

2016-2022年中国沉香木行业供需分析与市场前景研究报告

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

《2016-2022年中国沉香木行业供需分析与市场前景研究报告》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/qtzzh1601/O62853D0KJ.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】2025-05-18

【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

2014年我国沉香木需求量约566吨，行业主要依靠进口满足需求，2014年我国沉香木行业进口约465.5吨。2014年我国沉香木销售市场规模约2.33亿元，近几年我国沉香木市场规模如下图所示：

2011-2014年我国沉香木市场规模情况

本研究报告主要采用国家统计数据，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：

部分 行业现状 1

第一章 国内沉香木行业品牌发展环境分析 1

第一节 产品行业特征 1

节 经济环境特征 1

一、中国GDP分析 1

二、固定资产投资 4

三、恩格尔系数分析 10

节 政策环境特征 11

一、国家宏观调控政策分析 11

二、沉香木行业相关政策分析 11

第四节 沉香木行业竞争特征 11

一、国内外品牌竞争格局 11

二、行业进入壁垒分析 12

三、可替代品威胁分析 12

四、贴牌加工产品市场威胁分析 12

第五节 沉香木行业技术环境特征 13

第二章 国内沉香木行业品牌产品市场规模分析 14

第一节 2011-2015年沉香木市场规模分析 14

第二节 2015年我国沉香木区域结构分析 14

第三节 2016-2022年沉香木市场规模 15

第二部分 市场运营状况分析 17

第三章 国内沉香木行业品牌需求与消费者偏好调查 17

第一节 2011-2015年沉香木产量统计分析 17

2.1 沉香适宜种植地点的选择

在我国年平均气温20℃以上无严重霜冻的，都可以种植沉香。如果要进行大规模种植，应当选择海拔500m以下，地力中等的丘陵山地地区进行种植。广西宜在玉林、钦州、防城、崇左、南宁和百色名县的低山丘陵区发展，海拔400m以下，花岗岩、页岩等酸性肥沃地种植，低丘台地、第4纪红土地地区不宜种植。在坡度小于25°的山坡种植，最好按等高线开挖宽60cm的水平带种植。为了充分利用土地资源，也可以在低产果园及疏林地间种沉香。而部分农村房舍四周则可以将沉香当作风水树种植，在路边或房前屋后、庭院，单行或单株种植，其生长往往更好。

2.2 选择冬季开垦，春季雨天进行种植更易成活

最好在冬季垦荒，翻耕整地和开穴。为了早产、高产，中等地力株行距一般为2m×3m，水肥条件好的土地可为2.5m×3m。开穴宽深一般40cm×40cm。种植前一个月应回好穴，每穴施腐熟农家肥10~15kg、过磷酸钙300~500g，回土拌匀，再回细土略高于地面待种。沉香较易成活，一般选择春季雨天进行种植。种植时，要扶正苗木，舒展根系，分层回土压实，并淋足定根水，有条件的可在穴面盖上稻草或干杂草、树叶等，保持穴面湿润。

2.3 要根据沉香长势情况进行抚育管理

幼树期每年2~3月、6~8月、10~11月各除草松土1次。结合除草，每年施肥2~3次。沉香幼时树体小，又需要一定的荫蔽度，最好在行间间种几行红豆、绿豆等豆科作物，适当控制其高度和密度，不能过度遮掩沉香。每年秋冬修剪1次分枝，培育优良干形，有利于结香。第1年修枝要轻修，只剪去树头的侧枝、病虫枝、弱枝和过密的枝条即可，不能过分剪除所有侧枝以影响生长。以后，随时间的推移，幼树逐步长高，才逐步向上修剪。一些侧枝最好分2次剪除，第1次剪去一半，以保持一定绿叶面积，第2次再贴树干剪除。

2.4 需要防治病虫害，对症下药

奇南沉香病虫害较少，而白木香的主要害虫则有卷叶虫、天牛和金龟子。杀灭卷叶虫可在卵初孵期用25%杀虫双或80%敌敌畏800~1000倍液喷雾。灭杀天牛可用注射器注射80%敌敌畏800~1000倍液于虫孔。灭杀金龟子则用50%敌敌畏乳油800~1000倍液喷雾或人工捕捉。

