

2017-2022年中国牙膏产业运营格局态势及投资商机研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国牙膏产业运营格局态势及投资商机研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/284253284253.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

牙膏是日常生活中常用的清洁用品，有着很悠久的历史。随着科学技术的不断发展，工艺装备的不断改进和完善，各种类型的牙膏相继问世，产品的质量和档次不断提高，现在牙膏品种已由单一的清洁型牙膏，发展成为品种齐全、功能多样，上百个品牌的多功能型牙膏，满足了不同层次消费水平的需要。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。

从我国牙膏细分市场的格局来看，美白功能的牙膏市场占比最大，达到了28%，主要原因是大多数人对于牙膏的功能首先考虑的是美白效果，其次是中草药类型的牙膏，占比达到了20.6%，主要原因是中草药配方的宣传深入人心，更多人愿意相信中草药的功能，多功能的牙膏占比仅为9.6%，主要原因是大多数人对于牙膏功能的追求较为单一，因此多功能类型的牙膏面临的问题是“全而不精”。

我国牙膏细分市场格局

来源：公开资料整理

从我国牙膏市场的价格分布情况来看，市场上最畅销的还是中端价格的产品，占比接近一半，达到了45%，超高端产品也有了不俗的表现，占比达到了23%。

我国牙膏市场价格分布

来源：公开资料整理

中国报告网发布的《2017-2022年中国牙膏产业运营格局态势及投资商机研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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2017-2022年牙膏行业发展概述

第一节2017-2022年牙膏行定义与分类

- 一、牙膏定义
- 二、牙膏产品分类及用途

第二节2017-2022年牙膏行业经营模式分析

- 一、生产模式
- 二、采购模式
- 三、销售模式

第二章2017-2022年中国牙膏行业发展环境分析

第一节2017-2022年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹
- 二、居民消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会固定资产投资分析
- 五、进出口贸易历史变动轨迹
- 六、2017-2022年我国宏观经济发展预测

第二节2017-2022年中国牙膏行业政策环境分析

- 一、牙膏行业监管管理体制
- 二、牙膏行业相关政策分析
- 三、上下游产业政策影响分析

第三节2017-2022年中国牙膏行业技术环境分析

第三章2017-2022年中国牙膏行业运行态势分析

第一节2017-2022年中国牙膏行业概况分析

- 一、牙膏生产经营概况
- 二、牙膏行业总体发展概况

第二节2017-2022年中国牙膏行业经受压力分析

- 一、人民币升值对牙膏产业的压力
- 二、出口退税下调对牙膏产业的压力
- 三、原材料涨价对牙膏产业的压力
- 四、劳动力成本上升对牙膏产业的压力

第三节2017-2022年中国牙膏的发展及存在的问题分析

- 一、中国牙膏行业发展中的问题
- 二、解决措施

第四章2017-2022年2012-2016年中国牙膏产业运行情况分析

第一节2017-2022年2012-2016年中国牙膏行业发展状况

- 一、2012-2016年牙膏行业市场供给分析

二、2012-2016年牙膏行业市场需求分析

三、2012-2016年牙膏行业市场规模分析

第二节2017-2022年中国牙膏行业集中度分析

一、牙膏行业市场区域分布情况

二、牙膏行业市场集中度分析

第三节2017-2022年2012-2016年中国牙膏区域市场规模分析

一、2012-2016年华东地区市场规模分析

二、2012-2016年华南地区市场规模分析

三、2012-2016年华中地区市场规模分析

四、2012-2016年华北地区市场规模分析

五、2012-2016年西北地区市场规模分析

六、2012-2016年西南地区市场规模分析

七、2012-2016年东北地区市场规模分析

第五章2017-2022年牙膏行业市场价格分析

第一节2017-2022年牙膏产品价格特征分析

第二节2017-2022年影响国内市场牙膏产品价格的因素

第三节2017-2022年主流企业产品价位及价格策略

第四节2017-2022年牙膏行业未来价格变化趋势

第六章2017-2022年2016年中国牙膏行业竞争情况分析

第一节2017-2022年中国牙膏市场竞争格局分析

第一阵营是由高露洁、佳洁士组成的“外资军团”，该阵营目前占据55%左右的市场份额，实力最为强劲——近年来，高露洁、佳洁士等外资巨头不断进行自上而下的产品梯队建设，一边巩固自己在牙膏高端市场几近垄断的地位，树立牙膏界高端品牌形象；一边不断研发新品，放低产品价格，向中低端市场潜伏渗透，获得更大的发展空间和更多的实际利润。

