

2013-2017年中国牙膏行业 运营态势及未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2013-2017年中国牙膏行业运营态势及未来发展趋势报告》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.cction.com/report/201306/95765.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2010年，我国规模以上牙膏生产企业共生产牙膏74.75亿标准支，同比增长0.57%。2011年我国共计进口牙膏5182.8吨，进口金额达3055.5万美元；出口牙膏达9215.97吨，出口金额达1.8亿美元。

牙膏作为日化用品，是绝大多数人每天都需要使用的快速消费品。中国作为全球第一大人□大国，经过过去30多年的改革开放，绝大多数国人已经具有消费牙膏的经济能力，即使是价格不菲的高端牙膏也有绝对数量庞大的消费人群。正是看中其中蕴含的巨大商机，外企大举进军日化行业。外企在资金、研发、品牌推广和广告等方面具有不小的优势。目前国产牙膏品牌市场份额已经受到严重挤压。重塑国有品牌，提高市场占有率是国产牙膏品牌亟须解决的关键问题。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国牙膏行业运营态势及未来发展趋势报告》共十四章。首先介绍了牙膏行业的概念，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。

第一章 牙膏的相关概述

第一节 牙膏的概念及种类

一、牙膏的形成

二、牙膏的定义

三、牙膏的功用与种类

四、牙膏应符合的各项要求

第二节 牙膏主要成份分析

一、摩擦剂

二、湿润剂

三、表面活性剂

四、粘合剂

五、香料

六、甜味剂

七、其他特殊成分

第三节 功能型牙膏及其药物机理

一、功能型牙膏的定义

二、防治龋齿牙膏的药物机理

三、预防牙本质过敏牙膏的药物机理

四、消除牙垢牙膏的药物机理

五、抗菌牙膏的药物机理

六、美白牙膏的药物机理

第二章 2011-2012年中国日化行业发展状况

第一节 2011-2012年中国日化行业发展综述

一、中国日化产业发展进入转型期

二、中国日化产业发展呈现新格局

三、中国日化行业外资并购日渐升级

四、多部委携手推进日化产业做大做强

第二节 2009-2012年日化行业运行分析

一、2009年国内日化市场发展状况

二、2010年日化市场发展状况简析

三、2011年日化行业发展分析

四、2012年上半年我国日化行业发展状况

第三节 2011-2012年日化市场消费者行为调研分析

一、本土日化品牌发展状况

二、本土日化品牌传播效果分析

三、消费者日化产品购买渠道分析

四、消费者购买日化产品考虑的因素

第四节 日化行业发展的现状及对策

一、外资品牌下乡挤压本土企业生存空间

二、日化企业经营状况不佳面临成本考验

三、民族日化行业面临困境亟需政策扶持

四、本土日化企业的资源优势及发展对策

第三章 2011-2012年中国牙膏产业发展分析

第一节 2011-2012年中国牙膏行业发展概况

一、中国牙膏行业发展的基本特征

二、中国牙膏行业发展状况回顾

三、中国牙膏行业发展情况简析

四、2011年中国牙膏行业进出口状况

五、中国牙膏行业产品标准化逐步升级

第二节 2009-2011年全国及主要省份牙膏产量分析

一、2009年全国及主要省份牙膏产量分析

二、2010年全国及主要省份牙膏产量分析

三、2011年全国及主要省份牙膏产量分析

第三节 2010-2012年中国牙膏进出口分析

一、2010年全国及主要省份牙膏进出口状况

二、2011年全国及主要省份牙膏进出口状况

三、2012年全国及主要省份牙膏进出口状况

第四节 2011-2012年中国牙膏产业存在的问题

一、中国牙膏企业发展存在的制约因素

二、中国本土牙膏产品存在的不足分析

三、我国功效牙膏业存在的问题分析

第五节 中国牙膏行业的发展策略分析

一、中国牙膏行业发展对策建议

