

2006年中国牙膏行业研究咨询报告

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《2006年中国牙膏行业研究咨询报告》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/fangzhi/2882728827.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

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

内容简介 中国牙膏行业（品类）市场容量巨大，九十年代中后期开始，市场规模即以年均5%的比例保持快速增长，而一年之中的市场季度变化较平稳，2004年中国口腔清洁用品市场规模达已达到70个亿。2005年我国牙膏销售规模实现40亿支（以65g/支的标准计算），到2010年，则变为45亿支。目前国内牙膏市场品牌结构大致分为四大版块：一是外资及合资强势品牌版块，主要由高露洁、佳洁士、中华、黑人组成；二是民族传统领军品牌版块，包括两面针、田七、黑妹、冷酸灵、蓝天等；三是新兴力量版块如LG竹盐、纳爱斯、永南（舒爽）等；四是三、四线品牌或白牌版块，多为中小牙膏企业或日化企业/集团在牙膏领域的产品线拓展和延伸，版块中成员鱼龙混杂，对局部的区域市场虽有所冲击，但无关行业大局。

从区域结构看，城市市场，牙膏产品进一步向高档化发展。农村市场，低价位产品销售量将快速上升。第一版块的品牌稳固占据城市市场后，营销重心开始大幅向农村倾斜。从价格结构看，第一版块的外资品牌开始由高价位向低价位渗透，第二版块的民族品牌开始由低端向中、高端价位反攻。现阶段，第二、第三版块中的国内民族品牌在中高端市场的反攻正逐步取得成效，新一轮的洗牌将促使目前的市场结构发生改变，第一版块中将有可能出现本土品牌。从产品结构看，功能及药物牙膏占市场主导地位；从口味结构看，盐味是目前市场最大的热点，LG竹盐异军突起，高露洁、佳洁士随后跟进。进入“十一五”期间，我国的口腔清洁护理用品行业将继续保持较快的发展，出口增加更为明显；产品质量继续保持世界一流水平，中草药牙膏发展迅猛；行业整合速度和产品创新速度不断加快，市场进一步多元化、细分化；企业生产更为科学、规范和先进，名牌效应增强，但由于市场竞争更为激烈和原材料价格制约以及工业进入微利年景，多数企业的经济效益会保持在一个较低水平。本研究咨询报告依据国家统计局、国家海关总署、国家经贸委、中国轻工业统计局、全国商业信息中心、中国口腔清洁护理用品工业协会、国民经济景气监测中心、《中国牙膏工业情报》、中国行业研究网、国内外相关报纸杂志的基础信息以及日用化学专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国牙膏市场的供给与需求状况、市场竞争格局、行业发展趋势等进行了分析研究，并且重点分析了市场销售状况以及面对WTO时代，中国牙膏行业将面临的冲击与企业的应对策略等。本报告还对国家相关产业政策进行了趋向研判，本研究报告更是口腔清洁用品生产企业、科研单位、经销公司等单位准确了解目前中国牙膏市场发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

目 录CONTENTS第一部分 行业现状分析第一章 牙膏行业概览与投资特性 1第一节 行业概览与分类 1一、行业概况 1二、牙膏的分类 2第二节 牙膏主要成份分析 3一、摩擦剂 4二、洁净剂 4三、润湿剂 4四、胶粘剂 4五、芳香剂 4六、药物 8第三节 世界牙膏发展简史 8第四节 投资特性分析 10第二章 牙膏市场现状 13第一节 2005年牙膏市场现状概述 13一、我国牙膏业现状 13二、中国成世界口腔清洁护理用品最大生产国消费国 16三、国内牙膏市场中外对抗 16四、国产牙膏混战中草药市场 19五、牙膏市场热炒美白概念

