

2022年中国美白牙膏市场分析报告- 市场供需现状与未来规划分析

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《2022年中国美白牙膏市场分析报告-市场供需现状与未来规划分析》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/zhongxiyao/558903558903.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

10月27日晚，百年老字号——云南白药集团股份有限公司公布了2021年三季报。报告显示，公司近21年来首个前三季度净利润下降。业绩增长乏力，痛失“中药一哥”宝座。云南白药起家于白药，因白药品牌而闻名，依托云南白药系列产品发家，随后向日化领域拓展，并成功打造出牙膏等大健康产品。在过去20年，云南白药营收、净利一直保持双位数的速度增长。2016年，云南白药营收净利放缓至个位数增长，并持续到2018年，云南白药的营收净利均以个位数的幅度增长。

但近年来云南白药业绩增长乏力，呈现持续下滑态势，市场地位不断下降。根据云南白药发布三季报显示，2021年前三季度实现营收283.63亿元，同比增长18.52%；实现净利24.51亿元，同比下降42.38%，其中三季度净利润为6.49亿元，同比下降63.94%。具体如下：

成长能力指标

2021/9/30

2021/6/30

2021/3/31

2020/12/31

2020/9/30

2020/6/30

营业总收入(元)

283.6亿

190.8亿

103.3亿

327.4亿

239.3亿

154.9亿

归属净利润(元)

24.51亿

18.02亿

7.632亿

55.16亿

42.53亿

24.54亿

扣非净利润(元)

29.31亿

18.85亿

13.65亿

28.99亿

31.85亿

18.49亿

营业总收入同比增长(%)

18.52

23.17

33.38

10.38

10.56

11.48

归属净利润同比增长(%)

-42.38

-26.57

-40.48

31.85

20.08

9.2

扣非净利润同比增长(%)

-7.96

1.97

29.42

26.63

36.32

62.84

营业总收入滚动环比增长(%)

2.32

2.85

7.89

2.48

2.2

2.82

归属净利润滚动环比增长(%)

-23.65

-2.66

-9.41

12.69

11.49

25.12

扣非净利润滚动环比增长(%)

-9.88

-8.54

10.71

-7.61

4.49

15.95

盈利能力指标

2021/9/30

2021/6/30

2021/3/31

2020/12/31

2020/9/30

2020/6/30

净资产收益率(加权)(%)

6.46

4.59

1.94

14.46

10.83

6.24

净资产收益率(扣非/加权)(%)

--

4.8

--

7.6

--

4.7

总资产收益率(加权)(%)

4.56

3.43

1.4

10.51

8.35

4.98

毛利率(%)

28.04

28.96

28.51

27.75

29.61

28.97

净利率(%)

8.65

9.43

7.38

16.83

17.75

15.83

财务风险指标

2021/9/30

2021/6/30

2021/3/31

2020/12/31

2020/9/30

2020/6/30

流动比率

3.558

3.901

3.592

3.15

4.067

4.251

速动比率

2.917

3.119

2.866

2.448

3.004

3.096

现金流量比率

0.5

0.286

-0.01

0.245

0.302

0.222

资产负债率(%)

26.95

24.9

26.95

30.56

26.19

25.23

权益乘数

1.369

1.332

1.369

1.44

1.355

1.337

产权比率

0.371

0.334

0.372

0.443

0.358

0.339

营运能力指标

2021/9/30

2021/6/30

2021/3/31

2020/12/31

2020/9/30

2020/6/30

总资产周转天数(天)

511.5

494.4

475

576.6

574.4

572

存货周转天数(天)

128.2

131.4

126

173

192.9

193.4

应收账款周转天数(天)

64.28

61.29

63.9

57.32

50.93

45.91

总资产周转率(次)

0.528

0.364

0.189

0.624

0.47

0.315

存货周转率(次)

2.107

1.37

0.714

2.081

1.4

0.931

应收账款周转率(次)