二、我国本土牙膏品牌发展战略探讨

三、中国牙膏企业成长壮大的路径选择

第四章 2011-2012年牙膏市场发展分析

第一节 2011-2012年全球牙膏市场总体概述

一、全球牙膏市场格局

二、全球各区域市场牙膏产品的特点

三、日本牙膏企业以口味创新开辟商机

第二节 2011-2012年中国牙膏市场发展现状

一、中国牙膏市场发展的五个阶段

二、中国牙膏产品的价格结构

三、中国牙膏企业加速掘金中高端市场

四、健口时代将改变牙膏市场格局

第三节 2011-2012年中国牙膏消费分析

一、中国牙膏市场的六种基本类型

二、消费群体分析

三、消费区域特征分析

四、消费者行为分析

第四节 2011-2012年中国牙膏市场品牌分析

一、我国牙膏市场的品牌结构

二、中国市场牙膏品牌排行状况

三、民族牙膏品牌崛起时机来临

第五章 2011-2012年中国牙膏行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 行业发展背景

一、中国口腔护理用品行业发展情况

二、中国口腔护理产品质量安全水平显著增强

三、我国口腔护理产品功能定位手段分析

四、口腔护理用品在旅游市场潜力巨大

第三节 技术环境分析

一、牙膏技术理论的基本框架

二、生产牙膏的主要设备

三、牙膏生产工艺过程

四、牙膏制膏方法

五、废弃贝壳可制高档牙膏

第六章 2011-2012年牙膏细分市场分析

第一节 含氟牙膏

一、含氟牙膏的历史

二、含氟牙膏的防龋机制和防龋效果

三、中国含氟牙膏质量达标情况良好

四、消费者对含氟牙膏的使用状况

第二节 盐味牙膏

一、盐味牙膏特殊功效促使国内市场稳步增长

二、国际牙膏巨头争夺盐味牙膏市场

三、盐味牙膏微咸口感赢得消费者青睐

第三节 中草药牙膏

一、国产中草药牙膏面临严峻竞争形势

二、中草药牙膏消费市场调研分析

三、中国中草药牙膏行业弊病分析

四、国内中草药牙膏业发展思路

五、中国中草药牙膏发展方向分析

第四节 儿童牙膏

一、儿童牙膏消费者行为分析

二、首款无氟特效牙膏面世促儿童牙膏市场变革

三、我国儿童牙膏市场缺乏创新

第七章 2011-2012年牙膏市场竞争分析

第一节 2011-2012年中国牙膏市场竞争概况

一、市场竞争的基本要素

二、本土牙膏品牌竞争优势分析

三、牙膏行业进入细分竞争时代

第二节 2011-2012年牙膏市场中外品牌竞争形势

一、中国牙膏市场两大外资品牌竞争差异分析

二、国内本土牙膏品牌的防守反击

三、第三方阵营群雄纷起细分制胜

四、民族牙膏品牌将掀起新一轮专业化竞争高潮

第三节 2011-2012年主要牙膏品牌的比较分析

一、云南白药牙膏与纳爱斯牙膏

二、牙博士牙膏与圣峰牙膏

三、舒齿达牙膏与舒适达牙膏

第八章 2011-2012年牙膏行业营销分析

第一节 2011-2012年牙膏行业营销概况

一、我国牙膏生产企业营销谋求创新

二、零售终端成为牙膏主流销售渠道

三、牙膏的销售主张分析

第二节 牙膏行业营销策略

一、本土牙膏品牌营销渠道开发对策

二、国产牙膏个性化营销策略分析

三、中国牙膏行业的营销战略选择

四、牙膏产品的广告营销策略分析

五、牙膏品牌的微博营销方案策划

第三节 2011-2012年营销案例分析

一、云南白药牙膏三高营销策略分析

二、云南白药牙膏营销带来的启示

三、两面针御方姜盐牙膏市场营销分析

四、牙依牙膏营销围绕市场布局和产品诉求

第九章 2011-2012年牙膏关联产业分析

第一节 漱口水

一、漱口水介绍

二、中国漱口水市场远未成熟

三、漱口水产品发展的软肋

四、中国本土漱口水品牌开发潜力巨大

第二节 牙刷

一、中国牙刷制造行业发展概况

二、国产牙刷品牌市场份额逐步扩大

三、电动牙刷的市场机会与定位策略分析

四、牙刷的个性化发展策略

第三节 牙膏包装

一、全塑复合软管牙膏包装发展之路

二、牙膏包装的色彩和构图设计特色

三、牙膏包装市场存在的问题

四、牙膏软管的未来发展方向

第十章 2011-2012年牙膏原料市场分析

第一节 碳酸钙

一、碳酸钙简介

二、中国碳酸钙工业的发展优势

