

2014-2019年中国牙膏市场 监测与发展战略研究报告

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

《2014-2019年中国牙膏市场监测与发展战略研究报告》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.cction.com/report/201403/102494.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

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。

2010年，在国家大力拓内需、促消费的政策带动下，以牙膏为主的口腔清洁用品制造业实现了较快发展。2010年1-11月，我国口腔清洁用品制造行业规模以上企业实现销售收入105.76亿元，同比增长14.40%。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。

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“两面针”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。

未来中国经济将从过去的投资拉动转为消费拉动，有利于消费品行业尤其是快速消费品行业的整体发展；同时，随着国民收入的不断增长，刷牙不仅仅只是睡前饭后的“例行公事”，通过刷牙达到保健口腔、巩固牙齿将成为消费者下一步追求的目标。这些都为我国牙膏行业的持续快速发展提供了良好契机。

本市场调研报告主要依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、全国商业信息中心、中国口腔清洁护理用品工业协会、中国经济景气监测中心、《中国牙膏工业情报》、国内外相关刊物的基础信息以及牙膏行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于日化行业整体发展大势，对中国对我国日化行业的发展状况、牙膏市场的供给与需求状况、市场营销策略、市场竞争格局等进行了分析及预测，并对未来牙膏行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了牙膏行业今后的发展与投资策略。

本牙膏市场调研报告，为牙膏生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一部分 牙膏行业发展分析

第一章 牙膏行业相关概述 1

第一节 日化行业定义及分类 1

一、日化行业的定义及分类 1

二、日化产业分类 1

第二节 牙膏及其技术理论介绍 2

一、牙膏的形成 2

二、牙膏的概念 4

三、牙膏的分类 4

四、牙膏技术理论的基本框架 5

第三节 功能型牙膏及其药物机理 7

一、功能型牙膏的定义 7

二、防治龋齿牙膏的药物机理 17

三、预防牙本质过敏牙膏的药物机理 18

四、消除牙垢牙膏的药物机理 18

五、抗菌牙膏的药物机理 19

六、美白牙膏的药物机理 19

第二章 中国日化行业综述 21

第一节 日化行业发展总体概况 21

一、日化行业20年发展历程 21

二、中国日化产业开始第二次革命 22

三、中国日化产业特点及吸引力 26

四、中国日化产业主要产品类别及市场规模 26

第二节 2012年日化行业发展现状 27

一、2012年日化行业发展现状 27

二、2012年日化行业发展态势 29

三、2012年日化行业渠道生态状况 35

四、2012中国日化行业营销事件简析 36

五、2012年日化行业加速洗牌及产品升级 47

第三节 2012年日化企业发展状况 48

一、2012年本土日化品牌发展情况 48

二、2012年日化品牌网络表现排行榜	50
三、2012年国际本土日化品牌策略分析	52
四、2012年三、四线日化品牌的生存现状	58
五、2012年原油涨价影响日化企业的发展	60
第四节 2012年日化市场发展状况	61
一、2012年日化市场运行简析	61
二、2012年日化市场发展形势	61
三、2012年日化产业发展态势	62
四、2012年日化渠道变革分析	65
五、2012年日化行业即将跨入资本时代	73
第五节 2012年日化企业发展状况	74
一、2012年中国日化企业经营情况	74
二、2012年本土日化品牌发展处境	77
三、2012年本土日化企业发展态势	79
四、2012年国产日化品牌下乡“求道”	80
五、2012年中小日化企业发展形势分析	81
六、日化企业呼吁相关部门加强协调监管	83
第六节 日化行业存在的问题与对策	85
一、中国日化的难题和创新	85
二、中小日化企业品牌管理主要问题	88
三、中小日化企业品牌突围攻略	89
四、日化渠道变革趋势与应对策略	93
五、中小型日化企业营销策略	95
第三章 中国牙膏行业分析	98
第一节 牙膏行业发展概况	98
一、我国牙膏行业发展概况	98
二、我国牙膏行业现状分析	102
三、中国牙膏行业经济运行特点	103
四、我国牙膏行业的“二次洗牌”	104
第二节 中国牙膏企业的现状与策略	106
一、药企做牙膏业新靶标	106
二、中国牙膏企业产品缺乏创新	107

