

2020-2026年中国牙膏行业 深度调研与市场供需预测报告

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

《2020-2026年中国牙膏行业深度调研与市场供需预测报告》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/201910/144096.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

目前牙膏行业领域已经制定出台了《牙膏》等10个口腔护理产品标准、《口腔护理产品牙膏用天然碳酸钙》等16个牙膏用原辅材料产品标准、《牙膏中二甘醇的测定》等21个检测方法标准、《牙膏用原料规范》等2个基础通用标准和《口腔护理用品通用标签》1个管理标准。

2016年我国牙膏生产企业数量100家左右，目前，已在中国设立公司的外资牙膏企业共计9家。中国本土牙膏企业约85家，其中年销1亿支以上规模的企业共计10家。2016年我国牙膏行业产量约65万吨，同比2015年的58.2万吨增长了11.7%，近几年我国牙膏行业产量情况如下图所示： 2010-2016年中国牙膏行业产量情况

资料来源：中国口腔清洁护理用品工业协会

本中国牙膏行业分析与投资决策咨询报告由北京智研科信咨询有限公司出品，通过专业的文字、图表形式，向您全面而详细描述牙膏行业的发展现状。共研咨询通过多年的行业研究，建立了一整套完备的产业研究体系，其研究方法一直处于业内领先地位。本中国牙膏行业分析与投资决策咨询报告是2017-2019年度，国内最全面、研究最深入、数据资源最强大的研究报告产品，能为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由共研咨询公司领衔撰写，资料来源于庞大缜密的市场调研。报告建立于国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、中国产业信息网提供的最新行业运行数据基础之上，验证于与我们联系紧密的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

本报告重点分析了牙膏行业标杆企业的经营状况，并揭示出行业的发展前景与市场机会。报告能为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层部署战略规划提供准确的市场情报及科学的决策依据，同时也对银行信贷部门具备参考价值。

报告目录：

第一章 牙膏的相关概述 1

1.1 牙膏的概念及种类 1

1.1.1 牙膏的形成 1

1.1.2 牙膏的定义 1

1.1.3 牙膏的功用与种类 1

1.1.4 牙膏应符合的各项要求 5

1.2 牙膏主要成份分析 6

1.2.1 摩擦剂	6
1.2.2 湿润剂	6
1.2.3 表面活性剂	7
1.2.4 粘合剂	7
1.2.5 香料	7
1.2.6 甜味剂	7
1.2.7 其他特殊成分	7
1.3 功能型牙膏及其药物机理	8
1.3.1 功能型牙膏的定义	8
1.3.2 防治龋齿牙膏的药物机理	8
1.3.3 预防牙本质过敏牙膏的药物机理	9
1.3.4 消除牙垢牙膏的药物机理	9
1.3.5 抗菌牙膏的药物机理	10
1.3.6 美白牙膏的药物机理	11

第二章 2017年中国日化行业发展状况分析 12

2.1 2017年中国日化行业发展综述	12
2.1.1 中国日化产业发展进入转型期	12
2.1.2 中国日化产业发展呈现新格局	12
2.1.3 中国日化行业外资并购日渐升级	13
2.1.4 多部委携手推进日化产业做大做强	13
2.2 2017年中国日化行业发展的问题及对策分析	14
2.2.1 外资品牌下乡挤压本土企业生存空间	14
2.2.2 日化企业经营状况不佳面临成本考验	15
2.2.3 民族日化行业面临困境亟需政策扶持	15
2.2.4 本土日化企业的资源优势及发展对策	16
2.3 2017年中国日化市场消费者行为调研分析	22
2.3.1 本土日化品牌发展状况	22
2.3.2 本土日化品牌传播效果分析	22
2.3.3 消费者日化产品购买渠道分析	23
2.3.4 消费者购买日化产品考虑的因素	24

