

2016-2022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《2016-2022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/282946.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

玫瑰精油是世界上最昂贵的精油，被称为“精油之后”。能调整女性内分泌，滋养子宫，缓解痛经，改善性冷淡和更年期不适。尤其是具有很好的美容护肤作用，能以内养外淡化斑点，促进黑色素分解，改善皮肤干燥，恢复皮肤弹性，让女性拥有白皙、充满弹性的健康肌肤，是适宜女性保健的芳香精油。

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

第一章 玫瑰精油产品介绍 11

第一节 玫瑰精油产品概述 11

一、精油产品概述 11

二、玫瑰精油产品概述 11

三、玫瑰精油成分 11

第二节 玫瑰精油生产工艺介绍 12

一、玫瑰精油生产设备 13

二、工艺流程 13

三、技术要点 13

第三节 玫瑰精油用途简介 14

第二章 全球玫瑰精油行业市场规模及供需发展态势 15

第一节 全球玫瑰精油行业市场需求分析 15

一、全球市场规模现状 15

二、全球需求结构分析 15

三、全球重点需求客户 15

四、全球市场前景展望 16

第二节 全球玫瑰精油行业市场供给分析 17

一、全球生产规模现状 17

二、全球产能规模分布 17

三、全球市场价格走势 17

第三章 中国玫瑰精油行业市场规模及供需发展态势 18

第一节 中国玫瑰精油行业市场需求分析 18

- 一、中国市场规模现状 18
- 二、中国需求结构分析 19
- 三、中国重点需求客户 20
- 四、重点区域玫瑰精油需求比例分析 20
- 五、中国市场前景展望 21

第二节 中国玫瑰精油行业市场供给分析 21

- 一、中国生产规模现状 21
- 二、中国产能规模分布 22
- 三、中国市场价格分析 22
- 四、中国重点厂商分布 23

第四章 宏观经济对玫瑰精油行业影响分析 24

第一节 2014年宏观经济运行回顾与2015年展望 24

- 一、回顾2014年的宏观经济 24
- 二、2015年经济展望及面临的风险因素 25

第二节 2014年世界经济形势回顾与2015年展望 27

- 一、世界经济继续缓慢复苏 27
- 二、2014年世界经济运行特征 28
- 三、全球复苏形势曲折向好 30

第三节 国内玫瑰精油行业相关政策及影响分析 31

- 一、玫瑰精油行业的具体政策 31
- 二、政策特点与影响分析 31

第四节 新经济形势下玫瑰精油行业经营环境影响分析 32

- 一、原材料价格影响 32
- 二、能源供应影响 32
- 三、企业用工环境 33

第五章 2011-2015年中国玫瑰精油行业市场产销状况分析 34

第一节 2011-2015年中国玫瑰精油行业不同规模企业分析 34

- 一、历年行业工业产值分析 34
- 二、历年行业市场规模分析 34
- 三、不同规模企业资产占比分析 35
- 四、不同规模企业数量分析 36

第二节 2014年中国玫瑰精油行业不同规模企业产销分析 36

- 一、不同规模企业工业产值占比分析 36
- 二、不同规模企业销售收入占比分析 37
- 三、不同规模企业市场占有率分析 37

第六章 中国玫瑰精油进出口分析 38

第一节 2011-2015年中国玫瑰精油进口总量分析 38

第二节 2011-2015年中国玫瑰精油出口总量分析 39

第三节 2014年中国玫瑰精油进出口国别分析 39

- 一、进口来源分析 39
- 二、出口去向分析 40

第七章 中国玫瑰精油行业市场竞争分析 41

第一节 主要省市集中度及竞争力分析 41

第二节 中国玫瑰精油行业竞争模式分析 41

第三节 中国玫瑰精油行业SWOT分析 42

- 一、S.优势分析 42
- 二、W.劣势分析 43
- 三、O.机会分析 43
- 四、T.威胁分析 44

第八章 中国玫瑰精油行业产业链分析 45

第一节 上游行业影响及趋势分析 45

- 一、玫瑰花的品种及分布 45
- 二、种植面积潜力巨大、加工技术有待于提高 45
- 三、适生地区广泛，具有人力资源优势 46
- 四、政策支持，技术有保障 46

