

2015-2020年中国口腔护理 用品市场监测及投资前景研究报告

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

《2015-2020年中国口腔护理用品市场监测及投资前景研究报告》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.cction.com/report/201411/115040.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

我国口腔护理用品的生产历史悠久，特别是近年来该行业迅猛发展，截至目前我国已经成为世界最大的口腔护理用品生产和消费国，生产规模、产品种类均已跻身世界先进行列。

“随着20世纪90年代高露洁、宝洁、联合利华、好来化工等几家外资和合资企业强势进入中国，收购或租用了中国的洁龈、中华、美加净等品牌，迅速占领中国口腔护理用品市场，当时中国国内的口腔护理用品品牌整体进入萎缩期，但也迫使中国的口腔护理用品企业由粗放式同质低价的增长方式向差异化细分市场的转变，整体带动了行业市场的发展。

2010年我国口腔清洁用品行业规模以上企业有54家，实现销售收入105.76亿元，同比增长14.59%；工业总产值99.84亿元，同比增长18.12%；销售利润与利润总额分别是16.84亿元和10.82亿元，分别同比增长9.75%和19.95%。

2011年1-12月，我国口腔清洁用品制造业资产累计达到115.56亿元，主营业务收入133.82亿元，利润总额15.94亿元，行业获利水平提高。2012年1-12月全国口腔清洁用品制造总产值为137.63亿元，累计增长率为12.80%；出口交货值为18.93亿元，累计增长率为19.15%。

中国人口众多，占全球人口总额的20%以上。牙膏等口腔清洁用品作为生活易耗品，需求基数巨大，已经形成了巨大的需求市场。随着人们生活方式的进步，一些潜在的用户因为改变原来的生活习惯而转化为现实的消费者，比如，使用漱口水、牙线、不同功效的牙膏等，其市场将进一步扩大。

中企顾问网发布的《2015-2020年中国口腔护理用品市场监测及投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国口腔护理用品行业的概念，接着分析了中国口腔护理用品行业发展环境，然后对中国口腔护理用品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国口腔护理用品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国口腔护理用品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 口腔护理用品的相关概述