20六、国际上牙膏属化妆品我国牙膏业待监管	22	第二节 国外牙膏市场现状	24	第三节	
2006年国内牙膏市场现状		27一、绿色环保新理念主导中药牙膏发展方向			
27二、国家认监委将在全国清理整顿非法牙膏认证		29三、牙膏认证新办法即将出台			
30第四节		2006年牙防组事件对牙膏行业的影响			
31一、国产品牌牙膏因牙防组信任危机受株连					
31二、全国牙防组认证事件对行业有较大冲击	35	第五节 2005年牙膏进出口数据分析			
36第三章 区域市场分析与品牌研究	87	第一节 2005/2006年区域市场分析	87	第二节	
牙膏的商品设计	87	一、从牙膏包装看商品设计的色彩和构图	87	二、包装雷同制约牙膏发展	
91三、国内牙膏包装设计现状		91四、软管包装在牙膏中的使用现状	94	第三节	
牙膏品牌研究	99	一、牙膏中国市场品牌发展历程	99	二、中国名牌牙膏三年变局	
100三、主要品牌竞争手段分析		102四、品牌突围途径			
103五、国产牙膏单一品牌运作的突破点	105	第四章 行业产品分析	108	第一节	
产品构成与价格分析	108	一、产品构成分析	108	二、产品价格分析	109
110一、含氟牙膏护齿原理	110	二、补氟的标准	111	三、替代氯化物的防蛀新方法	
111第三节		行业产品各地产量分析		112一、华北地区牙膏产品产量分析	
112二、东北地区牙膏产品产量分析		113三、华东地区牙膏产品产量分析			
114四、中南地区牙膏产品产量分析		118五、西南地区牙膏产品产量分析			
120六、西北地区牙膏产品产量分析	121	第二部分 相关行业发展分析	第五章 相关产业分析		
123第一节		中国日化产业市场分析	123	一、中国日化市场现状	
123二、重组并购风起云涌，协同效应拭目以待		134三、产业集群略见雏形			
135四、外资企业的进入与整合	137	五、本土企业加快调整，多元化成为首要策略			
138六、中国日化产业发展趋势	139	第二节 牙膏原料市场分析	147	一、碳酸钙市场分析	
147二、香精香料行业分析	153	第三部分 竞争格局与领先企业分析	第六章 竞争格局分析		
157第一节		竞争格局现状	157	一、中国口腔清洁用品市场竞争特点	
157二、国内牙膏市场品牌结构现状		158三、主要品牌市场占有率			
160四、本土牙膏重整旗鼓夺市场	160	第二节 2006年竞争格局及未来趋势预测			
162一、牙膏市场两级分化短期难以改变	162	二、牙膏企业将洗牌	164	第七章 领先企业分析	
168第一节 高露洁	168	一、公司简介	168	二、经营状况	169
170四、高露洁牙膏SCM实施分析	171	五、发展规划	175	第二节 宝洁	176
176二、经营状况	181	三、营销策略	181	第三节 广州美晨股份有限公司	187
187二、营销策略	188	三、发展规划	189	第四节 上海白猫股份有限公司	192
192二、经营状况	193	三、发展规划	195	第五节 柳州两面针股份有限公司	197
197二、经营状况	199	三、营销策略	201	四、发展规划	206
重庆登康口腔护理用品股份有限公司	207	一、公司简介	207	三、营销策略	210
216第七节 好来化工(中山)有限公司	218	一、公司简介	218	二、经营状况	218
		第八节			

广西奥奇丽股份有限公司 219一、公司简介 219二、经营策略 220第九节 LG化学
224一、公司简介 224二、营销策略 224三、发展规划 225第十节
天津蓝天集团股份有限公司 227一、公司简介 227二、立白收购蓝天 228第十一节 云南白药
230一、公司简介 230二、经营状况 231三、云南白药涉足日化
232四、云南白药牙膏现状分析 234第四部分 消费行为与营销策略分析第八章
消费行为分析 239第一节 牙膏消费行为分析 239一、消费者需求分析 239二、消费群体分析
239三、全国牙膏销售的季节性分析 240四、对牙膏市场的消费者行为分析 241第二节
牙膏消费行为市场调查 242一、牙齿状况及处理方法 242二、牙膏的使用和购买习惯
243三、消费者对牙膏的需求及市场的机会点 244四、消费者对牙膏品牌的评价 246第三节
部分城市消费者牙膏消费行为分析 252一、北京居民牙膏消费行为分析
252二、上海消费者牙膏消费行为分析 261三、广州消费者牙膏消费行为分析 263第九章
我国牙膏业营销策略分析 264第一节 营销策略分析 264一、市场竞争环境分析
264二、销售渠道构成分析 265三、产品促销策略 267四、产品包装策略
267五、产品传播策略 268六、市场细分策略分析 268七、我国牙膏企业的营销战略选择
274第二节 营销案例分析 276一、“牙膏美白”的营销学分析
276二、冷酸灵凭良性差异定位制胜 277三、某牙膏品牌的终端攻略
279四、新菊三七牙膏的营销策略浅谈 285第五部分 未来趋势与对策分析第十章
未来趋势与对策分析 303第一节 未来趋势分析 303一、未来市场发展趋势
303二、中国口腔清洁护理用品行业“十一五”发展规划 304第二节
中国牙膏企业成长和发展的对策 308一、中国牙膏企业与跨国企业的差距及其表现
308二、中国牙膏企业成长和发展的对策与建议 311三、总结 316附录附录一
中国口腔清洁护理用品工业协会 317第一节 协会简介 317一、名称与宗旨 317二、主要职能
317三、组织与机构 318四、领导成员 319第二节 协会章程 319第一章 总则 319第二章
业务范围 320第三章 会员 321第四章 组织机构和负责人产生、罢免 323第五章
资产管理、使用原则 326第六章 章程的修改程序 327第七章 终止程序及终止后的财产处理
327第八章 附则 328附录二 卫生部卫生监督中心 329附录三 中华口腔医学会
335图表目录图表：牙膏行业投资特性
11图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量全国合计
15图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量全国合计
28图表：2005年1月我国牙膏分不同国家（地区）进出口数据
36图表：2005年1月我国牙膏分不同国家（地区）进口数据
37图表：2005年1月我国牙膏分不同国家（地区）出口数据
38图表：2005年2月我国牙膏分不同国家（地区）进出口数据
40图表：2005年2月我国牙膏分不同国家（地区）进口数据
41图表：2005年2月我国牙膏分不同国家（地区）出口数据