第二节 下游行业影响及趋势分析 46

- 一、产品细分日益清晰，消费需求更加个性化 46
- 二、“天然”、“活性”、“健康”成为新兴理念，本草护肤品倍受关注 47
- 三、护肤品子行业市场规模最大，占化妆品行业整体比重不断提高 47

第九章 中国玫瑰精油行业投资风险分析 48

第一节 内部风险分析 48

- 一、技术水平风险 48

二、竞争格局风险 48

三、出口因素风险 48

第二节 外部风险分析 48

一、宏观经济风险 48

二、政策变化风险 49

三、关联行业风险 49

第十章 中国玫瑰精油标杆企业分析 50

第一节 河南上林实业有限公司 50

一、公司主营业务 50

二、公司经营状况 50

(一)企业的偿债能力分析 50

(二)企业运营能力分析 52

(三)企业盈利能力分析 55

三、公司优劣势分析 56

四、公司发展前景 56

第二节 济南惠农玫瑰花精油有限公司 57

一、公司主营业务 57

二、公司经营状况 58

(一)企业的偿债能力分析 58

(二)企业运营能力分析 59

(三)企业盈利能力分析 62

三、公司优劣势分析 63

四、公司发展前景 64

第三节 新疆和田阳光沙漠玫瑰有限公司 64

一、公司主营业务 64

二、公司经营状况 65

(一)企业的偿债能力分析 65

(二)企业运营能力分析 67

(三)企业盈利能力分析 70

三、公司优劣势分析 71

(一)充分利用地缘优势发挥世界级产业资源优势 71

(二)创建、超越国内外行业标准，并实行有效品质管控 71

(三)立足产品精深加工、提高产品科技研发能力 72

四、公司发展前景 72

第四节 甘肃博态生物科技有限公司 73

一、公司主营业务 73

二、公司经营状况 73

(一)企业的偿债能力分析 73

(二)企业运营能力分析 75

(三)企业盈利能力分析 78

三、公司优劣势分析 79

四、公司发展前景 79

第十一章 2016-2022年中国玫瑰精油行业投资价值分析 81

第一节 投资风险预测 81

第二节 投资方向预测 81

第三节 投资热点预测 82

第四节 投资机会预测 82

第五节 2016-2022年中国玫瑰精油市场供需预测 83

一、2016-2022年中国玫瑰精油供给预测 83

二、2016-2022年中国玫瑰精油需求预测 84

图表目录

图表 1：2012-2015年中国玫瑰精油需求量及增长趋势图 1

图表 2：2012-2015年中国玫瑰精油产量及增长趋势图 2

图表 3：2012-2015年中国玫瑰精油需求量及增长趋势图 18

图表 4：中国玫瑰精油消费领域比例分布图 19

图表 5：中国各地区玫瑰精油需求比例分布图 20

图表 6：2012-2015年中国玫瑰精油产量及增长趋势图 22

图表 7：2011-2015年中国玫瑰精油行业产值及增长对比 34

图表 8：2011-2015年中国玫瑰精油行业市场规模及增长对比分析图 35

图表 9：2014年玫瑰精油行业不同规模企业资产占比分析 35

图表 10：2014年玫瑰精油行业不同规模企业数量占有率分析 36

图表 11：2014年玫瑰精油行业不同规模企业工业产值占比分析 36

图表 12：2014年玫瑰精油行业不同规模企业销售收入占比分析 37

图表 13：2014年玫瑰精油行业不同规模企业市场占有率分析 37

图表 14：2011-2015年中国含浓缩精油的制品进口总量及金额分析图 38

图表 15：2011-2015年中国含浓缩精油的制品出口总量及金额分析图 39

图表 16：2014年中国含浓缩精油的制品进口来源分布图 40

图表 17：2014年中国含浓缩精油的制品出口去向分布图 40

图表 18：2012-2015年河南上林实业有限公司资产负债率变化分析图 51

图表 19：2012-2015年河南上林实业有限公司产权比率变化分析图 52

图表 20：2012-2015年河南上林实业有限公司固定资产周转次数分析图 53

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/282946.html>