3、沉香人工结香方法

3.1 砍伤法。在沉香树干距地1.5~2m处顺砍数刀，刀距30~40cm，伤口深3~4cm。经过一段时间，伤口附近的木质部就会分泌树脂，数年后渐渐变成黑褐色，即为沉香。便可在伤口处取香。取香后造成的伤口，仍可继续结香。

3.2 半断杆法。在离基部1~2m的树干上锯一伤口，深度为树干粗的1/3~1/2。沿同一方向不同高度，锯几个伤口，伤口间距为30~40cm，宽约1cm，经数年后，便可在伤口处取香。取香后的香门仍能继续结香，一直取香至树头、根部。

3.3 凿洞法。在离地1~3m的树干上凿数个深2~3cm，宽、高各3~4cm的方形洞，或直径1~3cm，深3~6cm的圆形小洞，然后用坭团封闭，数年后可取香，取香后还可再取。

3.4 人工接菌结香法。5~6年生的树即可接菌结香，但以10年以上大树为好。大树采用半断杆法，伤口可大；小树采用凿洞法，伤口宜小。在树干的同侧，取逆风方向，自上而下，每隔40~50cm处，用锯、凿等工具，按垂直树干的方向开香门，深度约为树干粗的1/3，口宽1~2cm，随即将结香菌种塞满香门，用薄膜包扎封口，防止杂菌污染和昆虫、蚂蚁为害。几年后即可采收沉香。

3.5 化学法。用甲酸、硫酸、乙烯利等处理伤口可刺激结香，采香后再作药物处理，则可继续采香。

4、沉香的收获和简易加工

沉香树经过刺激，短的1~2年，一般3~5年即可采香。当沉香树出现树叶生长不茂盛，外形凋黄，局部枯死等不正常现象，大多数已有结香可能，可以根据情况采收。结香时间越长，沉香的产量越高、质量越好，故有的人10~20年后才采收。

采香一年四季均可进行，但人工结香的以春季为宜，以利采收后菌种继续生长。具体方法是：选取凝结成黑褐色或棕褐色，带有芳香性树脂的树干部分，分割截取，残存活株仍可以结香；树干结香后一直延伸到根部，应一并挖起。把采回的树干、树根初步用利刀砍去和剔除白色部份和腐烂部份后，再用具有半园形刀口的小凿和刻刀雕挖，剔除不含香脂的白色轻浮木质和腐烂木，阴干即成商品。其碎末则制成沉香末和沉香粉。

5、沉香木产量状况

沉香的产地集中在北纬20度左右地带，世界上主要有三大产地：一是越南、老挝、柬埔寨，三地所产沉香统称会安香；二是新加坡、马来西亚、印尼、文莱，四地所产沉香统称新州香；三是中国海南、广东、广西、贵州、云南，所产沉香统称莞香。世界三大产地中，越南沉香最为著名，中国则以海南沉香最为著名，故又称“琼脂”，沉香中品质最高的称为“奇楠香”。

沉香用途广泛，经济价值高。由于人们对珍贵沉香的大量采挖，沉香树原始林遭到严重破坏，加上天然林更新能力弱，现广东省内仅存零星散生的残存植株，全国野生资源已近枯竭。

沉香树被国家列为珍稀濒危二级保护植物。人工种植林较少，国产沉香木产量严重不足，市场需求不断扩大，供需矛盾突出。

据统计，2014年我国国内沉香木产量约为101.7吨，产量较2013年的96.5吨增长5.4%。

2011-2014年中国沉香木产量走势图

第二节 2011-2015年沉香木历年消费量统计分析 21

我国对沉香木的需求量从2011年的514.4吨增长至2014年的566吨，当中80%以上产品要靠进口。由于东南亚沉香资源及产量日益减少，进口沉香价格昂贵，每吨30 - 50万元。国内优质沉香市场成交价最高可达3万元 / 公斤以上。