第一节 口腔护理相关概述

一、口腔的基本定义和组成部分

二、口腔护理的方法

第二节 口腔护理用品定义、分类和使用

一、口腔护理用品的定义和分类

二、漱口水类

三、牙齿美白产品

四、牙膏

五、牙刷

六、牙线

第二章 2013年中国口腔护理用品行业发展环境分析

第一节 2013年中国宏观经济发展环境分析

一、2013年中国GDP增长情况分析

二、2013年工业经济发展形势分析

三、2013年全社会固定资产投资分析

四、2013年社会消费品零售总额分析

五、2013年城乡居民收入与消费分析

六、2013年对外贸易的发展形势分析

第二节 中国口腔护理行业政策环境分析

一、牙膏监管纳入化妆品监管行列

二、牙膏新国标促使口腔护理产业升级

三、牙膏“治病”标签将予以查处

四、强制实行《功效型牙膏标准》

五、《口腔保健用品认证管理办法》

六、《中草药牙膏标准》

七、全国口腔护理用品标准化技术委员会成立

第三节 2013年中国日化行业发展分析

一、中国日化行业现状概述

二、2012年中国日化行业发展概况

三、2013年中国日化行业发展状况

四、中国日化行业发展影响因素分析

五、中国日化行业未来发展前景分析

第三节 2013年中国化妆品行业分析

一、2013年中国化妆品市场规模分析

二、2012年中国化妆品行业发展概况

三、2013年中国化妆品行业发展概况

四、中国化妆品市场总体问题分析

五、中国化妆品市场发展总体对策

第三章 2013年中国口腔护理用品市场分析

第一节 2013年中国口腔护理用品市场发展概况

一、中国口腔护理用品市场现状

二、中国口腔护理用品市场规模

三、中国口腔护理用品市场结构

第二节 2013年中国口腔护理用品市场竞争分析

一、中国口腔护理用品企业市场份额

二、中国口腔护理用品品牌占有率

三、口腔护理竞争走向专业细分方向

第四章 2013年中国口腔护理用品行业经济运行分析

第一节 2010-2013年中国口腔护理用品行业总体数据分析

一、2011年中国口腔护理用品行业全部企业数据分析

二、2012年中国口腔护理用品行业全部企业数据分析

三、2013年中国口腔护理用品行业全部企业数据分析

第二节 2010-2013年中国口腔护理用品行业不同规模企业数据分析

一、2011年中国口腔护理用品行业不同规模企业数据分析

二、2012年中国口腔护理用品行业不同规模企业数据分析

三、2013年中国口腔护理用品行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2013年中国口腔护理用品行业不同所有制企业数据分析

一、2011年中国口腔护理用品行业不同所有制企业数据分析

二、2012年中国口腔护理用品行业不同所有制企业数据分析

三、2013年中国口腔护理用品行业不同所有制企业数据分析

第五章 2013年中国牙膏市场分析

第一节 2013年中国牙膏市场发展概况

一、中国牙膏行业发展历史

二、中国牙膏行业面临“二次洗牌”

