精油行业竞争格局分析

二、2015年玫瑰精油市场竞争力

三、2015年玫瑰精油市场畅销排名

四、2015年玫瑰精油市场占有率

五、对玫瑰精油企业竞争策略建议

第十二章 玫瑰精油产业结构分析

第一节 产业结构分析

一、细分市场分析

二、领先企业排名

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

第三节 玫瑰产品发展分析

- 一、玫瑰化妆品
- 二、玫瑰休闲食品
- 三、玫瑰酒
- 四、玫瑰花茶
- 五、玫瑰家纺
- 六、玫瑰饰品

第四节 玫瑰精油产业结构发展预测

- 一、产业结构调剂的方向政府产业领导政策分析
- 二、产业宏观经济环境分析
- 三、对玫瑰精油产业结构发展预测

第十三章 前十大当先企业发展分析

第一节 阿芙AFU

第二节 O家精油 Oshadhi

第三节 美宝琪 Meboc

第四节 美体小铺 The Body Shop

第五节 茱莉寇儿 Jurlique

第六节 Shirley price

第七节 汇美舍 PrettyVally

第八节 贝斯特 Best

第九节 家美乐Camenae

第十节 佰草集Herborist

第四部分 玫瑰精油行业趋势预测

第十四章 2017-2022年玫瑰精油市场发展趋势及影响因素

第一节 美容行业前景与机会分析

- 一、我国美容行业发展前景分析
- 二、我国美容行业发展机遇分析

第二节 精油行业发展前景与机遇分析

- 一、精油使用的前景分析
- 二、香薰精油行业发展前景
- 三、树脂精油发展前景分析

第三节 中国精油行业SWOT分析

- 一、优势
- 二、劣势

三、机遇

四、威胁

第四节 玫瑰精油发展前景

第五部分 玫瑰精油行业投资需求预测

第十五章 2017-2022年玫瑰精油行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的空缺点分析

第二节 回报率高的投资方向

第三节 新进入者的阻碍因素

第四节 天然精油行业产销模式

第五节 营销分析与营销模式推荐

一、广告心理策略

二、广告市场分析

三、包装、营销

四、精油营销模式

第六节 2017-2022年中国玫瑰精油行业投资风险分析

一、经济稳定风险

二、市场风险分析

三、治理风险分析

四、外资进入现状及对我国市场的冲击

第十六章 对玫瑰精油行业投资策略分析

第一节 产品定位与定价

第二节 成本控制建议

第三节 技术创新

第四节 渠道建设与营销策略

第五节 投资策略

图表目录

图表：2010-2015年我国精油产量

图表：2010-2015年我国玫瑰产量

图表：2010-2015年我国玫瑰种植情况

图表：2015年我国玫瑰花使用情况

图表：2010-2015年全球玫瑰种植情况

图表：2010-2015年全球玫瑰产量

图表：2010-2015年全球玫瑰精油产量

图表：2015年全球玫瑰生产分布情况

图表：玫瑰精油价格变化趋势

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/300116.html>