4.2

2.937

1.408

6.28

5.302

3.921

数据来源：公司财报 业绩持续萎靡下，云南白药痛失“中药一哥”的宝座。2020年8月，一直稳坐中药第一股的云南白药，市值首次被片仔癀反超。截至2021年10月27日收盘，云南白药总市值为1175.27亿元，低于片仔癀1328亿元，位列行业第二。 有数据显示，2021年前三季度，片仔癀实现的营业收入为61.12亿元，同比增长20.55%，净利润为20.11亿元，同比增长51.36%。对比发现，片仔癀的营业收入仅为云南白药的21.55%，而净利润已经占后者的82.05%。 投资失利，炒股巨亏15亿成主要原因 随着业绩增速不断放缓，云南白药寻求出路，投资成为云南白药布局的方向之一。从2019年开始，云南白药持续加大投资。2019年，云南白药5000万美元以基石投资者的身份投资中国抗体；2020年，云南白药以4.26亿元买入恒瑞医药424.83万股，8.87亿元买入伊利股份2551.86万股，8.69亿元买入腾讯控股181.06万股，16.32亿元买入小米集团11294.36万股等。 但投资收益缺乏可持续性，2021年以来，公司业绩因此爆雷。根据数据显示，2021年上半年，由于投资失利，云南白药交易性金融资产持有期间公允价值变动损益为-8.62亿元。上市28年以来，该公司首次出现了半年净利下滑幅度超20%的情况。到三季度云南白药交易性金融资产持有期间公允价值变动损益为-15.5亿元，也就是说炒股亏了15亿元。

2019-2021年三季度云南白药的公允价值变动净收益情况

数据来源：公司财报，观研天下整理

近年来云南白药每股指标情况

每股指标

2021/9/30

2021/6/30

2021/3/31

2020/12/31

2020/9/30

2020/6/30

基本每股收益(元)

1.92

1.41

0.6

4.32

3.33

1.92

扣非每股收益(元)

--

1.48

--

2.27

--

1.45

稀释每股收益(元)

1.91

1.4

0.6

4.31

3.33

1.92

每股净资产(元)

29.6595

28.9528

30.5358

29.789

29.8482

28.4319

每股公积金(元)

14.2231

14.0268

13.8213

13.8213

13.6432

13.6371

每股未分配利润(元)

12.8016

12.2941

15.3471

14.7496

14.2883

12.8798

每股经营现金流(元)

5.1081

2.5138

-0.1002

2.9974

2.7346

1.7925

数据来源：公司财报 寻求产业多元化，但仍然依赖云南白药牙膏 除了投资外，云南白药也通过多元发展打造新利润增长点。有资料显示，2019年10月，云南白药宣布拟斥资7.3亿港元认购港股上市公司万隆控股的可换股债券，布局工业大麻业务；2020年6月，云南白药宣布以自有资金5000万元、100万元出资设立云南白药集团上海科技有限公司、云南白药集团上海健康产品有限公司，发力美肤业务。

但从目前来看，云南白药多元化收效甚微，利润来源仍然依赖云南白药牙膏。2021年半年报显示，以云南白药牙膏为核心的健康品子公司白药健康的营收为33.88亿元，同比增长22.53%；净利润为15.1亿元，同比增加54.34%，占扣非净利润的80.11%。具体如下：

2021/6/30

主营构成

主营收入(元)

收入比例

主营成本(元)

成本比例

主营利润(元)

利润比例

毛利率(%)

按行业分类

商业销售收入

122.1亿

63.99%

113.6亿

99.86%

8.568亿

96.98%

7.02%

工业销售收入

68.25亿

35.76%

--

--

--

--

--

其他(补充)

4283万

0.22%

1614万

0.14%

2668万

3.02%

62.30%

技术服务

301.6万

0.02%

--

--

--

--

--

旅店饮食业

42.57万

0.00%

--

--

--

--

--

种植业销售收入

3.561万

0.00%

--

--

--

--

--

按产品分类

批发零售(药品)

122.1亿

63.99%

113.6亿

99.86%

8.568亿

96.98%

7.02%

工业产品(自制)

68.25亿

35.76%

--

--

--

--

--

其他(补充)

4283万

0.22%

1614万

0.14%

2668万

3.02%

62.30%

其他产品

347.8万

0.02%

--

--

--

--

--

按地区分类

国内

190.0亿

99.56%

134.9亿

100.00%

55.12亿

100.00%

29.01%

国外

8393万

0.44%

--

--

--

--

--

2020/12/31

主营构成

主营收入(元)

收入比例

主营成本(元)

成本比例

主营利润(元)

利润比例

毛利率(%)

按行业分类

商业销售收入

209.7亿

64.06%

190.7亿

80.62%

19.07亿

20.98%

9.09%

工业销售收入

117.2亿

35.78%

45.49亿

19.23%

71.68亿

78.88%

61.18%

其他(补充)

4719万

0.14%

3414万

0.14%

1305万

0.14%

27.66%

技术服务

428.0万

0.01%

--

--

--

--

--

种植业销售收入

37.62万

0.00%

--

--

--

--

--

旅店饮食业

25.78万

0.00%

--

--

--

--

--

按产品分类

批发零售

209.7亿

64.06%

190.7亿

80.62%

19.07亿

20.98%

9.09%

工业产品(自制)