沉香资源再生周期长，人工种植少，沉香市场货源紧缺的情况将长期难以改变，市场价格亦将坚挺并不断上扬。因此种植沉香前景广阔。

2011-2014年中国沉香木供需平衡表（吨）

年份	产量	进口量	出口量	表观消费量
2011年	91.1 424.4	1.1 514.4		
2012年	101.1 420	0.8 520.3		
2013年	96.5 444.7	0.7 540.5		
2014年	101.7 465.5	1.2 566.0		

第三节 2011-2015年国内沉香木行业品牌产品价格走势分析 22

第四节 沉香木产品目标客户群体调查 22

一、不同收入水平消费者偏好调查 22

二、不同年龄的消费者偏好调查 23

三、不同地区的消费者偏好调查 24

第五节 沉香木产品的品牌市场运营状况分析 24

一、消费者对沉香木品牌认知度宏观调查 24

二、消费者对沉香木产品的品牌偏好调查 25

三、消费者对沉香木品牌的首要认知渠道 25

四、消费者经常购买的品牌调查 26

五、沉香木品牌忠诚度调查 26

第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析 27

一、价格敏感程度 27

二、品牌的影响 28

三、购买方便的影响 29

第四章 国内沉香木行业品牌产品市场供需渠道分析 32

第一节 销售渠道特征分析 32

一、供需渠道定义 32

二、供需渠道格局 32

三、供需渠道形式 34

第二节 销售渠道对沉香木行业品牌发展的重要性 34

第三节 沉香木行业销售渠道的重要环节分析 35

一、批发商 35

二、零售商（无店铺零售、店铺零售） 36

三、代理商 37

第四节 2011-2014年中国沉香木行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析 38

一、华东 38

二、中南 39

三、华北 39

四、西部 40

第五节 销售渠道发展趋势分析 40

一、渠道运作趋势发展 40

二、渠道格局趋势发展 41

三、渠道结构扁平化趋势发展 42

第六节 销售渠道分析 43

一、直接渠道或间接渠道的营销策略 43

二、长渠道或短渠道的营销策略 47

三、宽渠道或窄渠道的营销策略 48

四、单一销售渠道和多销售渠道策略 48

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略 48

第七节 销售渠道决策的评估方法 49

一、销售渠道评估数学模型介绍 49

二、财务评估法介绍 51

三、交易成本评估法介绍 52

四、经验评估法介绍 52

第八节 2015年国内沉香木行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析 53

一、国内生产企业投资运作模式 53

二、国内营销企业投资运作模式 53

三、外销与内销优势分析 54

第五章 国内沉香木行业进出口市场情况分析 55

第一节 2011-2015年国内沉香木行业进出口量分析 55

一、2011-2015年国内沉香木行业进口分析 55

二、2011-2015年国内沉香木行业出口分析 55

第二节 2016-2022年国内沉香木行业进出口市场预测分析 56

一、2016-2022年国内沉香木行业进口预测 56

二、2016-2022年国内沉香木行业出口预测 57

第六章 国内沉香木行业优势品牌企业分析 58

第一节 海南屯昌英扬沉香开发有限公司 58

二、公司经营项目 58

三、公司经营条件 58

四、公司服务项目 59

第二节 西双版纳奇楠沉香产品开发有限公司 59

一、公司简介 59

二、公司主营产品 60

三、公司优势 60

第三节 海南沉香观光农业科技发展有限公司 60

一、公司简介 60

二、公司主营业务 61

三、公司优势品牌 61

四、公司科技支持 61

第四节 化州市缘来香沉香有限公司 62

一、公司简介 62

二、公司主营产品 62

第五节 茂名市君元沉香种植发展有限公司 63

一、公司简介 63

二、公司主营产品 63

第三部分 竞争格局 65

第七章 国内沉香木行业品牌竞争格局分析 65

第一节 沉香木行业历史竞争格局概况 65

一、沉香木行业集中度分析 65

二、沉香木行业竞争程度分析 65

第二节 沉香木行业企业竞争状况分析 66

一、领导企业的市场力量 66

二、其他企业的竞争力 66

第三节 2016-2022年国内沉香木行业品牌竞争格局展望 66

第八章 2016-2022年国内沉香木行业品牌发展预测 69

第一节 2016-2022年沉香木行业品牌市场财务数据预测 69

一、2016-2022年沉香木行业品牌市场规模预测 69

二、2016-2022年沉香木行业总产值预测 70

三、2016-2022年沉香木行业利润总额预测 70

第二节 2016-2022年沉香木行业供需预测 71

一、2016-2022年沉香木产量预测 71

二、2016-2022年沉香木需求预测 71

三、2016-2022年沉香木供需平衡预测 72

第三节 2016-2022年沉香木行业投资机会 73