三、中国牙膏企业品牌发展情况	108
四、中国牙膏企业发展战略分析	108
五、中国牙膏企业成长和发展的对策	109
六、中国牙膏产业的发展战略探讨	113
第三节 牙膏行业面临的问题	116
一、小企业逐利导致问题牙膏风波迭起	116
二、中国牙膏行业陷入氟之争	119
三、毒牙膏背后凸现标准之争	120
四、国内牙膏企业存在的问题	121
第四章 中国牙膏市场分析	123
第一节 牙膏市场发展总体概述	123
一、中国牙膏市场的发展史	123
二、国内牙膏市场发展概况	124
三、我国牙膏市场发展形势	125
第二节 2012年中国牙膏市场发展分析	128
一、2009年2月起牙膏新标准实施	128
二、2012年我国牙膏市场监管情况	129
三、2012年牙膏市场品牌竞争现状	130
第三节 牙膏市场消费者分析	133
一、消费群体与区域分析	133
二、消费者市场细分	134
三、消费者行为分析	134
第四节 牙膏市场品牌分析	135
一、2012年本土牙膏品牌发展现状	135
二、牙膏行业民族品牌与洋品牌的比较	138
三、本土牙膏品牌产品升级战略	141
四、我国市场现存牙膏主流品牌归类	143
第二部分 牙膏细分市场及关联产业分析	
第五章 牙膏细分市场分析	145
第一节 中药牙膏	145
一、国产牙膏进军中草药市场	145
二、本土企业占有配方优势	148

- 三、中药牙膏应调整发展思路 150
- 四、中草药牙膏亟待突围 152
- 五、我国中药牙膏发展方向 155
- 第二节 含氟牙膏 157
 - 一、含氟牙膏的介绍 157
 - 二、2012年含氟牙膏新标准 157
 - 三、儿童牙膏含氟量的极限标准 159
 - 四、中国市场绝大部分含氟牙膏安全可靠 161
- 第三节 盐味牙膏 161
 - 一、盐味牙膏发展概况 161
 - 二、盐味牙膏成为消费者口腔护理产品首选 163
 - 三、草本矿物盐牙膏受市场青睐 164
- 第六章 牙膏关联产业分析 167
 - 第一节 漱口水 167
 - 一、漱口水介绍 167
 - 二、漱口水品牌 168
 - 三、漱口水市场调查 169
 - 四、青岛漱口水类产品消费情况简介 170
 - 第二节 牙刷 172
 - 一、中国牙刷市场分析 172
 - 二、中国电动牙刷市场机会分析 176
 - 三、牙刷之都杭集简介 179
 - 四、牙刷的“个性化”发展趋势 182
 - 第三节 牙膏包装 184
 - 一、中国市场牙膏软管包装发展之路 184
 - 二、国内牙膏包装发展现状 188
 - 三、牙膏包装问题 189
 - 四、包装对牙膏发展的影响 190
- 第七章 牙膏原料市场分析 194
 - 第一节 碳酸钙 194
 - 一、碳酸钙的分类及发展 194
 - 二、国内外碳酸钙技术现状及比较 198

三、国内外碳酸钙工业发展概况	200
四、我国碳酸钙工业的进步与发展	201
五、中国碳酸钙工业发展前景展望	203
第二节 磷酸氢钙	205
一、我国磷酸氢钙市场现状分析	205
二、2012年磷酸氢钙市场发展形势	208
三、2012年部分地区磷酸氢钙市场分析	209
第三节 二氧化硅	211
一、中国二氧化硅市场外国企业进入情况分析	211
二、国内外气相法二氧化硅工业发展概况及趋势	212
第四节 聚乙烯	217
一、2012年聚乙烯实现产量简况	217
二、我国聚乙烯产业发展关键分析	217
三、中国聚乙烯供需形势将发生巨大变化	219
四、国内聚乙烯市场发展机会及建议	220
第三部分 牙膏行业竞争格局分析	
第八章 牙膏市场竞争分析	222
第一节 牙膏市场总体竞争概况	222
一、中国牙膏市场竞争环境	222
二、牙膏市场竞争深度分析	223
三、主要牙膏品牌竞争手段	224
四、中国牙膏市场三大阵营	225
第二节 牙膏市场竞争格局分析	226
一、外资军团	226
（一）产品体系上的异同	226
（二）市场拓展上的异同	227
（三）整合传播上的异同	228
二、本土联军	229
（一）两面针、田七	229
（二）冷酸灵、黑妹	230
（三）田七、蓝天六必治	231
三、第三方阵	232