三、国内碳酸钙在主要行业的应用概况

四、中国碳酸钙行业发展综况

五、国内碳酸钙企业的科技创新策略

第二节 磷酸氢钙

一、磷酸氢钙简介

二、我国磷酸氢钙行业发展回顾

三、2010年我国磷酸氢钙市场运行状况

四、2011年5月我国磷酸氢钙市场行情简述

第三节 二氧化硅

一、二氧化硅简介

二、美国特种二氧化硅市场发展潜力看好

三、国内二氧化硅项目与技术发展动态

四、2012年一季度二氧化硅进出口数据分析

第四节 甘油

一、甘油简介

二、全球甘油市场的发展现状及后市预测

三、全球掀起甘油利用新技术研发热潮

四、亚洲精制甘油市场优势与不足分析

五、中国甘油行业的产销情况

第十一章 国外重点企业分析

第一节 高露洁棕榄有限公司

一、公司简介

二、高露洁采用独特技术推出专效抗敏牙膏

三、高露洁品牌的市场竞争战略模式

四、高露洁介入新领域扩充业务版图

第二节 美国宝洁公司

一、公司简介

二、佳洁士产品在中国的发展进程

三、佳洁士的本土化创新策略解析

四、宝洁公司牙膏产品的营销战略透析

第三节 联合利华

一、公司简介

二、中华牙膏的品牌发展进程

三、联合利华牙膏品牌的塑造与扩张

四、联合利华牙膏的营销失误分析

第四节 LG生活健康集团

一、公司简介

二、LG竹盐牙膏四大策略赢得市场

三、LG竹盐牙膏的SWOT分析

四、LG重磅推出新款紫竹盐牙膏

第十二章 2010-2012年中国牙膏重点企业分析

第一节 柳州两面针股份有限公司

一、公司简介

二、2010年两面针经营状况分析

三、2011年两面针经营状况分析

四、2012年两面针经营状况分析

五、两面针牙膏秉承中草药理念坚守本土市场

第二节 上海白猫股份有限公司

一、公司简介

二、2010年白猫经营状况分析

三、2011年白猫经营状况分析

四、2012年白猫经营状况分析

第三节 云南白药集团股份有限公司

一、公司简介

二、2010年云南白药经营状况分析

三、2011年云南白药经营状况分析

四、2012年云南白药经营状况分析

五、云南白药牙膏的成功因素分析

第四节 重庆登康口腔护理用品股份有限公司

一、公司简介

二、冷酸灵寻求差异化策略向中高端市场渗透

三、冷酸灵迅康高价牙膏受消费者青睐

四、冷酸灵的品牌缺陷

第五节 广西梧州奥奇丽集团股份有限公司

一、公司简介

二、田七牙膏品牌的发展进程

三、田七牙膏营销策略分析

四、田七“黑马”是如何练成的

第六节 美晨集团股份有限公司

一、公司简介

二、探析黑妹牙膏的成功法宝

三、黑妹牙膏变革带来新活力

第七节 纳爱斯集团

一、公司简介

二、从“雕”牌到“纳爱斯”牙膏的品牌转变

三、纳爱斯品牌成功营销策略解析

四、纳爱斯以性别为突破点推出男女系列牙膏

第十三章 2011-2012年牙膏行业发展的政策环境

第一节 中国牙膏行业政策实施概况

一、我国牙膏行业实施《生产管理规范》

二、牙膏业生产许可证制度实施规范市场行为

三、牙膏虚假宣传得到法律管制

四、我国功效牙膏标准颁布实施进一步推动行业发展

第二节 国内外牙膏产品标准对比分析

一、国外先进标准或国际标准

二、微生物

三、铅含量

四、砷含量

五、氟含量

六、过硬颗粒与磨擦值

七、pH值

八、保质期

九、其他

第三节 相关政策法规

一、工业产品生产许可证管理条例

二、工业产品生产许可证管理条例实施办法

三、牙膏生产管理规范

四、化妆品标识管理规定

五、牙膏产品生产许可实施细则

第十四章 2013-2017年牙膏行业的前景趋势分析

第一节 2013-2017年牙膏行业发展趋势预测

- 一、中国牙膏市场的未来走势分析
- 二、牙膏产品朝多元化多功能化方向发展
- 三、高端牙膏市场发展前景分析
- 四、2013-2017年中国牙膏行业预测分析

第二节 不同种类牙膏发展前景分析

- 一、清新香型牙膏仍将占据市场主流
- 二、茶类、中草药牙膏市场潜力凸显
- 三、药物功效型牙膏存在相当市场

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201306/95765.html>