

2016-2022年中国漱口水产业规模现状与十三五投资规划研究报告

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《2016-2022年中国漱口水产业规模现状与十三五投资规划研究报告》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/baihuo/240452240452.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

漱口水mouth rinse主要组分为香精、表面活性剂、氟化物、氯化锶、酒精和水等，能清洁口腔，预防龋齿和牙周炎等。漱口水有浓淡两种，浓的以水稀释后用，淡的可直接漱口。漱口水根据功能不同，分为保健型和治疗型两大类。其中，治疗型漱口水是在医院内通过处方销售，主要是对某些口腔疾病起到辅助治疗作用。保健型多见于各大超市，主要用于清洁口腔、清新口气等。事实上，无论是保健型还是治疗型漱口水，都不适合在非医生指导条件下长期大量使用。

漱口水是近年来在欧美等国家新兴的一种口腔护理用品，欧美消费者已经建立起成熟的消费观念，漱口水和牙膏一样成为日常口腔护理的必备品，在这些地区，漱口水和牙膏在市场上的比例不相上下。而在我国，口腔护理的主流产品仍然是牙膏和牙刷，漱口水市场表现颇有些勉强。据有关数据显示，我国的牙膏和牙刷等传统口腔护理产品比例占到97%，漱口水、牙贴和牙线等其他产品只能分割3%的市场份额。虽然漱口水的发展一直被人忽略，但其市场需求却在不断地扩大。一方面是由于它所含的成分能有效地杀灭牙齿及口腔中的有害细菌，保护口腔清洁；另一方面是由于它使用起来比牙膏牙刷方便，特别受生活节奏快的都市人的钟爱。相对于口腔清洁用品市场的广阔前景及牙膏市场的大红紫光来说，漱口水市场就要惨淡得多，可以用得上冷冷清清来形容。目前，国内漱口水市场规模很小，只有一个亿左右的市场销售量。

2014年漱口水品类销量区域分布，前三分别为北京、上海、浙江，占比分别为18.4%、12%、11.5%，江苏和广东分别以10.4%和8.9%的占比紧随其后，其他各省占比均未超过5%。经济发达地区的消费者已经被成功教育，所以漱口水的消费者也主要集中在一线城市。人们在时代的潮流中最求越来越完美，尤其在职场中，保持清新的口气也是人们美好的形象标志，因此漱口水在市场上开始受到追捧，各式各样的漱口水进入我国市场。

中国报告网发布的《2016-2022年中国漱口水产业规模现状与十三五投资规划研究报告》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。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。

【报告大纲】

第一部分 漱口水产业环境透视

第一章 漱口水产品概述

第一节 产品定义

第二节 产品用途

第三节 漱口水市场特点分析

一、产品特征

二、价格特征

三、渠道特征

四、购买特征

第四节 行业发展周期特征分析

第二章 漱口水行业环境分析

第一节 中国经济发展环境分析

一、中国GDP分析

二、固定资产投资

三、城镇人员从业状况

四、恩格尔系数分析

五、2016-2022年中国宏观经济发展预测

第二节 中国漱口水行业政策环境分析

一、产业政策分析

二、相关产业政策影响分析

第三节 中国漱口水行业技术环境分析

一、中国漱口水技术发展概况

二、中国漱口水产品工艺特点或流程

三、中国漱口水行业技术发展趋势

第四节 中国漱口水行业社会环境分析

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、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第二部分 漱口水市场运行分析

第三章 中国漱口水市场分析

第一节 漱口水市场现状分析及预测

- 一、2013-2015年中国漱口水市场规模分析
- 二、2016-2022年中国漱口水市场规模预测
- 第二节 漱口水产品产能分析及预测
 - 一、2013-2015年中国漱口水产能分析
 - 二、2016-2022年中国漱口水产能预测
- 第三节 漱口水产品产量分析及预测
 - 一、2013-2015年中国漱口水产量分析
 - 二、2016-2022年中国漱口水产量预测
- 第四节 漱口水市场需求分析及预测
 - 一、2013-2015年中国漱口水市场需求分析
 - 二、2016-2022年中国漱口水市场需求预测
- 第五节 漱口水进出口数据分析
 - 一、2013-2015年中国漱口水进出口数据分析
 - 二、2016-2022年国内漱口水产品未来进出口情况预测
- 第三部分 漱口水市场竞争格局
- 第四章 漱口水细分行业分析
- 第五章 漱口水产业渠道分析
 - 第一节 2015年国内漱口水产品的需求地域分布结构
 - 第二节 2013-2015年中国漱口水产品重点区域市场消费情况分析
 - 一、华东
 - 二、中南
 - 三、华北
 - 四、西部
 - 第三节 2015年国内漱口水产品的经销模式
 - 第四节 渠道格局
 - 第五节 渠道形式
 - 第六节 渠道要素对比
 - 第七节 漱口水行业国际化营销模式分析
 - 第八节 2015年国内漱口水产品生产及销售投资运作模式分析
 - 一、国内生产企业投资运作模式
 - 1、战略综合规划
 - 2、技术开发战略
 - 3、业务组合战略
 - 4、区域战略规划
 - 5、产业战略规划