第三章中国牙膏行业发展环境分析	26
3.1 宏观经济环境	26
3.1.1 国民经济运行情况GDP（季度更新）	26
3.1.2 消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）	28
3.1.3 全国居民收入情况（季度更新）	40
3.1.4 恩格尔系数（年度更新）	42
3.1.5 工业发展形势（季度更新）	43
3.1.6 固定资产投资情况（季度更新）	47
3.1.7 中国汇率调整（人民币升值）	52
3.1.8 对外贸易进出口	56
3.2 行业发展背景	58
3.2.1 中国口腔护理用品行业发展情况	58
3.2.2 中国口腔护理产品质量安全水平显著增强	58
3.2.3 我国口腔护理产品功能定位手段分析	59
3.2.4 口腔护理用品在旅游市场潜力巨大	60
3.3 技术环境分析	60
3.3.1 牙膏技术理论的基本框架	60
3.3.2 生产牙膏的主要设备	61
3.3.3 牙膏生产工艺过程	64
3.3.4 牙膏制膏方法	64
3.3.5 废弃贝壳可制高档牙膏	65
第四章 2017年中国牙膏产业发展态势分析	66
4.1 2017年中国牙膏行业发展概况分析	66
4.1.1 中国牙膏行业发展的基本特征	66
4.1.2 2017年中国牙膏产量分析	67
4.1.3 中国牙膏行业产品标准化逐步升级	71
4.2 2017年中国牙膏产业存在的问题分析	74
4.2.1 中国牙膏企业发展存在的制约因素	74
4.2.2 中国本土牙膏产品存在的不足分析	76
4.2.3 我国功效牙膏业存在的问题分析	76
4.3 2017年中国牙膏行业的发展策略分析	77

- 4.3.1 中国牙膏行业发展对策建议 77
- 4.3.2 我国本土牙膏品牌发展战略探讨 78
- 4.3.3 中国牙膏企业成长壮大的路径选择 79

第五章 2017年中国牙膏市场发展局势分析 82

- 5.1 2017年全球牙膏市场总体概述 82
 - 5.1.1 全球牙膏市场格局 82
 - 5.1.2 全球各区域市场牙膏产品的特点 83
 - 5.1.3 日本牙膏企业以口味创新开辟商机 85
- 5.2 2017年中国牙膏市场发展现状分析 86
 - 5.2.1 中国牙膏市场发展的五个阶段 86
 - 5.2.2 中国牙膏产品的价格结构 87
 - 5.2.3 中国牙膏企业加速掘金中高端市场 88
 - 5.2.4 健口时代将改变牙膏市场格局 90
- 5.3 2017年中国牙膏消费分析 93
 - 5.3.1 中国牙膏市场的六种基本类型 93
 - 5.3.2 消费群体分析 94
 - 5.3.3 消费区域特征分析 95
 - 5.3.4 消费者行为分析 95

消费者选择在大型超市购买牙膏的比例超过了87%，而在批发农贸市场等场所购买牙膏的比例不足5%，超市是最重要的牙膏销售场所。 消费者购买牙膏场所分析

- 5.4 2017年中国牙膏市场品牌分析 96
 - 5.4.1 我国牙膏市场的品牌结构 96
 - 5.4.2 中国市场牙膏品牌排行状况 96
 - 5.4.3 民族牙膏品牌崛起时机来临 97

第六章 2017年中国牙膏细分市场分析 98

- 6.1 中草药牙膏 98
 - 6.1.1 国产中草药牙膏面临严峻竞争形势 98
 - 6.1.2 中草药牙膏消费市场调研分析 98
 - 6.1.3 中国中草药牙膏行业弊病分析 99

6.1.4 国内中草药牙膏业发展思路	101
6.1.5 中国中草药牙膏发展方向分析	101
6.2 含氟牙膏	103
6.2.1 含氟牙膏的历史	103
6.2.2 含氟牙膏的防龋机制和防龋效果	104
6.2.3 中国含氟牙膏质量达标情况良好	105
6.2.4 消费者对含氟牙膏的使用状况	106
6.3 盐味牙膏	106
6.3.1 盐味牙膏特殊功效促使国内市场稳步增长	106
6.3.2 国际牙膏巨头争夺盐味牙膏市场	107
6.3.3 盐味牙膏微咸口感赢得消费者青睐	108
6.4 儿童牙膏	109
6.4.1 儿童牙膏消费者行为分析	109
6.4.2 首款无氟特效牙膏面世促儿童牙膏市场变革	110
6.4.3 我国儿童牙膏市场缺乏创新	112

第七章 2017年中国牙膏市场竞争格局分析 114

7.1 2017年中国牙膏市场竞争概况分析	114
7.1.1 市场竞争的基本要素	114
7.1.2 本土牙膏品牌竞争优势分析	115
7.1.3 牙膏行业进入细分竞争时代	116
7.2 2017年中国牙膏市场中外品牌竞争形势分析	116
7.2.1 中国牙膏市场两大外资品牌竞争差异分析	116
7.2.2 国内本土牙膏品牌的防守反击	117
7.2.3 第三方阵营群雄纷起细分制胜	118
7.2.4 民族牙膏品牌将掀起新一轮专业化竞争高潮	121
7.3 2017年中国主要牙膏品牌的比较分析	123
7.3.1 云南白药牙膏与纳爱斯牙膏	123
7.3.2 牙博士牙膏与圣峰牙膏	126
7.3.3 舒齿达牙膏与舒适达牙膏	127