117.2亿

35.78%

45.49亿

19.23%

71.68亿

78.88%

61.18%

其他(补充)

4719万

0.14%

3414万

0.14%

1305万

0.14%

27.66%

其他服务

453.7万

0.01%

--

--

--

--

--

农产品

37.62万

0.00%

--

--

--

--

--

按地区分类

国内

323.8亿

98.90%

233.2亿

100.00%

90.62亿

100.00%

27.98%

国外

3.606亿

1.10%

--

--

--

--

--

2020/6/30

主营构成

主营收入(元)

收入比例

主营成本(元)

成本比例

主营利润(元)

利润比例

毛利率(%)

按行业分类

商业销售收入

101.1亿

65.25%

92.53亿

84.10%

8.560亿

19.07%

8.47%

工业销售收入

53.56亿

34.57%

17.40亿

15.81%

36.16亿

80.58%

67.52%

其他(补充)

2552万

0.16%

977.2万

0.09%

1575万

0.35%

61.71%

技术服务

175.0万

0.01%

--

--

--

--

--

旅店饮食业

84.33万

0.01%

--

--

--

--

--

种植业销售收入

7.507万

0.00%

--

--

--

--

--

按产品分类

批发零售(药品)

101.1亿

65.25%

92.53亿

84.10%

8.560亿

19.07%

8.47%

工业产品(自制)

53.56亿

34.57%

17.40亿

15.81%

36.16亿

80.58%

67.52%

其他(补充)

2552万

0.16%

977.2万

0.09%

1575万

0.35%

61.71%

其他产品

266.8万

0.02%

--

--

--

--

--

按地区分类

国内

153.1亿

98.80%

108.3亿

100.00%

44.78亿

100.00%

29.25%

国外

1.866亿

1.20%

--

--

--

--

--

2019/12/31

主营构成

主营收入(元)

收入比例

主营成本(元)

成本比例

主营利润(元)

利润比例

毛利率(%)

按行业分类

商业销售收入

185.5亿

62.53%

168.5亿

79.51%

17.01亿

20.08%

9.17%

工业销售收入

110.2亿

37.16%

43.02亿

20.30%

67.22亿

79.33%

60.98%

其他(补充)

7946万

0.27%

2978万

0.14%
4968万
0.59%
62.53%
技术服务
518.3万
0.02%
482.3万
0.02%
36.03万
0.00%
6.95%
种植业销售收入
325.2万
0.01%
422.7万
0.02%
-97.56万
-0.01%
-30.00%
旅店饮食业
209.8万
0.01%
113.6万
0.01%
96.18万
0.01%
45.84%
按产品分类
批发零售
185.5亿
62.53%
168.5亿
79.51%
17.01亿

20.08%

9.17%

工业产品(自制)

110.2亿

37.16%

43.02亿

20.30%

67.22亿

79.33%

60.98%

其他

7946万

0.27%

2978万

0.14%

4968万

0.59%

62.53%

其他服务

728.1万

0.02%

595.9万

0.03%

132.2万

0.02%

18.16%

农产品

325.2万

0.01%

422.7万

0.02%

-97.56万

-0.01%

-30.00%

按地区分类

国内

290.8亿

98.04%

206.3亿

97.33%

84.56亿

99.80%

29.08%

国外

5.823亿

1.96%

5.652亿

2.67%

1711万

0.20%

2.94%

2019/6/30

主营构成

主营收入(元)

收入比例

主营成本(元)

成本比例

主营利润(元)

利润比例

毛利率(%)

按行业分类

商业销售收入

89.50亿

64.40%

81.73亿

82.87%

7.776亿

19.27%

8.69%

工业销售收入

49.09亿

35.32%

16.71亿

16.94%

32.38亿

80.24%

65.96%

其他(补充)

3286万

0.24%

1407万

0.14%

1879万

0.47%

57.17%

旅店饮食业

196.8万

0.01%

44.25万

0.00%

152.5万

0.04%

77.51%

种植业销售收入

163.6万

0.01%

137.1万

0.01%

26.53万

0.01%

16.22%

技术服务

137.7万

0.01%

199.8万

0.02%

-62.07万

-0.02%

-45.07%

按产品分类

批发零售(药品)

89.50亿

64.40%

81.73亿

82.87%

7.776亿

19.27%

8.69%

工业产品(自制)

