

2018-2023年中国牙膏行业盈利现状及行业运营态势报告

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《2018-2023年中国牙膏行业盈利现状及行业运营态势报告》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/295812295812.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

1中国牙膏行业产品发展现状

对中国牙膏行业产品发展现状的研究，可以从两个方面着手：一是对代表性牙膏企业产品开发动向进行调研，明晰牙膏技术的最新发展状态；二是对各渠道牙膏产品品类进行调研，掌握市场热点产品的最新情况。

图：国内牙膏企业类型 资料来源：公开资料，中国报告网整理

1.1代表性牙膏企业的产品发展动向

传统强势牙膏企业如高露洁、宝洁、中山好来、联合利华、重庆登康等，在维护现有产品主流市场地位的基础上，稳步推出系列创新产品。高露洁公司先后推出了高露洁备长炭牙膏、光感白牙膏、抗珐琅质敏感牙膏、金参护龈牙膏、茶树油护龈牙膏、莲翠舒龈牙膏、藻盐纯白牙膏、柠爽美白牙膏、茶菊健爽牙膏等新品。宝洁公司分两个品牌出击，佳洁士先后推出了全优七效牙膏、3D炫白牙膏、天然多效牙膏等新品，欧乐B则重点推广牙龈专护系列牙膏。中山好来公司先后推出了黑人专研护龈牙膏、专研美白牙膏、专研清新牙膏、宝贝兔儿童牙膏等新品。联合利华公司先后推出了中华金纯魔丽迅白牙膏、优加健齿白牙膏、花清护牙膏、多效护龈牙膏、多效亮白牙膏等新品。重庆登康公司先后推出了极地白双重抗敏牙膏、专研抗敏牙膏、贝乐乐成长优护儿童牙膏等新品。

新兴牙膏企业如云南白药、广州薇美姿、广州倩采等，专注于通过创新系列产品来加快市场增长。云南白药公司主打益生菌牙膏，强调对妇女儿童的保护。广州薇美姿公司新推出舒客活力清新牙膏，强化青春、时尚的概念。广州倩采公司新推出三七护龈牙膏，强调植物皂苷护齿概念。

跨界牙膏企业如葛兰素史克公司、北京华素公司等，以全新理念推出全新产品，争取市场份额的急速扩张。葛兰素史克公司以舒适达牙膏推广牙釉质修复专利成分实现脱敏加防蛀的概念，以益周适牙膏推广苏打美白、牙周护理的概念，均取得了市场的高度认可。北京华素公司的华素愈创牙膏以口腔溃疡护理、口腔黏膜修复为基础概念，从医药渠道扩展到商超渠道，产品品种也扩展为老人护理、儿童护理、假牙义齿、牙龈问题、口苦异味、牙菌斑抑制等多款专效牙膏，终端销售额过亿元。

图：牙膏行业发展历程

资料来源：公开资料，中国报告网整理

1.2最近两年上市的创新概念产品

近两年来，牙膏行业创新非常活跃，一些牙膏企业根据自己的特点和定位，把已有的各种功效牙膏定义为基础护理，然后结合市场发展需要开发出新概念和新功效产品。代表性产品如下：1.2.1苏打牙膏

苏打牙膏是将食品级小苏打（碳酸氢钠）作为牙膏摩擦剂的主要成分，再添加其他基本成分和功效成分而制成的牙膏。该牙膏利用小苏打来增强对牙齿的清洁效果，并通过中和口腔pH以及维持口腔良好的酸碱度环境来帮助达到预防龋齿、清新口气、抑制口腔有害菌等作用。

美国切奇杜威公司率先在中国电商渠道推出了进口的艾禾美牙膏，开创了消费者使用苏打牙膏的先河。艾禾美牙膏通过高含量、低磨损的食品级小苏打配方达到柔和美白牙齿的作用。其后葛兰素史克公司也推出了高浓度微细碳酸氢钠配方的益周适牙膏，以帮助去除牙菌斑，减少牙龈出血，预防牙周问题。研究显示，碳酸氢钠晶体能帮助牙刷从牙齿表面物理清除牙菌斑，同时碳酸氢钠对牙菌斑的形成和黏附具有分解破坏作用，因此在刷牙时能更加有效地去除牙菌斑。如果牙菌斑积聚在牙齿表面和牙龈周围，会引发牙龈组织炎症，加剧牙龈出血。在早期阶段，如果及时恢复口腔卫生并去除牙菌斑、牙石等不良刺激可以有效预防牙周问题。