第八章 2017年中国牙膏行业营销分析 128

8.1 2017年中国牙膏行业营销概况分析	128
8.1.1 我国牙膏生产企业营销谋求创新	128
8.1.2 零售终端成为牙膏主流销售渠道	129
8.1.3 牙膏的销售主张分析	129
8.2 2017年中国牙膏行业营销策略分析	129
8.2.1 本土牙膏品牌营销渠道开发对策	129
8.2.2 国产牙膏个性化营销策略分析	131
8.2.3 中国牙膏行业的营销战略选择	132
8.2.4 牙膏产品的广告营销策略分析	133
8.2.5 牙膏品牌的微博营销方案策划	133
8.3 中国牙膏营销案例分析	134
8.3.1 云南白药牙膏三高营销策略分析	134
8.3.2 云南白药牙膏营销带来的启示	137
8.3.3 两面针御方姜盐牙膏市场营销分析	141
8.3.4 牙依牙膏营销围绕市场布局和产品诉求	141

第九章 2017年中国牙膏关联产业分析 143

9.1 漱口水	143
9.1.1 漱口水介绍	143
9.1.2 中国漱口水市场远未成熟	144
9.1.3 漱口水产品发展的软肋	145
9.1.4 中国本土漱口水品牌开发潜力巨大	145
9.2 牙刷	146
9.2.1 中国牙刷制造行业发展概况	146
9.2.2 国产牙刷品牌市场份额逐步扩大	150
9.2.3 电动牙刷的市场机会与定位策略分析	150
9.2.4 牙刷的个性化发展策略	154
9.3 牙膏包装	155
9.3.1 全塑复合软管牙膏包装发展之路	155
9.3.2 牙膏包装的色彩和构图设计特色	156
9.3.3 牙膏包装市场存在的问题	158
9.3.4 牙膏软管的未来发展方向	159

第十章 2017年中国牙膏原料市场分析 160

10.1 碳酸钙 160

10.1.1 碳酸钙简介 160

10.1.2 中国碳酸钙工业的发展优势 160

10.1.3 国内碳酸钙在主要行业的应用概况 162

10.1.4 中国碳酸钙行业发展综况 163

10.1.5 国内碳酸钙企业的科技创新策略 164

10.2 磷酸氢钙 170

10.2.1 磷酸氢钙简介 170

10.2.2 我国磷酸氢钙行业发展回顾 171

10.2.3 我国磷酸氢钙市场运行状况 171

10.2.4 我国磷酸氢钙市场行情简述 174

10.3 二氧化硅 174

10.3.1 二氧化硅简介 174

10.3.2 美国特种二氧化硅市场发展潜力看好 175

10.3.3 国内二氧化硅项目与技术发展动态 176

10.4 甘油 176

10.4.1 甘油简介 176

10.4.2 世界甘油市场的发展现状及后市预测 177

10.4.3 世界掀起甘油利用新技术研发热潮 178

10.4.4 亚洲精制甘油市场优势与不足分析 179

10.4.5 中国甘油行业的产销情况 181

第十一章 2017年国外牙膏产业重点企业经营动态分析 183

11.1 高露洁棕榄有限公司 183

11.1.1 公司简介 183

11.1.2 高露洁采用独特技术推出专效抗敏牙膏 184

11.1.3 高露洁品牌的市场竞争战略模式 184

11.1.4 高露洁介入新领域扩充业务版图 185

11.2 美国宝洁公司 186

11.2.1 公司简介 186

11.2.2 佳洁士产品在中国的发展进程	187
11.2.3 佳洁士的本土化创新策略解析	188
11.2.4 宝洁公司牙膏产品的营销战略透析	189
11.3 联合利华	191
11.3.1 公司简介	191
11.3.2 中华牙膏的品牌发展进程	192
11.3.3 联合利华牙膏品牌的塑造与扩张	193
11.3.4 联合利华牙膏的营销失误分析	194
11.4 LG生活健康集团	196
11.4.1 公司简介	196
11.4.2 LG竹盐牙膏四大策略赢得市场	197
11.4.3 LG竹盐牙膏的SWOT分析	197
11.4.4 2017年LG重磅推出新款紫竹盐牙膏	198
第十二章 2017年中国牙膏优势企业关键性数据分析	200
12.1 广州宝洁有限公司	200
12.1.1 企业概况	200
12.1.2 企业主要经济指标分析	201
12.1.3 企业盈利能力分析	201
12.1.4 企业偿债能力分析	202
12.1.5 企业运营能力分析	202
12.1.6 企业成长能力分析	202
12.2 高露洁棕榄（中国）有限公司	202
12.2.1 企业概况	202
12.2.2 企业主要经济指标分析	203
12.2.3 企业盈利能力分析	203
12.2.4 企业偿债能力分析	204
12.2.5 企业运营能力分析	204
12.2.6 企业成长能力分析	204
12.3 好来化工（中山）有限公司	205
12.3.1 企业概况	205
12.3.2 企业主要经济指标分析	205