第二阵营是由两面针、冷酸灵、田七、黑妹、蓝天六必治等本土领军品牌组成的“传统国货”。该军团目前占据25%左右的市场份额。大多数本土牙膏的产品过于低端化进而造成对品牌认知上的严重低档化。当外资巨头向低端渗透，与本土品牌在同等价位上2017-2022年竞争时，受众自然更倾向于选择洋品牌。因为，受众经过洋品牌多年潜移默化的品牌教育，已经形成了洋品牌品质高、有档次的心理认知。

第三阵营是近年来崛起的中华、黑人、纳爱斯、云南白药、LG等组成的新兴品牌，该阵营有外资、合资；也有本土企业，它们都通过细分市场、差异化营销成功走出了第三条发展道路。

目前国内牙膏市场竞争格局是外资强而本土弱，高露洁、佳洁士、黑人、中华等外资品牌占了七成以上的市场份额，而云南白药、冷酸灵、黑妹、蓝天六必治、田七等本土品牌只拥有三成左右市场份额。国内牙膏品牌避免与外资品牌正面交锋，占领了“中草药牙膏”，“中老年

口腔护理”等细分市场。

我国各品牌牙膏市场份额

来源：公开资料整理

第二节2017-2022年我国牙膏行业竞争手段分析

当前我国牙膏市场的竞争主要表现在价格、广告与品牌、产品包装、市场细分等方面：

一是价格竞争有所增强；国际企业力推低端便宜产品，因其在高端市场已经进入了某种程度的饱和，但中低端市场对其来说是完全空白的市场。发展策略已经在创新产品、投放广告的基础上，加大降低成本、降低价格的力度等方面。

二是高低端品牌互相渗透；高档市场已被外资品牌牢牢占有，并且树立了良好的品牌形象，外资品牌由高档往低档延伸，而国产品牌只得由低档往高档发展，前者比后者拓展力度更大，外资品牌结合中国实际，营销策略得当，自上而下占领大量市场份额；

三是广告成为最有效的营销手段之一。近年来，各牙膏厂商都纷纷加大广告的投入。从媒体选择来看，国产品牌相对比较集中在中央台，全国各省的投放面也相对松散，采取一网打尽的广告投放方式。外资品牌在广告投入和广告策划上都比国内品牌更胜一筹，中央、地方全面轰炸；作为吸引消费者的购买欲的手段，产品包装成为一种新型竞争手段。

四是许多牙膏的包装设计都在材料方面以节约资源、降低成本的绿色设计作为基点，同时还要充分考虑包装是否符合运输、存储、使用的基本功能要求来吸引消费者。包装的外观造型以及整体装潢也都与时代美学思想合拍，同时又具有一定的独特性。高露洁、佳洁士两大品牌就是以包装新颖独特，色彩鲜艳明亮，产生强烈的视觉冲击效果，有效地刺激消费者的购买欲望。

五是终端逐步成为口腔清洁用品营销中的战略性营销资源。商业的经营业态呈现多元化发展格局，各种零售业态层出不穷。面对零售业态革命，商业流通渠道也在重整，加上传统批发渠道的萎缩，促使企业正将销售渠道改为扁平化结构。这些销售渠道的变化使得零售业态，尤其是新兴零售业态的重要性显现出来。国际连锁零售卖场的进入加剧了市场竞争，高昂的进场费用提高了进入壁垒，已经成为企业以及经销商不容回避的问题。

第三节2017-2022年牙膏行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第七章2017-2022年中国牙膏行业产业链分析