杭州纳美公司经过多年研发于2015年推出的纳美小苏打系列牙膏产品。以食品级小苏打、生物活性材料（羧甲基壳聚糖、羟基磷灰石）、防龋剂单氟磷酸钠、安全抑菌组分柠檬酸锌为主要功效成分，不同单品在小苏打成分的协同下解决不同的口腔问题。

1.2.2竹炭牙膏

竹炭牙膏是以竹炭为主摩擦剂成分的牙膏。与一般白色牙膏不同，由于添加了竹炭，其膏体颜色为天然黑色。竹炭具有超强的吸附、调湿和抗菌能力，还可以释放远红外线、负氧离子，其应用于牙膏具有养生保健作用。

深圳澎柏公司的新闻牌竹炭黑牙膏为国内竹炭黑牙膏的开拓者，该牙膏首次将竹炭应用于牙膏配方中，黑色膏体，不添加色素，天然健康，可细分消费人群成为个性化牙膏。

高露洁公司和好来公司也推出了备长炭牙膏，以超细炭粒子深入清洁牙缝、减少细菌滋生，由此使竹炭牙膏逐渐成为牙膏行业新的主流产品。

1.2.3 益生菌牙膏

益生菌牙膏是以益生菌为主要功效成分的牙膏，具有平衡口腔菌群、强化口腔自我清新能力、祛除口腔异味、营养牙龈、健康牙周等作用。

云南白药益优清新益生菌牙膏中特别添加了益生菌CPT，实验证明它对引起口腔异味问题的主要有害菌具有包裹凝聚作用，在刷牙过程中有害菌被包裹凝聚后再清除出口腔外，可以使口气持久清新，对因压力过大、紧张情绪、饮食等问题引起的口腔菌群失衡而导致的口臭具有显著效果。

1.2.4 孕妇牙膏

孕妇牙膏是专门为孕妇特殊群体定制的牙膏。孕妇这一特殊群体的健康，不仅关系到自身，还与胎儿的健康和发育息息相关，所以受到自身、家人和社会更多的关心和爱护。随着社会经济的发展、人民生活水平的提高，人们对于生活品质的追求也上了一个档次，孕妇的吃、穿、用等各方面的安全需求得到了社会的高度关注，各种孕妇专用产品应运而生。孕妇牙膏这一针对特殊人群的口腔护理用品也越来越被孕妇接受和欢迎。

孕妇牙膏的主要特性是刺激性低，不含对孕期有害的成分，可解决孕期口腔问题。云南白药公司的云南白药蕴康牙膏是一款专为孕产妇设计的牙膏，不含氟、人工色素和防腐剂，以食品级益生菌为功效成分，安全有效。北京斯利安公司的斯利安孕妇牙膏，气泡少，香味柔和，不含氟、月桂醇硫酸酯钠、糖精钠和色素，采用叶酸和木糖醇保护口腔。

其他孕妇产品还包括防孕吐竹炭牙膏，含“天然植物表面活性剂”无患子根提取物的孕妇专用植物牙膏等。

1.2.5 幼儿牙膏

幼儿牙膏是专为1~6岁儿童定制的牙膏。部分企业的幼儿牙膏主打食品级牙膏概念，食品级牙膏意味着更安全，受到了部分消费者的热捧，其主要消费对象是年龄较小的婴幼儿。因为婴幼儿的口腔粘膜特别娇嫩，食品级牙膏符合可吞咽要求。研究表明，幼儿牙膏对口腔黏膜的细胞毒性远远低于成人牙膏。

目前国家对食品级牙膏没有相关的标准，按照相关企业的宣称，主要有两重含义：一是指该牙膏所用的原料全部或者几乎全部符合食品添加剂要求，牙膏的各项毒理学指标达到

了食品级水平；二是指该牙膏的生产环境符合食品生产要求，牙膏的各项卫生指标达到了食品级标准。

目前市场上宣称食品级的幼儿牙膏有舒客宝贝儿童成长牙膏、两面针御方宝贝儿童牙膏、纳爱斯伢伢乐儿童营养牙膏、青蛙王子儿童牙膏、草珊瑚儿童牙膏、日本花王儿童宝宝牙膏、日本盛势达巧虎儿童牙膏、澳大利亚红印儿童牙膏等。

