

2016-2022年中国牙膏市场 调查与投资战略数据报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国牙膏市场调查与投资战略数据报告》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.abaogao.com/b/riyongpin/R43802PWK0.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

近年来，我国牙膏行业通过实施生产许可证制度，完善标准体系，加大创新力度，使产品的安全性有了大幅提高，质量、功效和感观指标已达到较高水平，完全可以和国际一流产品媲美，竞争力日趋增强。我国牙膏行业已经从充分竞争阶段过渡到垄断竞争阶段，并出现了差异化经营、品牌培育等不同的发展模式。

2014年，我国牙膏行业市场规模为400亿元。现在中国牙膏市场份额大体被4类产品分割：一是“高露洁”等外资、合资品牌，二是像“云南白药”这样的著名民族品牌，三是中小企业的产品，四是一部分假冒伪劣产品。外资、合资品牌无论是销售额、市场占有率还是美誉度方面，在中国市场均取得了明显优势，国产牙膏处于整体的弱势。但随着本土品牌的产品创新力度加大和销售渠道的逐步完善，以及国内本土品牌在中草药牙膏和功效性牙膏等细分市场的突破，国产牙膏的市场占有率将会进一步扩大。这种外资品牌占有绝大多数市场份额的竞争格局有望得到改变。

目前全国牙膏购买的普及率已经达到了较高的水平，牙膏已经融入进了人们的日常生活，成为我国居民的稳定的生活支出，随着人们生活水平的提高，以及加强爱牙洁牙的宣传和引导，我国牙膏购买的普及率将会进一步提高。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国牙膏市场调查与投资战略数据报告》共十二章。首先介绍了中国牙膏行业的概念，接着分析了中国牙膏行业发展环境，然后对中国牙膏行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国牙膏行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国牙膏行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 牙膏的相关概述

1.1 牙膏的概念及种类

1.1.1 牙膏的形成

1.1.2 牙膏的定义

1.1.3 牙膏的功用与种类

1.1.4 牙膏应符合的各项要求

- 1.2 牙膏主要成份分析
 - 1.2.1 摩擦剂
 - 1.2.2 湿润剂
 - 1.2.3 表面活性剂
 - 1.2.4 粘合剂
 - 1.2.5 香料
 - 1.2.6 甜味剂
 - 1.2.7 其他特殊成分
- 1.3 功能型牙膏及其药物机理
 - 1.3.1 功能型牙膏的定义
 - 1.3.2 防治龋齿牙膏的药物机理
 - 1.3.3 预防牙本质过敏牙膏的药物机理
 - 1.3.4 消除牙垢牙膏的药物机理
 - 1.3.5 抗菌牙膏的药物机理
 - 1.3.6 美白牙膏的药物机理

第二章 2013-2015年中国日化行业发展状况

- 2.1 中国日化行业发展综述
 - 2.1.1 中国日化产业发展进入转型期
 - 2.1.2 中国日化产业发展呈现新格局
 - 2.1.3 多部委携手推进日化产业做大做强
 - 2.1.4 中国日化市场整体发展概述
 - 2.1.5 中国日化行业竞争态势分析
 - 2.1.6 我国日化企业资本运作状况
- 2.2 2013-2015年日化行业运行情况
 - 2.2.1 2012年我国日化行业运行状况
 - 2.2.2 2012年我国日化行业进出口分析（ZYXH）
 - 2.2.3 2013年我国日化行业产值规模
 - 2.2.4 2013年中国日化市场发展态势
 - 2.2.5 2014年一季度日化行业运行情况
- 2.3 日化市场消费者行为调研分析
 - 2.3.1 本土日化品牌发展状况

- 2.3.2 本土日化品牌传播效果分析
- 2.3.3 消费者日化产品购买渠道分析
- 2.3.4 消费者购买日化产品考虑的因素
- 2.4 日化行业发展的问题及对策
 - 2.4.1 外资品牌下乡挤压本土企业生存空间
 - 2.4.2 日化企业面临的三大挑战分析
 - 2.4.3 民族日化行业面临困境亟需政策扶持
 - 2.4.4 本土日化企业的资源优势及发展对策