49.09亿

35.32%

16.71亿

16.94%

32.38亿

80.24%

65.96%

其他(补充)

3286万

0.24%

1407万

0.14%

1879万

0.47%

57.17%

其他产品

498.1万

0.04%

381.1万

0.04%

117.0万

0.03%

23.48%

按地区分类

国内

136.4亿

98.17%

96.28亿

97.63%

40.15亿

99.49%

29.43%

国外

2.219亿

1.60%

2.200亿

2.23%

189.4万

0.05%

0.85%

其他(补充)

3286万

0.24%

1407万

0.14%

1879万

0.47%

57.17%

数据来源：公司财报 随后在11月1日上午，云南白药对外公布了“投资者调研会议记录”，会议记录显示Takamitsu Nishikawa(驻日本投资组合经理)、Andrew Sergeant(驻伦敦投资组合经理)、StephenLieu(驻香港投资组合经理兼证券分析师)在10月29日通过电话会议进行了联合调研。这是继9月28日惠理集团(ValuePartners)调研云南白药之后，海外机构投资者又一次对云南白药进行调研。 会议记录显示，针对公司未来的战略布局如何有效推进，以带动新的增长点的提问，云南白药方面表示，公司提出了“守护生命与健康”的企业愿景，今后将基于药品、健康品、中药资源、天颐茶品等现有业务板块，围绕中医药、骨伤科、肌肤管理、口腔护理等战略赛道进行新产品布局。 此外云南白药还将瞄准到当下热门赛

道——医美。会议记录显示，布局医美赛道是公司经营层结合公司业务特点及行业发展趋势，审慎做出的战略判断与定位。公司已在昆明开设“云南白药精准定制肌肤管理中心”、“采之汲AI私定肌肤管理中心”星选门店，搭建平台让消费者零距离感受公司精准定制化的产品和服务。公司目前在全国范围开设的检测点，合作方涵盖大型商圈、酒店、美容美甲店、健身房、养生生活馆、瑜伽店、高校创业孵化中心等区域，聚焦客户群体为对肌肤精准管理有个性化诉求的人群，目的是让顾客体验到采之汲“皮肤科级”AI肌肤检测、大数据生成肌肤报告等私享体验服务。

云南白药研发费率偏低 根据财报显示，2020年，云南白药研发支出为1.81亿元，同比微增4.02%，研发费率为0.55%，远低于行业水平。同期片仔癀的研发费率为1.50%。有相关医药行业投资人士表示，云南白药若将精力较多地放在对外投资，而不是放在研发或发展主业等方面，公司的竞争力恐将进一步被削弱。

2018-2020年云南白药研发支出情况

数据来源：公司财报（WW）

观研报告网发布的《2022年中国美白牙膏市场分析报告-市场供需现状与未来规划分析》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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国美白牙膏行业发展概述

第一节 美白牙膏行业发展情况概述

一、美白牙膏行业相关定义

二、美白牙膏行业基本情况介绍

三、美白牙膏行业发展特点分析

四、美白牙膏行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、美白牙膏行业需求主体分析

第二节 中国美白牙膏行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、美白牙膏行业产业链条分析

三、产业链运行机制

（1）沟通协调机制

（2）风险分配机制

（3）竞争协调机制

四、中国美白牙膏行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国美白牙膏行业生命周期分析

一、美白牙膏行业生命周期理论概述

二、美白牙膏行业所属的生命周期分析

第四节 美白牙膏行业经济指标分析

一、美白牙膏行业的赢利性分析

二、美白牙膏行业的经济周期分析

三、美白牙膏行业附加值的提升空间分析

第五节 中国美白牙膏行业进入壁垒分析

一、美白牙膏行业资金壁垒分析

二、美白牙膏行业技术壁垒分析

三、美白牙膏行业人才壁垒分析

四、美白牙膏行业品牌壁垒分析

五、美白牙膏行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球美白牙膏行业市场发展现状分析

第一节 全球美白牙膏行业发展历程回顾

第二节 全球美白牙膏行业市场区域分布情况

第三节 亚洲美白牙膏行业地区市场分析

一、亚洲美白牙膏行业市场现状分析

二、亚洲美白牙膏行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲美白牙膏行业市场前景分析

第四节 北美美白牙膏行业地区市场分析

一、北美美白牙膏行业市场现状分析

二、北美美白牙膏行业市场规模与市场需求分析

三、北美美白牙膏行业市场前景分析

第五节 欧洲美白牙膏行业地区市场分析

一、欧洲美白牙膏行业市场现状分析

二、欧洲美白牙膏行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲美白牙膏行业市场前景分析

第六节2022-2027年世界美白牙膏行业分布走势预测

第七节2022-2027年全球美白牙膏行业市场规模预测

第三章 中国美白牙膏产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国美白牙膏行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国美白牙膏产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国美白牙膏行业运行情况