目前各地市场监管部门对食品级牙膏的包装标识还没有统一的执法标准，需要企业按照地方政府相关部门的相关要求及时进行严格规范。

1.2.6 口腔黏膜修复牙膏

口腔黏膜修复牙膏含相关功效成分，以消炎、止痛、促进创面愈合等方式修复口腔黏膜，可使口腔溃疡患者平均溃疡期缩短，疼痛指数减小。

复发性口腔溃疡是口腔黏膜疾病中发病率最高的一种，普通感冒、消化不良、精神紧张、郁闷不乐等均能偶然引起该病的产生，好发于唇、颊、舌缘等，在黏膜的任何部位均能出现。随着生活水平的提高和消费者对口腔护理要求越来越高，近年来口腔黏膜修复牙膏有了迅猛的发展，逐渐成为牙膏行业主流产品之一。国内已研发上市并宣称对口腔黏膜有修复功效的牙膏包括华素愈创萘磺酸钠牙膏、蒲地蓝牙膏、云南腾药美洲大蠊牙膏、雪豹FE生物酶牙膏、云南白药牙膏、蓝天六必治中药牙膏、牙博士救必应中药牙膏等品种。

国家食药总局对口腔黏膜修复牙膏的包装标识有严格规定，不允许出现医疗用语，需要相关企业按照法规进行严格规范。

图：消费者购买牙膏场所分析 资料来源：公开资料，中国报告网整理

2 牙膏行业产品发展趋势

对牙膏产品发展趋势的预测，一般来说需要深入了解国际牙膏市场的产品发展，还需要通过牙膏发明专利详细了解牙膏技术的发展趋势。

2.1 国际牙膏市场产品开发方向

持续的人口增长和收入增加，加上产品创新、公共健康计划、广告推广，推动了全球牙膏市场的成长，预计2020年全球牙膏市场销售额可达到140亿美元。欧洲市场是全球最大

的区域牙膏市场，销售额约55亿美元，亚太市场是全球发展最快的区域牙膏市场，年增长率为4%。全球排名前列的牙膏企业有高露洁、联合利华、宝洁、葛兰素史克、切奇杜威、汉高、狮王、盛势达、花王、乐金、好来、强生、云南白药、爱茉莉、安利、资生堂、登康等。

对国际牙膏企业而言，产品创新尤其重要，一般强调超级产品概念和特别的功效作用，多功能和高附加值成为主流。最新的牙膏产品开发方向主要体现在以下5个方面：成人牙膏。部分成人牙膏含氟和其他控制牙菌斑、牙结石和牙龈疾病的成分，如沸石、中草药、维生素等，需要提供临床验证的效果。

吸烟者牙膏。最新开发高清洁低磨损的摩擦剂来去除烟渍，如新型二氧化硅，避免损伤牙釉质。

特效抗敏牙膏。牙龈随着年龄增长而萎缩，暴露牙本质，容易产生过敏和疼痛。特效抗敏牙膏通过氟化物、精氨酸、磷酸盐、硅酸盐等成分来减轻这些问题。

美白牙膏。美白牙膏可以带来牙齿的美容效果，可以持续恢复牙齿的自然美白，特别是对中老年人，年龄增长会导致牙齿白度降低，可以通过使用氟和生物酶体系来控制 and 预防，也可以通过过氧化物体系来改良。欧盟化妆品法规要求直接销售的过氧化物美白牙膏以过氧化氢计的含量为0.1%~6.0%，使用更高过氧化物含量牙膏的消费者必须在18岁以上，并在牙医指导下使用。

天然牙膏。广义的天然牙膏包含植物提取物和其他成分，如生姜油、海藻提取物、蜂胶等。这些牙膏不含氟化物、硫酸酯钠等成分。

2.2中国牙膏行业产品发展方向

2.2.1研发越来越多地借用保健食品理念

牙膏是口腔产品，其发展理念与保健食品比较相近。

从2015、2016两年的中国牙膏发明专利申请来看，绝大多数专利牙膏都是以使用天然成分为概念，如植物提取物、矿物材料、动物提取物、生物酶、多肽、氨基酸等，这些成分往往也应用在保健食品上。这些新发明的牙膏配方所宣称的功效除口腔清洁护理以外，还兼有其他保健和预防作用，值得牙膏行业科技人员持续关注。