第三章 2013-2015年中国牙膏行业发展环境分析

- 3.1 宏观经济环境
 - 3.1.1 中国宏观经济发展成就概述
 - 3.1.2 2012年中国宏观经济运行状况
 - 3.1.3 2013年中国宏观经济运行情况
 - 3.1.4 2014年1-5月宏观经济运行状况
- 3.2 行业发展背景
 - 3.2.1 中国口腔护理用品行业发展情况
 - 3.2.2 中国口腔护理产品质量安全水平显著增强
 - 3.2.3 我国口腔护理用品对外贸易状况
 - 3.2.4 我国口腔护理产品功能定位手段分析
- 3.3 技术环境分析
 - 3.3.1 牙膏技术理论的基本框架
 - 3.3.2 生产牙膏的主要设备
 - 3.3.3 牙膏生产工艺过程
 - 3.3.4 牙膏制膏方法
 - 3.3.5 牙膏生产工艺与设备的更新改造

第四章 2013-2015年中国牙膏产业发展分析

- 4.1 中国牙膏行业发展概况
 - 4.1.1 中国牙膏行业的发展进程
 - 4.1.2 中国牙膏行业的基本特征
 - 4.1.3 中国牙膏品种的结构调整状况分析

- 4.1.4 中国牙膏行业产品标准化逐步升级
- 4.2 2013-2015年中国牙膏行业发展分析
 - 4.2.1 2012年中国牙膏行业运行状况
 - 4.2.2 2013年中国牙膏行业发展态势
 - 4.2.3 2014年中国牙膏行业发展形势
- 4.3 2013-2015年牙膏行业进出口数据分析
 - 4.3.1 2013-2015年牙膏主要进口来源国家分析
 - 4.3.2 2013-2015年牙膏主要出口目的国家分析
 - 4.3.3 2013-2015年主要省份牙膏进口市场分析
 - 4.3.4 2013-2015年主要省份牙膏出口市场分析
- 4.4 中国牙膏产业存在的问题
 - 4.4.1 中国牙膏企业发展存在的制约因素
 - 4.4.2 中国本土牙膏产品存在的不足分析
 - 4.4.3 我国功效牙膏业存在的问题分析
- 4.5 中国牙膏行业的发展策略分析
 - 4.5.1 中国牙膏行业发展对策建议
 - 4.5.2 我国本土牙膏品牌发展战略探讨
 - 4.5.3 中国牙膏企业成长壮大的路径选择

第五章 2013-2015年牙膏市场发展分析

- 5.1 全球牙膏市场总体概述
 - 5.1.1 全球牙膏市场格局
 - 5.1.2 全球各区域市场牙膏产品的特点
 - 5.1.3 全球牙膏市场销售规模分析
- 5.2 2013-2015年中国牙膏市场发展现状
 - 5.2.1 中国牙膏市场发展的五个阶段（ZYXH）
 - 5.2.2 中国牙膏市场发展概况
 - 5.2.3 中国牙膏产品的价格结构
 - 5.2.4 健口时代将改变牙膏市场格局
- 5.3 中国牙膏消费分析
 - 5.3.1 中国牙膏市场的六种基本类型
 - 5.3.2 消费群体分析

- 5.3.3 消费区域特征分析
- 5.3.4 消费者行为分析
- 5.4 中国牙膏市场品牌分析
 - 5.4.1 我国牙膏市场的品牌结构
 - 5.4.2 中国市场牙膏品牌排行状况
 - 5.4.3 国产牙膏品牌市场份额日益缩小

第六章 2013-2015年牙膏细分市场分析

- 6.1 中草药牙膏
 - 6.1.1 中草药牙膏的发展优势
 - 6.1.2 中草药牙膏的发展历程
 - 6.1.3 中草药牙膏消费市场调研分析
 - 6.1.4 本土牙膏企业试图以中草药突围
 - 6.1.5 我国中草药牙膏面临的问题及发展思路
 - 6.1.6 中国中草药牙膏发展方向分析
- 6.2 含氟牙膏
 - 6.2.1 含氟牙膏的历史
 - 6.2.2 含氟牙膏的防龋机制和防龋效果
 - 6.2.3 中国含氟牙膏质量达标情况良好
 - 6.2.4 消费者对含氟牙膏的使用状况
- 6.3 盐味牙膏
 - 6.3.1 盐味牙膏特殊功效概述
 - 6.3.2 国际牙膏巨头争夺盐味牙膏市场
 - 6.3.3 盐味牙膏微咸口感赢得消费者青睐
- 6.4 儿童牙膏
 - 6.4.1 儿童牙膏发展概述
 - 6.4.2 儿童牙膏消费行为分析
 - 6.4.3 儿童牙膏市场成开发热点
 - 6.4.4 我国儿童牙膏市场缺乏创新