6、营销品牌战略

7、竞争战略规划

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第六章 企业分析可由客户指定企业

第一节 李施德林

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第二节 威露士

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第三节 高露洁

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第四节 丽齿健

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第五节 佳洁士

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第六节 皓乐齿

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第七节 狮王

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第八节 舒客

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第七章 漱口水行业相关产业分析

第一节 漱口水行业产业链概述

第二节 漱口水上游行业发展状况分析

一、上游原材料生产情况分析

- 1、酒精
- 2、表面活性剂
- 3、香精香料

二、上游原材料需求情况分析

- 1、酒精
- 2、表面活性剂
- 3、香精香料

第三节 漱口水下游行业发展情况分析

第四节 未来几年内中国漱口水行业竞争格局发展趋势分析

第四部分 漱口水行业前景展望

第八章 2016-2022年漱口水行业前景展望与趋势预测

第一节 漱口水行业投资价值分析

一、2016-2022年国内漱口水行业盈利能力分析

二、2016-2022年国内漱口水行业偿债能力分析

三、2016-2022年国内漱口水产品投资收益率分析预测

四、2016-2022年国内漱口水行业运营效率分析

第二节 2016-2022年国内漱口水行业投资机会分析

一、国内强劲的经济增长对漱口水行业的支撑因素分析

二、下游行业的需求对漱口水行业的推动因素分析

三、漱口水产品相关产业的发展对漱口水行业的带动因素分析

第三节 2016-2022年国内漱口水行业投资热点及未来投资方向分析

一、产品发展趋势

二、价格变化趋势

三、用户需求结构趋势

第四节 2016-2022年国内漱口水行业未来市场发展前景预测

一、市场规模预测分析

二、市场结构预测分析

三、市场供需情况预测

第五部分 漱口水行业发展战略研究

第九章 2016-2022年漱口水行业投资战略研究

第一节 2016-2022年中国漱口水行业发展的关键要素

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

第二节 2016-2022年中国漱口水投资机会分析

一、漱口水行业投资前景

二、漱口水行业投资热点

三、漱口水行业投资区域

四、漱口水行业投资吸引力分析

第三节 2016-2022年中国漱口水投资风险分析

一、技术风险分析

二、原材料风险分析

三、政策/体制风险分析

四、进入/退出风险分析

五、经营管理风险分析

第四节 对漱口水项目的投资建议

- 一、目标群体建议（应用领域）
- 二、产品分类与定位建议
- 三、价格定位建议
- 四、技术应用建议
- 五、投资区域建议
- 六、销售渠道建议
- 七、资本并购重组运作模式建议
- 八、企业经营管理建议
- 九、重点客户建设建议
 - 1、实施重点客户战略的必要性
 - 2、合理确立重点客户
 - 3、实施重点客户战略要重点解决的问题
 - 4、重点客户管理功能

第五节 漱口水行业品牌战略

- 一、品牌的重要性
- 二、实施品牌战略的意义
- 三、企业品牌的现状分析
- 四、企业的品牌战略
- 五、品牌战略管理的策略

图表目录

- 图表：行业生命周期图
- 图表：产品生命周期特征与策略
- 图表：2013-2015年规模以上国内生产总值增速
- 图表：2015年各月份其他指标环比数据表
- 图表：2013-2015年规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表：2013-2015年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）
- 图表：2013-2015年居民消费价格总额名义增速（月度同比）
- 图表：2015年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比
- 图表：2015年固定资产投资到位资金情况
- 图表：2010-2015年城镇新增就业人数
- 图表：2015年末人口数及其构成
- 图表：2010-2015年农村居民人均纯收入
- 图表：2010-2015年城镇居民人均可支配收入
- 图表：2010-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数
- 图表：2010-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2010-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2010-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2011-2015年中国漱口水市场规模分析

图表：2016-2022年中国漱口水市场规模预测

图表：2011-2015年中国漱口水产能分析

图表：2016-2022年中国漱口水产能预测

图表：2011-2015年中国漱口水产量分析

图表：2016-2022年中国漱口水产量预测

图表：2011-2015年中国漱口水市场需求分析

图表：2016-2022年中国漱口水市场需求预测

图表：2011-2015年中国漱口水进口分析

图表：2011-2015年中国漱口水出口分析

图表：2016-2022年中国漱口水进口预测

图表：2016-2022年中国漱口水出口预测

图表：2015年国内漱口水产品的需求地域分布结构

图表：2011-2015年华东地区市场规模分析

图表：2011-2015年中南地区市场规模分析

图表：2011-2015年华北地区市场规模分析

图表：2011-2015年西部地区市场规模分析

图表：威莱集团组织结构分析

图表：高露洁棕榄有限公司综合损益表分析

图表：高露洁棕榄有限公司现金流量表分析

图表：高露洁棕榄有限公司资产负债表分析

图表：2011-2015年中国发酵酒精产量分析

图表：2011-2015年中国表面活性剂产量

图表：2011-2015年香精香料行业生产总量及增速

图表：2011-2015年香精香料行业市场规模及增速

图表：表面活性剂需求市场分布

图表：2013-2015年中国漱口水行业盈利能力

图表：2016-2022年中国漱口水行业盈利能力预测

图表：盈利能力指标

图表：2013-2015年中国漱口水行业偿债能力

图表：2016-2022年中国漱口水行业偿债能力预测

图表：2013-2015年中国漱口水行业运营能力

图表：2016-2022年中国漱口水行业运营能力预测

图表：四种基本的品牌战略

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险（GY zm）。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/240452240452.html>