12.3.3 企业盈利能力分析	206
12.3.4 企业偿债能力分析	206
12.3.5 企业运营能力分析	206
12.3.6 企业成长能力分析	206
12.4 柳州两面针股份有限公司	207
12.4.1 企业概况	207
12.4.2 企业主要经济指标分析	208
12.4.3 企业盈利能力分析	208
12.4.4 企业偿债能力分析	209
12.4.5 企业运营能力分析	210
12.4.6 企业成长能力分析	211
12.5 重庆登康口腔护理用品股份有限公司	211
12.5.1 企业概况	211
12.5.2 企业主要经济指标分析	212
12.5.3 企业盈利能力分析	213
12.5.4 企业偿债能力分析	213
12.5.5 企业运营能力分析	213
12.5.6 企业成长能力分析	213
12.6 广西奥奇丽股份有限公司	214
12.6.1 企业概况	214
12.6.2 企业主要经济指标分析	215
12.6.3 企业盈利能力分析	215
12.6.4 企业偿债能力分析	215
12.6.5 企业运营能力分析	216
12.6.6 企业成长能力分析	216
12.7 狮王日用化工（青岛）有限公司	216
12.7.1 企业概况	216
12.7.2 企业主要经济指标分析	217
12.7.3 企业盈利能力分析	218
12.7.4 企业偿债能力分析	218
12.7.5 企业运营能力分析	218
12.7.6 企业成长能力分析	218

12.8 天津蓝天集团股份有限公司	219
12.8.1 企业概况	219
12.8.2 企业主要经济指标分析	220
12.8.3 企业盈利能力分析	220
12.8.4 企业偿债能力分析	220
12.8.5 企业运营能力分析	221
12.8.6 企业成长能力分析	221
12.9 丹东康齿灵发展有限公司	221
12.9.1 企业概况	221
12.9.2 企业主要经济指标分析	222
12.9.3 企业盈利能力分析	222
12.9.4 企业偿债能力分析	223
12.9.5 企业运营能力分析	223
12.9.6 企业成长能力分析	223
第十三章 2020-2026年中国牙膏行业的前景趋势分析	224
13.1 2020-2026年中国牙膏行业发展趋势预测	224
13.1.1 中国牙膏市场的未来走势分析	224
13.1.2 牙膏产品朝多元化多功能化方向发展	226
13.1.3 高端牙膏市场发展前景分析	227
13.1.4 2020-2026年中国牙膏行业预测分析	227
13.2 2020-2026年中国不同种类牙膏发展前景分析	228
13.2.1 清新香型牙膏仍将占据市场主流	228
13.2.2 茶类、中草药牙膏市场潜力凸显	228
13.2.3 药物功效型牙膏存在相当市场	229
第十四章 中国牙膏行业发展的政策环境解读	230
14.1 中国牙膏行业政策实施概况（ zycwb235 ）	230
14.1.1 我国牙膏行业实施《生产管理规范》	230
14.1.2 牙膏业生产许可证制度实施规范市场行为	230
14.1.3 牙膏虚假宣传得到法律管制	231
14.1.4 我国功效牙膏标准颁布实施进一步推动行业发展	232

14.2 国内外牙膏产品标准对比分析	232
14.2.1 国外先进标准或国际标准	232
14.2.2 微生物	233
14.2.3 铅含量	233
14.2.4 砷含量	234
14.2.5 氟含量	234
14.2.6 过硬颗粒与磨擦值	234
14.2.7 PH值	235
14.2.8 保质期	235
14.2.9 其他	236
14.3 相关政策法规	236
14.3.1 工业产品生产许可证管理条例	236
14.3.2 工业产品生产许可证管理条例实施办法	247
14.3.3 牙膏生产管理规范	255
14.3.4 化妆品标识管理规定（zycwb235）	258
14.3.5 牙膏产品生产许可实施细则	262

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/144096.html>