一、2016-2022年沉香木行业主要领域投资机会 73

二、2016-2022年沉香木行业出口市场投资机会 73

三、2016-2022年沉香木行业企业的多元化投资机会 74

第四节 影响沉香木行业发展的主要因素 74

一、2016-2022年影响沉香木行业运行的有利因素分析 74

二、2016-2022年影响沉香木行业运行的稳定因素分析 75

三、2016-2022年影响沉香木行业运行的不利因素分析 75

四、2016-2022年我国沉香木行业发展面临的挑战分析 76

五、2016-2022年我国沉香木行业发展面临的机遇分析 77

第五节 沉香木行业投资及控制策略分析 78

一、2016-2022年沉香木行业市场风险及控制策略 78

二、2016-2022年沉香木行业政策风险及控制策略 78

三、2016-2022年沉香木行业经营风险及控制策略 79

四、2016-2022年沉香木行业技术风险及控制策略 79

五、2016-2022年沉香木行业其他风险及控制策略 80

第四部分 投资价值 81

章 2016-2022年国内沉香木行业品牌投资价值与投资前景研究分析 81

第一节 行业SWOT模型分析 81

一、优势分析 81

二、劣势分析 81

三、机会分析 82

四、风险分析 82

第二节 沉香木行业发展的PEST分析 82

一、政治和法律环境分析 82

二、经济发展环境分析 83

三、社会、文化与自然环境分析 83

四、技术发展环境分析 83

第三节 沉香木行业投资价值分析 85

一、2016-2022年沉香木市场趋势总结 85

二、2016-2022年沉香木发展趋势分析 85

三、2016-2022年沉香木市场发展空间 86

四、2016-2022年沉香木产业政策趋向 86

五、2016-2022年沉香木价格走势分析 87

第四节 沉香木行业投资前景研究分析 88

一、重点投资品种分析 88

二、重点投资地区分析 89

三、项目投资建议 89

1、技术性风险建议 89

2、项目可行性分析 91

第十章 业内专家对国内沉香木行业总结及企业经营战略建议 92 ZY ZL

第一节 沉香木行业问题总结 92

第二节 2016-2022年沉香木行业企业的标杆管理 93

一、国内企业的经验借鉴 93

二、国外企业的经验借鉴 94

第三节 2016-2022年沉香木行业企业的资本运作模式 96

一、沉香木行业企业国内资本市场的运作建议 96

1、沉香木行业企业的兼并及收购建议 96

2、沉香木行业企业的融资方式选择建议 97

二、沉香木行业企业海外资本市场的运作建议 100

第四节 2016-2022年沉香木行业企业营销模式建议 103

一、沉香木行业企业的国内营销模式建议 103

1、沉香木行业企业的渠道建设 103

2、沉香木行业企业的品牌建设 104

二、沉香木行业企业海外营销模式建议 104

1、沉香木行业企业的海外细分市场选择 104

2、沉香木行业企业的海外经销商选择 107

第五节 沉香木市场的重点客户战略实施 108

一、实施重点客户战略的必要性 108

二、合理确立重点客户 109

三、对重点客户的营销策略 110

图表目录：

图表：2013-2015年国内生产总值及其增长速度

图表：2013-2015年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2013-2015年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2015年我国居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2013-2015年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2013-2015年我国农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表：2013-2015年公共财政收入及其增长速度

图表：2015年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2015年我国汇率变化情况

图表：我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表

图表：2013-2015年我国存款准备金率调整一览表

图表：2008-2015年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2013-2015年我国货物进出口总额

图表：2015年末人口数及其构成

图表：2013-2015年城镇新增就业人数

图表：2013-2015年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2013-2015年农村居民人均纯收入

图表：2013-2015年城镇居民人均可支配收入

图表：2013-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1601/O62853D0KJ.html>