第一节2017-2022年牙膏行业上下游产业链概述

第二节2017-2022年牙膏上游行业发展状况分析

一、上游原材料市场发展现状

二、上游原材料供应情况分析

三、上游原材料价格走势分析

第三节2017-2022年牙膏下游行业需求市场分析

一、下游行业发展现状分析

二、下游行业需求状况分析

三、下游行业需求前景分析

第八章2017-2022年牙膏行业重点企业竞争力分析

第一节2017-2022年美晨集团股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节2017-2022年宝洁（中国）有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节2017-2022年高露洁棕榄（中国）有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节2017-2022年葛兰素史克（中国）投资有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节2017-2022年上海联合利华牙膏有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节2017-2022年云南白药集团股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节2017-2022年乐金生活健康贸易（上海）有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节2017-2022年狮王日用化工(青岛)有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九章2017-2022年中国牙膏制造所属行业数据监测

第一节2017-2022年中国牙膏制造所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节2017-2022年2012-2016年中国牙膏制造所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节2017-2022年2012-2016年中国牙膏制造所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章2017-2022年牙膏产业渠道分析

第一节2017-2022年2016年国内牙膏产品的经销模式

第二节2017-2022年牙膏行业渠道格局

第三节2017-2022年牙膏行业渠道形式

第四节2017-2022年牙膏渠道要素对比

第五节2017-2022年牙膏行业国际化营销模式分析

第六节2017-2022年2016年国内牙膏产品生产及销售投资运作模式分析

第十一章2017-2022年2017-2022年牙膏行业发展前景预测分析

第一节2017-2022年牙膏行业投资价值分析

一、2017-2022年国内牙膏行业盈利能力分析

二、2017-2022年国内牙膏行业偿债能力分析

三、2017-2022年国内牙膏行业运营能力分析

四、2017-2022年国内牙膏产品投资收益率分析预测

第二节2017-2022年2017-2022年国内牙膏行业投资机会分析

一、国内强劲的经济增长对牙膏行业的支撑因素分析

二、下游行业的需求对牙膏行业的推动因素分析

三、牙膏产品相关产业的发展对牙膏行业的带动因素分析

第三节2017-2022年2017-2022年中国牙膏行业供需预测

一、2017-2022年中国牙膏行业供给预测

二、2017-2022年中国牙膏行业需求预测

第四节2017-2022年2017-2022年中国牙膏行业运行状况预测

一、2017-2022年牙膏行业工业总产值预测

二、2017-2022年牙膏行业销售收入预测

第十二章2017-2022年2017-2022年中国牙膏行业投资风险预警

第一节2017-2022年中国牙膏行业存在问题分析

第二节2017-2022年中国牙膏行业上下游产业链风险分析

一、下游行业需求市场风险分析

二、关联行业风险分析

第三节2017-2022年中国牙膏行业投资风险分析

一、政策和体制风险分析

二、技术发展风险分析

三、原材料风险分析

四、进入/退出风险分析

五、经营管理风险分析

第十三章2017-2022年2017-2022年中国牙膏行业发展策略及投资建议

第一节2017-2022年牙膏行业发展战略规划背景意义

一、行业转型升级的需要

二、行业做大做强的需要

三、行业可持续发展需要

第二节2017-2022年牙膏行业战略规划制定依据

一、行业发展规律

二、企业资源与能力

三、可预期的战略定位

第三节2017-2022年牙膏行业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节2017-2022年牙膏行业市场的重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

图表目录

图表：2014-2016年全球牙膏行业市场规模

图表：2014-2016年中国牙膏行业市场规模

图表：2014-2016年牙膏行业重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国牙膏市场占全球份额比较

图表：2014-2016年牙膏行业销售费用分析

图表：2014-2016年牙膏行业管理费用分析

图表：2014-2016年牙膏行业财务费用分析

图表：2014-2016年牙膏行业销售毛利率分析

图表：2014-2016年牙膏行业销售利润率分析

图表：2014-2016年牙膏行业成本费用利润率分析

图表：2014-2016年牙膏行业总资产利润率分析

图表：2014-2016年牙膏行业产能分析

图表：2014-2016年牙膏行业产量分析

图表：2014-2016年牙膏行业需求分析

图表：2014-2016年牙膏行业进口数据

图表：2014-2016年牙膏行业出口数据

图表：2017-2022年牙膏行业市场规模预测

图表：2017-2022年牙膏行业营业收入预测

图表：2017-2022年中国牙膏行业供给预测

图表：2017-2022年中国牙膏行业需求预测

图表：2017-2022年中国牙膏行业供需平衡预测

图表详见报告正文（XZJ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/284253284253.html>