- 42图表：2005年3月我国牙膏分不同国家（地区）进出口数据
- 43图表：2005年3月我国牙膏分不同国家（地区）进口数据
- 45图表：2005年3月我国牙膏分不同国家（地区）出口数据
- 45图表：2005年4月我国牙膏分不同国家（地区）进出口数据
- 47图表：2005年4月我国牙膏分不同国家（地区）进口数据
- 49图表：2005年4月我国牙膏分不同国家（地区）出口数据
- 50图表：2005年5月我国牙膏分不同国家（地区）进出口数据
- 51图表：2005年5月我国牙膏分不同国家（地区）进口数据
- 53图表：2005年5月我国牙膏分不同国家（地区）出口数据
- 54图表：2005年6月我国牙膏分不同国家（地区）进出口数据
- 56图表：2005年6月我国牙膏分不同国家（地区）进口数据
- 58图表：2005年6月我国牙膏分不同国家（地区）出口数据
- 58图表：2005年7月我国牙膏分不同国家（地区）进出口数据
- 60图表：2005年7月我国牙膏分不同国家（地区）进口数据
- 62图表：2005年7月我国牙膏分不同国家（地区）出口数据
- 62图表：2005年8月我国牙膏分不同国家（地区）进出口数据
- 64图表：2005年8月我国牙膏分不同国家（地区）进口数据
- 67图表：2005年8月我国牙膏分不同国家（地区）出口数据
- 67图表：2005年9月我国牙膏分不同国家（地区）进出口数据
- 69图表：2005年9月我国牙膏分不同国家（地区）进口数据
- 71图表：2005年9月我国牙膏分不同国家（地区）出口数据
- 72图表：2005年10月我国牙膏分不同国家（地区）进出口数据
- 73图表：2005年10月我国牙膏分不同国家（地区）进口数据
- 75图表：2005年10月我国牙膏分不同国家（地区）出口数据
- 76图表：2005年11月我国牙膏分不同国家（地区）进出口数据
- 78图表：2005年11月我国牙膏分不同国家（地区）进口数据
- 80图表：2005年11月我国牙膏分不同国家（地区）出口数据
- 80图表：2005年12月我国牙膏分不同国家（地区）进出口数据
- 82图表：2005年12月我国牙膏分不同国家（地区）进口数据
- 84图表：2005年12月我国牙膏分不同国家（地区）出口数据
- 85图表：中华牙膏商品设计
- 88图表：两面针商品设计
- 88图表：高露洁商品设计
- 89图表：洁诺商品设计
- 90图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量北京市合计
- 112图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量天津市合计
- 112图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量天津市合计
- 113图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量辽宁省合计

- 113图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量辽宁省合计
- 113图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量上海市合计
- 114图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量上海市合计
- 114图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量江苏省合计
- 114图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量江苏省合计
- 115图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量浙江省合计
- 115图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量浙江省合计
- 115图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量安徽省合计
- 115图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量安徽省合计
- 116图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量福建省合计
- 116图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量福建省合计
- 116图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量江西省合计
- 117图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量江西省合计
- 117图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量山东省合计
- 117图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量山东省合计
- 118图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量湖南省合计
- 118图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量湖南省合计
- 118图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量广东省合计
- 118图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量广东省合计
- 119图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量广西区合计
- 119图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量广西区合计
- 119图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量海南省合计
- 120图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量海南省合计
- 120图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量重庆市合计
- 120图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量重庆市合计
- 121图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量云南省合计
- 121图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量云南省合计
- 121图表：2005年2-12月牙膏（自然支）产品产量陕西省合计
- 121图表：2006年2-3月牙膏（自然支）产品产量陕西省合计
- 122图表：1991-2015年中国日化行业发展及增长趋势预测
- 123图表：2005年日用化学产品制造累计工业总产值分地区经济指标
- 125图表：2005年日用化学产品制造累计产品销售收入分地区经济指标
- 126图表：2005年日用化学产品制造累计利润总额分地区经济指标
- 127图表：2005年日用化学产品制造累计亏损企业亏损总额分地区经济指标
- 128图表：2005年日用化学产品制造累计税金总额分地区经济指标