第七章 2013-2015年牙膏市场竞争分析

- 7.1 中国牙膏市场竞争概述

- 7.1.1 市场竞争的基本要素
- 7.1.2 本土牙膏品牌竞争优势分析
- 7.1.3 牙膏行业进入细分竞争时代
- 7.2 2013-2015年牙膏市场竞争形势
 - 7.2.1 中国牙膏市场的竞争格局
 - 7.2.2 外资牙膏品牌继续领跑
 - 7.2.3 本土牙膏品牌正积极求变
- 7.3 牙膏市场的竞争策略解析
 - 7.3.1 中国牙膏市场两大外资品牌竞争差异分析
 - 7.3.2 国内本土牙膏品牌的防守反击策略
 - 7.3.3 第三方阵营英雄纷起细分制胜

第八章 2013-2015年牙膏行业营销分析

- 8.1 2013-2015年牙膏行业营销概况
 - 8.1.1 我国牙膏生产企业营销谋求创新
 - 8.1.2 零售终端成为牙膏主流销售渠道
 - 8.1.3 牙膏的销售主张分析
- 8.2 牙膏行业营销策略
 - 8.2.1 本土牙膏品牌营销渠道开发对策
 - 8.2.2 国产牙膏个性化营销策略分析
 - 8.2.3 中国牙膏行业的营销战略选择
 - 8.2.4 牙膏产品的广告营销策略分析
 - 8.2.5 牙膏品牌的微博营销方案策划
- 8.3 营销案例分析
 - 8.3.1 云南白药牙膏三高营销策略分析
 - 8.3.2 云南白药牙膏营销带来的启示
 - 8.3.3 两面针御方姜盐牙膏市场营销分析
 - 8.3.4 牙依牙膏营销围绕市场布局和产品诉求

第九章 2013-2015年牙膏关联产业分析

- 9.1 漱口水
 - 9.1.1 漱口水介绍

- 9.1.2 国内漱口水市场的发展概况
- 9.1.3 国产品牌漱口水发展的挑战与机遇
- 9.1.4 漱口水产品发展的软肋
- 9.1.5 中国本土漱口水品牌开发潜力巨大
- 9.2 牙刷
 - 9.2.1 中国牙刷行业发展概况
 - 9.2.2 牙刷市场需求分析
 - 9.2.3 电动牙刷的市场机会与定位策略分析
 - 9.2.4 牙刷的个性化发展策略
- 9.3 牙膏包装
 - 9.3.1 全塑复合软管牙膏包装发展之路
 - 9.3.2 牙膏包装的色彩和构图设计特色
 - 9.3.3 牙膏包装市场存在的问题
 - 9.3.4 牙膏软管的未来发展方向

第十章 2013-2015年牙膏原料市场分析

- 10.1 碳酸钙
 - 10.1.1 碳酸钙简介
 - 10.1.2 中国碳酸钙工业发展优劣势分析
 - 10.1.3 中国碳酸钙行业发展格局
 - 10.1.4 碳酸钙行业供给状况
 - 10.1.5 2013年碳酸钙产业发展状况
 - 10.1.6 2013-2015年中国碳酸钙进出口数据分析
 - 10.1.7 我国碳酸钙行业发展面临的问题及对策
- 10.2 磷酸氢钙
 - 10.2.1 磷酸氢钙简介
 - 10.2.2 我国牙膏级磷酸氢钙发展概况
 - 10.2.3 我国磷酸氢钙市场发展分析
- 10.3 二氧化硅
 - 10.3.1 二氧化硅简介
 - 10.3.2 美国特种二氧化硅市场发展潜力看好
 - 10.3.3 国内外二氧化硅发展对比

- 10.3.4 2013-2015年二氧化硅进出口数据分析
- 10.3.5 我国二氧化硅项目建设状况
- 10.4 甘油
 - 10.4.1 甘油简介
 - 10.4.2 世界甘油消费市场发展简况
 - 10.4.3 世界掀起甘油利用新技术研发热潮
 - 10.4.4 亚洲精制甘油市场优势与不足分析
 - 10.4.5 我国甘油市场发展概况
 - 10.4.6 2013-2015年中国甘油进出口数据分析