三、中国牙膏市场发展现状

四、2013年中国牙膏市场规模

五、中国牙膏市场经济运行新特点

第二节 中国牙膏行业产量分析

一、中国牙膏行业总体产量分析

二、中国牙膏行业区域产量分析

三、中国牙膏行业主要省市产量分析

第三节 2013年中国牙膏市场竞争分析

一、中国牙膏市场竞争概况分析

二、中国牙膏市场品牌市场份额

三、中国牙膏市场竞争手段分析

四、牙膏市场进入垄断竞争阶段

五、牙膏市场中外品牌竞争分析

第四节 2013年中国牙膏市场品牌分析

一、中国牙膏品牌现状及归类

二、民族品牌举起中草药大旗

三、牙膏品牌涉水高端路线

第五节 2013年中国牙膏市场消费总体分析

一、消费群体分析

二、消费区域分析

三、消费者市场细分

四、消费者购买行为特征分析

五、消费者选购牙膏时重视的因素

第六节 2013年中国牙膏主要消费市场分析

一、中国牙膏市场消费者调查总体分析

二、华北主要城市牙膏消费者调研

三、东北主要城市牙膏消费者调研

四、华东主要城市牙膏消费者调研

五、华中主要城市牙膏消费者调研

六、华南主要城市牙膏消费者调研

七、西南主要城市牙膏消费者调研

八、西北主要城市牙膏消费者调研

第七节 2013年中国牙膏细分市场分析

一、牙膏市场构成情况

二、中药牙膏市场分析

三、含氟牙膏市场分析

四、盐味牙膏市场分析

五、儿童牙膏市场分析

第六章 2013年中国牙刷市场现状分析

第一节 中国牙刷市场发展分析

一、中国牙刷市场规模分析

二、中国牙刷市场结构分析

三、中国儿童牙刷市场分析

四、中国电动牙刷市场现状

五、中国手动牙刷市场现状

第二节 中国牙刷主要消费调研分析

一、中国牙刷市场消费者调查总体分析

二、华北主要城市牙刷消费者调研

三、东北主要城市牙刷消费者调研

四、华东主要城市牙刷消费者调研

五、华中主要城市牙刷消费者调研

六、华南主要城市牙刷消费者调研

七、西南主要城市牙刷消费者调研

八、西北主要城市牙刷消费者调研

第七章 2013年中国其他口腔护理用品市场分析

第一节 中国牙线市场分析

一、使用牙线的好处

二、中国牙线市场规模

三、中国牙线市场发展前景和问题

第二节 中国漱口水市场分析

一、中国市场漱口水品牌

二、中国漱口水市场概况

三、中国漱口水市场规模

第三节 中国牙齿增白剂市场分析

第八章 2008-2013年中国口腔护理用品进出口状况分析（3306）

第一节 2008-2013年中国口腔护理用品进出口分析

一、2008-2013年中国口腔护理用品进口分析

二、2008-2013年中国口腔护理用品出口分析

第二节 2008-2013年中国口腔护理用品进出口均价分析

第三节 2013年中国口腔护理用品进出口流向分析

一、中国口腔护理用品进口来源地情况

二、中国口腔护理用品出口目的地情况

第四节 2013年中国口腔护理用品进出口省市分析

一、中国口腔护理用品进口省市情况

二、中国口腔护理用品出口省市情况

第九章 2008-2013年中国牙膏进出口分析（33061010）

第一节 2008-2013年中国牙膏进出口分析

一、2008-2013年中国牙膏进口分析

二、2008-2013年中国牙膏出口分析

第二节 2008-2013年中国牙膏进出口均价分析

第三节 2013年中国牙膏进出口流向分析

一、中国牙膏进口来源地情况

二、中国牙膏出口目的地情况

第四节 2013年中国牙膏进出口省市分析

一、中国牙膏进口省市情况

二、中国牙膏出口省市情况

第十章 2014年全球口腔护理用品行业重点企业分析

第一节 高露洁棕榄有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、在中国的口腔护理用品经营情况

四、高露洁独特的广告策略

五、高露洁的集中炮力策略

六、高露洁普通股从欧洲退市

第二节 美国宝洁(P&G, Procter & Gamble)

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、佳洁士品牌介绍及在中国的发展

四、在中国的口腔护理用品经营情况

五、佳洁士的中国式微调创新

第三节 英国联合利华(Unilever)

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、在中国的口腔护理用品经营情况

四、联合利华品牌战略提升竞争力

五、联合利华圈地加大产品投入

第四节 LG生活健康集团

一、企业基本情况

二、在中国的口腔护理用品经营状况

三、LG竹盐牙膏搅热高端市场

四、LG竹盐全线发力

第五节 美国安利(Amway)

一、企业基本情况

二、在中国口腔护理用品经营状况

第十一章 2013年中国口腔护理用品重点企业分析

第一节 柳州两面针股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2015-2020年公司发展战略分析

第二节 云南白药集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2015-2020年公司发展战略分析

第三节 美晨集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2015-2020年公司发展战略分析

第四节 好来化工（中山）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2015-2020年公司发展战略分析

第五节 重庆登康口腔护理用品股份有限公司

一、企业基本情况

二、口腔护理用品经营情况

三、冷酸灵迅康逐鹿高端市场

四、冷酸灵2亿建新厂保增长

第六节 广西奥奇丽股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2015-2020年公司发展战略分析

第七节 广州立白(番禺)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2015-2020年公司发展战略分析

五、六必治推出男士牙膏

第八节 青岛狮王日用化工有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2015-2020年公司发展战略分析

第九节 强生（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2015-2020年公司发展战略分析

第十节 武汉市今晨实业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014年经营状况分析

四、2015-2020年公司发展战略分析

第十二章 2015-2020年中国口腔护理用品市场前景预测分析

第一节 2015-2020年中国口腔护理用品市场规模预测

一、2015-2020年护理口腔用品市场规模预测

二、2015-2020年中国牙膏市场规模预测

三、2015-2020年中国牙刷市场规模预测

四、2015-2020年中国牙线市场规模预测

五、2015-2020年中国漱口水市场规模预测

六、2015-2020年中国牙齿增白剂市场规模预测

第二节 2015-2020年中国牙膏发展前景及应对策略

一、2015-2020年中国牙膏总体产量预测

二、中国牙膏市场发展趋势预测

三、中国牙膏市场发展应对策略

第三节 中国口腔护理产品市场发展趋势分析

一、口腔护理产品市场发展潜力大

二、功效性产品发展成主打

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201411/115040.html>