(一) 中华	233
(二) 黑人、云南白药、LG、纳爱斯	234
第三节 牙膏市场竞争现状分析	236
一、2012年中国首款“干刷牙膏”面世	236
二、中外牙膏品牌的博弈从未停止	236
三、六必治牙膏引领无氟牙膏新时代	240
四、2012年宝洁高端牙膏上市	241
五、小叮当牙膏“白加黑”分类突围	241
第四节 中国本土牙膏品牌价值重塑战略分析	245
一、价值重塑之产品升级	246
二、价值重塑之渠道为王	248
三、价值重塑之品牌制胜	250
第九章 国外重点公司	253
第一节 高露洁棕榄有限公司	253
一、公司简介	253
二、2012年公司经营情况	253
三、牙膏市场独特的广告策略	254
四、高露洁的集中炮力策略	255
五、高露洁网站的企业营销策略	257
六、高露洁凭借SCM提升国际竞争力	259
第二节 美国宝洁公司 (Procter&Gamble)	262
一、公司简介	262
二、佳洁士品牌介绍	262
三、佳洁士在中国的发展	262
四、佳洁士经营策略的失误	264
第三节 联合利华	267
一、公司简介	267
二、联合利华在中国的发展	269
三、2012年公司销售额增长情况	270
四、联合利华将继续强化中国业务增长	271
五、联合利华的中国战略分析	272
第四节 LG生活健康集团	279

- 一、集团简介 279
- 二、LG目前营销状况 280
- 三、LG竹盐牙膏搅热高端市场 281
- 四、从LG牙膏的成功看LG生活健康 284
- 第十章 国内重点企业 286
- 第一节 柳州两面针股份有限公司 286
- 一、企业概况 286
- 二、2012年企业经营情况分析 287
- 三、2012年企业财务数据分析 288
- 四、2012年企业发展动态及策略 295
- 五、企业未来发展展望与战略 296
- 第二节 上海白猫股份有限公司 297
- 一、企业概况 297
- 二、2012年企业经营情况分析 298
- 三、2012年企业财务数据分析 300
- 四、2012年企业发展动态及策略 305
- 五、企业未来发展展望与战略 306
- 第三节 美晨集团股份有限公司 308
- 一、公司简介 308
- 二、公司研发实力 309
- 三、公司发展战略 309
- 四、黑妹牙膏品牌诊断 311
- 第四节 纳爱斯集团 314
- 一、集团简介 314
- 二、2012年集团产值情况 314
- 三、纳爱斯品牌的成功营销 315
- 四、纳爱斯牙膏品牌发展路径 318
- 五、从“雕”牌到“纳爱斯”牙膏的品牌转变 320
- 六、牙膏透明也可做卖点 322
- 第五节 重庆登康口腔护理用品股份有限公司 324
- 一、公司简介 324
- 二、冷酸灵的市场应对谋略 325

三、冷酸灵的品牌缺陷	326
第六节 广西梧州奥奇丽集团股份有限公司	328
一、公司简介	328
二、田七中药牙膏的品牌定位	328
三、田七成长过程中的四幕剧	330
四、田七牙膏发展前景分析	331
第七节 云南白药	334
一、企业概况	334
二、2012年企业经营情况分析	335
三、2012年企业财务数据分析	337
四、2012年企业发展动态及策略	342
五、企业未来发展展望与战略	344
第八节 安徽芳草日化股份有限公司	345
一、公司简介	345
二、两面针拟1.9亿重塑“芳草”品牌	346
三、芳草牙膏品牌营销传播策略解析	346
第四部分 牙膏行业发展趋势预测	
第十一章 牙膏行业政策环境分析	350
第一节 牙膏行业政策的制定情况	350
一、2011年《化妆品标识管理规定》的实施	350
二、2012年我国实施新的牙膏强制性标准	352
第二节 总体政策环境分析	353
一、中国牙膏的二甘醇标准之争	353
二、2012年10月牙膏“治病”标签将予以查处	355
第三节 相关政策法规	356
一、中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例	356
二、中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例实施办法	375
三、《牙膏》国家标准	393
四、牙膏产品生产许可实施细则	408
第十二章 2014-2019年牙膏行业发展趋势预测	433
第一节 2014-2019年中国牙膏行业发展趋势分析	433
一、产品方面	433

二、价格方面	434
三、渠道方面	434
四、促销方面	435
五、包装方面	435
六、传播方面	435
第二节 2014-2019年中国牙膏市场发展前景	436
一、中国牙膏行业的发展趋势	436
二、国内牙膏市场发展趋势分析	437
三、新概念巧包装睡前牙膏前景广	439
四、牙膏与皮肤护理品功能多样化趋势	440
五、绿色环保新理念成牙膏发展方向	441