第十一章 2013-2015年牙膏行业国外重点企业

- 11.1 高露洁棕榄有限公司
 - 11.1.1 公司简介
 - 11.1.2 高露洁品牌的市场竞争战略模式
 - 11.1.3 高露洁牙膏发展渠道分析
 - 11.1.4 高露洁介入新领域扩充业务版图
 - 11.1.5 高露洁牙膏新品动态
- 11.2 美国宝洁公司
 - 11.2.1 公司简介
 - 11.2.2 佳洁士产品在中国的发展进程
 - 11.2.3 佳洁士广告营销策略解析
 - 11.2.4 宝洁公司牙膏产品的营销战略透析
- 11.3 联合利华
 - 11.3.1 公司简介
 - 11.3.2 中华牙膏的品牌发展进程
 - 11.3.3 联合利华牙膏品牌的塑造与扩张
 - 11.3.4 联合利华牙膏的营销失误分析
- 11.4 LG生活健康集团
 - 11.4.1 公司简介
 - 11.4.2 LG竹盐牙膏四大策略赢得市场
 - 11.4.3 LG竹盐牙膏的SWOT分析
 - 11.4.4 LG重磅推出新款紫竹盐牙膏

第十二章 2013-2015年牙膏行业国内重点企业

12.1 柳州两面针股份有限公司

12.1.1 企业发展概况

12.1.2 经营效益分析

12.1.3 业务经营分析

12.1.4 财务状况分析

12.1.5 未来前景展望

12.2 云南白药集团股份有限公司

12.2.1 企业发展概况

12.2.2 经营效益分析

12.2.3 业务经营分析

12.2.4 财务状况分析

12.2.5 未来前景展望

12.3 重庆登康口腔护理用品股份有限公司

12.3.1 公司简介

12.3.2 冷酸灵寻求差异化策略向中高端市场渗透

12.3.3 冷酸灵迅康高价牙膏受消费者青睐

12.3.4 冷酸灵的品牌缺陷

12.4 广西梧州奥奇丽集团股份有限公司

12.4.1 公司简介

12.4.2 田七牙膏品牌的发展进程

12.4.3 田七牙膏营销策略分析

12.4.4 田七“黑马”是如何练成的

12.5 美晨集团股份有限公司

12.5.1 公司简介

12.5.2 探析黑妹牙膏的成功法宝

12.5.3 黑妹牙膏变革带来新活力

12.6 纳爱斯集团

12.6.1 公司简介

12.6.2 从“雕”牌到“纳爱斯”牙膏的品牌转变

12.6.3 纳爱斯品牌成功营销策略解析

12.6.4 纳爱斯以性别为突破点推出男女系列牙膏

第十三章 牙膏行业的前景趋势分析

13.1 牙膏行业发展趋势预测

13.1.1 中国牙膏行业发展趋势

13.1.2 牙膏产品朝多元化多功能化方向发展（ZYXH）

13.1.3 高端牙膏市场发展前景分析

13.2 2016-2022年中国牙膏行业预测分析

13.2.1 影响中国牙膏行业发展的因素分析

13.2.2 2016-2022年中国口腔清洁用品制造行业产品销售收入预测

13.2.3 2016-2022年中国口腔清洁用品制造行业利润总额预测

13.2.4 2016-2022年中国牙膏行业牙膏产量预测

13.3 不同种类牙膏发展前景分析

13.3.1 清新香型牙膏仍将占据市场主流

13.3.2 茶类、中草药牙膏市场潜力凸显

13.3.3 药物功效型牙膏存在相当市场

13.3.4 儿童牙膏发展空间分析

图表目录：（部分）

图表 日化行业产品需求对象

图表 日化国际企业与本土企业优劣比较

图表 2011年全国日用化学产品制造行业月度工业总产值及同比增长

图表 2009-2011年全国日用化学产品制造行业工业总产值对比

图表 2011年全国日化行业累计工业总产值行业小类占比情况

图表 2011年全国日化行业累计工业总产值行业小类同比增长情况

图表 2011年全国日用化学产品制造行业累计工业总产值地区占比情况

图表 2011年全国日用化学产品制造行业月度产销率及同比

图表 2011年全国日化行业月度出口额及同比

图表 2009-2011年我国日化行业出口额对比

图表 2011年全国日化行业月度进口额及同比

图表 2009-2011年我国日化行业进口额对比

图表 消费者对面部洗护品类品牌认知与购买情况

图表 消费者对头发洗护品类品牌认知与购买情况

图表 消费者对衣物清洁护理品类品牌认知与购买情况

图表 消费者获取品牌信息的渠道及对其影响最大的三个渠道

图表 消费者购买面部洗护产品时考虑的因素

图表 消费者购买头发洗护产品时考虑的因素

图表 消费者购买衣物清洁护理产品时考虑的因素

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/R43802PWK0.html>