- 128图表：2006年1-3月日用化学产品制造累计工业总产值分地区经济指标
- 129图表：2006年1-3月日用化学产品制造累计产品销售收入分地区经济指标
- 130图表：2006年1-3月日用化学产品制造累计利润总额分地区经济指标
- 131图表：2006年1-3月日用化学产品制造累计亏损企业亏损总额分地区经济指标
- 132图表：2006年1-3月日用化学产品制造累计税金总额分地区经济指标
- 133图表：2005年2-12月香精产品产量全国合计
- 154图表：2006年2-3月香精产品产量全国合计
- 154图表：2005年第一季度牙膏产品部分主要企业/品牌产销排名情况
- 160图表：宝洁产品种类构成表 178图表：2005-2006年上海白猫股份有限公司利润构成表
- 194图表：2005-2006年上海白猫股份有限公司获利能力表
- 194图表：2005-2006年上海白猫股份有限公司经营能力表
- 195图表：2005-2006年上海白猫股份有限公司发展能力表
- 195图表：2005-2006年柳州两面针股份有限公司利润构成表
- 199图表：2005-2006年柳州两面针股份有限公司获利能力表
- 200图表：2005-2006年柳州两面针股份有限公司经营能力表
- 200图表：2005-2006年柳州两面针股份有限公司发展能力表
- 200图表：2005-2006年云南白药集团股份有限公司利润构成表
- 231图表：2005-2006年云南白药集团股份有限公司获利能力表
- 232图表：2005-2006年云南白药集团股份有限公司经营能力表
- 232图表：2005-2006年云南白药集团股份有限公司发展能力表
- 232图表：全国牙膏销售的季节性特点 240图表：牙膏使用习惯调查结果
- 243图表：牙膏类型和成分调查结果 243图表：影响购买决策者调查结果
- 244图表：对目前使用Beauty的品牌的满意度调查结果
- 246图表：对目前使用的品牌Healthy的满意度调查结果
- 246图表：对目前使用的品牌Formula的满意度调查结果
- 246图表：对目前使用的品牌Application的满意度调查结果 246图表：品牌知名度调查结果
- 248图表：牙膏品牌使用情况 249图表：上海、沈阳、成都牙膏品牌曾经使用情况
- 249图表：上海、沈阳、成都牙膏品牌未来会使用情况
- 250图表：消费者对各牙膏品牌的评价-功能特性 250图表：消费者对各牙膏品牌的评价-品牌形象
- 251图表：使用者对各牙膏品牌的评价-功能特性 251图表：使用者对各牙膏品牌的评价-品牌形象
- 252图表：北京居民牙膏品牌记忆指数
- 253图表：北京居民品牌总体认知度以及不同性别认知对比
- 253图表：北京居民不同年龄消费者的牙膏品牌认知度
- 254图表：北京居民不同学历群体对牙膏品牌的认知
- 254图表：北京居民不同收入群体对牙膏品牌的认知

255图表：北京居民目前使用的牙膏品牌

255图表：北京居民不同年龄消费者目前使用的牙膏品牌

256图表：北京居民不同学历消费者目前使用的牙膏品牌

256图表：北京居民不同收入消费者目前使用的牙膏品牌

256图表：北京居民打算购买的牙膏品牌

257图表：北京居民不同年龄消费者打算购买的牙膏品牌

257图表：北京居民不同学历消费者打算购买的牙膏品牌

258图表：北京居民不同收入消费者打算购买的牙膏品牌

258图表：北京居民主要品牌实际用户，再次购买时对品牌的选择

259图表：北京居民品牌美誉度 259图表：北京居民不同性别及年龄群体认为最好的品牌

260图表：北京居民不同学历及收入群体认为最好的品牌 260图表：北京牙膏销售的季节性特点 261图表：上海牙膏销售的季节性特点 262图表：广州牙膏销售的季节性特点

263图表：2004年5月全国牙膏各渠道销售变化情况

266图表：2004年5月全国牙膏各渠道份额概况 267图表：某企业市场营销全过程图解

286图表：各类牙膏市场销售量 288图表：菊三七牙膏的五种市场覆盖模式

291图表：各个牙膏的宣传重点 294图表：菊三七牙膏原包装

296图表：2003-2009年我国口腔清洁用品市场规模及增长率现状与预测 304

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2882728827.html>