第一节 中国美白牙膏行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国美白牙膏行业市场规模分析

第三节 中国美白牙膏行业供应情况分析

第四节 中国美白牙膏行业需求情况分析

第五节 我国美白牙膏行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国美白牙膏行业供需平衡分析

第七节 中国美白牙膏行业发展趋势分析

第五章 中国美白牙膏所属行业运行数据监测

第一节 中国美白牙膏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 中国美白牙膏所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国美白牙膏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

第六章 2018-2022年中国美白牙膏市场格局分析

第一节 中国美白牙膏行业竞争现状分析

一、中国美白牙膏行业竞争情况分析

二、中国美白牙膏行业主要品牌分析

第二节 中国美白牙膏行业集中度分析

一、中国美白牙膏行业市场集中度影响因素分析

二、中国美白牙膏行业市场集中度分析

第三节 中国美白牙膏行业存在的问题

第四节 中国美白牙膏行业解决问题的策略分析

第五节 中国美白牙膏行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章2018-2022年中国美白牙膏行业需求特点与动态分析

第一节 中国美白牙膏行业消费市场动态情况

第二节 中国美白牙膏行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 美白牙膏行业成本结构分析

第四节 美白牙膏行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国美白牙膏行业价格现状分析

第六节 中国美白牙膏行业平均价格走势预测

一、中国美白牙膏行业价格影响因素

二、中国美白牙膏行业平均价格走势预测

三、中国美白牙膏行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国美白牙膏行业区域市场现状分析

第一节 中国美白牙膏行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区美白牙膏市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区美白牙膏市场规模分析
- 四、华东地区美白牙膏市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区美白牙膏市场规模分析
- 四、华中地区美白牙膏市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区美白牙膏市场规模分析
- 四、华南地区美白牙膏市场规模预测

第五节 华北地区美白牙膏市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区美白牙膏市场规模分析
- 四、华北地区美白牙膏市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区美白牙膏市场规模分析
- 四、东北地区美白牙膏市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、西部地区美白牙膏市场规模分析
- 四、西部地区美白牙膏市场规模预测

第九章2018-2022年中国美白牙膏行业竞争情况

第一节 中国美白牙膏行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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

第二节 中国美白牙膏行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国美白牙膏行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 美白牙膏行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

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 企业

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 企业

- 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 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章2022-2027年中国美白牙膏行业发展前景分析与预测

第一节 中国美白牙膏行业未来发展前景分析

- 一、美白牙膏行业国内投资环境分析
- 二、中国美白牙膏行业市场机会分析
- 三、中国美白牙膏行业投资增速预测

第二节 中国美白牙膏行业未来发展趋势预测

第三节 中国美白牙膏行业市场发展预测

- 一、中国美白牙膏行业市场规模预测
- 二、中国美白牙膏行业市场规模增速预测
- 三、中国美白牙膏行业产值规模预测
- 四、中国美白牙膏行业产值增速预测
- 五、中国美白牙膏行业供需情况预测

第四节 中国美白牙膏行业盈利走势预测

- 一、中国美白牙膏行业毛利润同比增速预测
- 二、中国美白牙膏行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国美白牙膏行业投资风险与营销分析

第一节 美白牙膏行业投资风险分析

- 一、美白牙膏行业政策风险分析
- 二、美白牙膏行业技术风险分析
- 三、美白牙膏行业竞争风险
- 四、美白牙膏行业其他风险分析

第二节 美白牙膏行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2022-2027年中国美白牙膏行业发展战略及规划建议

第一节 中国美白牙膏行业品牌战略分析

一、美白牙膏企业品牌的重要性

二、美白牙膏企业实施品牌战略的意义

三、美白牙膏企业品牌的现状分析

四、美白牙膏企业的品牌战略

五、美白牙膏品牌战略管理的策略

第二节 中国美白牙膏行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国美白牙膏行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章2022-2027年中国美白牙膏行业发展策略及投资建议

第一节 中国美白牙膏行业产品策略分析

一、服务/产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国美白牙膏行业营销渠道策略

一、美白牙膏行业渠道选择策略

二、美白牙膏行业营销策略

第三节 中国美白牙膏行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国美白牙膏行业重点投资区域分析

二、中国美白牙膏行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/558903558903.html>