图表目录

图表：防牙斑牙膏配方（一）	8
图表：防牙斑牙膏配方（二）	9
图表：防牙斑牙膏配方（三）	9
图表：防牙结石牙膏配方（一）	9
图表：防牙结石牙膏配方（二）	10
图表：防牙结石牙膏配方（三）	10
图表：防牙龈炎牙膏配方（一）	10
图表：防牙龈炎牙膏配方（二）	11
图表：防牙龈炎牙膏配方（三）	11
图表：防牙周炎牙膏配方（一）	11
图表：防牙周炎牙膏配方（二）	12
图表：防牙周炎牙膏配方（三）	12
图表：防龋防蛀牙膏配方（一）	13
图表：防龋防蛀牙膏配方（二）	13
图表：防龋防蛀牙膏配方（三）	13
图表：防牙垢牙膏配方（一）	14
图表：防牙垢牙膏配方（二）	14
图表：防牙垢牙膏配方（三）	14
图表：脱敏牙膏配方（一）	15
图表：脱敏牙膏配方（二）	15

图表：脱敏牙膏配方（三） 16

图表：防口臭牙膏配方（一） 16

图表：防口臭牙膏配方（二） 16

图表：防口臭牙膏配方（三） 17

图表：1999-2007年我国日化产品消费倾向较总消费倾向平稳 29

图表：2007年国内6家日化上市公司市场份额较小 29

图表：2012年日化行业个人护理品品牌网络表现排行榜 51

图表：2012年日化行业家庭护理品类品牌网络表现排行榜 52

图表：2012年国内三家日化上市公司销售毛利率下降 75

图表：本土日化企业与国际日化企业的优劣势对比 78

图表：市场上两面针牙膏产品及其功能和含量 124

图表：市场上中华牙膏产品及其功能和含量 124

图表：市场上蓝田六必治牙膏产品及其功能和含量 125

图表：市场上黑人牙膏产品及其功能和含量 125

图表：保健型牙刷规范标准 183

图表：2002年与2007年亚在地区重钙主要生产国和地区的生产能力比较 200

图表：1950-2007年碳酸钙历年单位产量消耗量对比表（全国平均值） 203

图表：2002-2007年全国轻、重钙消费去向表 204

图表：国际二氧化硅企业分布 211

图表：2012年世界气相法二氧化硅生产情况 216

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司主营构成表 288

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司流动资产表 290

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司长期投资表 290

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司固定资产表 290

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司无形及其他资产表 290

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司流动负债表 291

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司长期负债表 291

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司股东权益表 291

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司主营业务收入表 292

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司主营业务利润表 292

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司营业利润表 292

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司利润总额表 292

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司净利润表 292

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司每股指标表 293

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司获利能力表 293

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司经营能力表 293

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司偿债能力表 293

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司资本结构表 294

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司发展能力表 294

图表：2009-2012年柳州两面针股份有限公司现金流量分析表 294

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司主营构成表 300

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司流动资产表 300

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司长期投资表 301

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司固定资产表 301

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司无形及其他资产表 301

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司流动负债表 301

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司长期负债表 302

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司股东权益表 302

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司主营业务收入表 302

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司主营业务利润表 302

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司营业利润表 302

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司利润总额表 303

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司净利润表 303

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司每股指标表 303

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司获利能力表 303

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司经营能力表 304

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司偿债能力表 304

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司资本结构表 304

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司发展能力表 304

图表：2009-2012年上海白猫股份有限公司现金流量分析表 305

图表：美晨集团公司构架 309

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司主营构成表 337

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司流动资产表 337

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司长期投资表 338

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司固定资产表 338

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司无形及其他资产表 338

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司流动负债表 338

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司长期负债表 339

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司股东权益表 339

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司主营业务收入表 339

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司主营业务利润表 340

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司营业利润表 340

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司利润总额表 340

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司净利润表 340

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司每股指标表 340

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司获利能力表 341

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司经营能力表 341

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司偿债能力表 341

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司资本结构表 341

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司发展能力表 342

图表：2009-2012年云南白药集团股份有限公司现金流量分析表 342

图表：牙膏生产质量安全管理职责总结 419

图表：牙膏生产企业环境及场所要求 420

图表：牙膏生产资源提供列表 422

图表：牙膏初产品生产采购质量控制 424

图表：牙膏产品生产过程控制 425

图表：牙膏产品质量检验指标 426

图表：牙膏生产安全防护核查内容及要点 427

图表：牙膏产品生产基本流程 428

图表：牙膏产品生产企业必备的生产设备 429

图表：牙膏产品的产品标准及相关标准 430

图表：牙膏产品生产企业必备的出厂检验设备 430

图表：牙膏审查抽样规则 431

图表：牙膏产品质量检验项目 432

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102494.html>