2.2.2功效被进一步细分，以新产品创造新市场成为主流

对牙膏行业而言，不管是新进入企业的产品创新和原有企业的产品发展，都需要新的定位、新的概念、新的功效、新的味道。如竹炭牙膏、苏打牙膏、益生菌牙膏、孕妇牙膏、食品级牙膏、口腔黏膜修复牙膏等，在两年前还只是新的牙膏概念，现在已逐渐成为主流的牙膏品类。

未来，随着技术研究的进一步深入，含天然材料的纳米抗菌牙膏、含天然成分的牙龈修复牙膏、含生物玻璃的牙釉质修复牙膏、植物精油香水级牙膏、活性氧美白牙膏、酵素美白牙膏、糖尿病人专用牙膏等产品还会有较大的增长机会。

中国报告网发布的《2018-2023年中国牙膏行业盈利现状及行业运营态势报告》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。

目录

第一章牙膏的相关概述

1.1牙膏的概念及种类

1.1.1牙膏的形成

1.1.2牙膏的定义

1.1.3牙膏的功用与种类

1.1.4牙膏应符合的各项要求

1.2牙膏主要成份分析

1.2.1摩擦剂

1.2.2湿润剂

- 1.2.3表面活性剂
- 1.2.4粘合剂
- 1.2.5香料
- 1.2.6甜味剂
- 1.2.7其他特殊成分
- 1.3功能型牙膏及其药物机理
 - 1.3.1功能型牙膏的定义
 - 1.3.2防治龋齿牙膏的药物机理
 - 1.3.3预防牙本质过敏牙膏的药物机理
 - 1.3.4消除牙垢牙膏的药物机理
 - 1.3.5抗菌牙膏的药物机理
 - 1.3.6美白牙膏的药物机理

第二章中国日化行业发展状况

- 2.1中国日化行业发展综述
 - 2.1.1中国日化产业发展进入转型期
 - 2.1.2中国日化产业发展呈现新格局
 - 2.1.3多部委携手推进日化产业做大做强
 - 2.1.4中国日化市场整体发展概述
 - 2.1.5中国日化行业竞争力分析
 - 2.1.6我国日化企业资本运作状况
- 2.2日化行业运行情况
- 2.3日化市场消费者行为调研分析
 - 2.3.1本土日化品牌发展状况
 - 2.3.2本土日化品牌传播效果分析
 - 2.3.3消费者日化产品购买渠道分析
 - 2.3.4消费者购买日化产品考虑的因素
- 2.4日化行业发展的的问题及对策
 - 2.4.1外资品牌下乡挤压本土企业生存空间
 - 2.4.2日化企业面临的三大挑战分析
 - 2.4.3民族日化行业面临困境亟需政策扶持
 - 2.4.4本土日化企业的资源优势及发展对策

第三章中国牙膏行业发展环境分析

- 3.1宏观经济环境

- 3.1.1中国宏观经济发展成就概述
- 3.1.2中国宏观经济运行状况
- 3.1.3中国宏观经济运行情况
- 3.1.4宏观经济运行状况
- 3.2行业发展背景
 - 3.2.1中国口腔护理用品行业发展情况
 - 3.2.2中国口腔护理产品质量安全水平显著增强
 - 3.2.3我国口腔护理用品对外贸易状况
 - 3.2.4我国口腔护理产品功能定位手段分析
- 3.3技术环境分析
 - 3.3.1牙膏技术理论的基本框架
 - 3.3.2生产牙膏的主要设备
 - 3.3.3牙膏生产工艺过程
 - 3.3.4牙膏制膏方法
 - 3.3.5牙膏生产工艺与设备的更新改造

第四章中国牙膏产业发展分析

- 4.1中国牙膏行业发展概况
 - 4.1.1中国牙膏行业的发展进程
 - 4.1.2中国牙膏行业的基本特征
 - 4.1.3中国牙膏品种的结构调整状况分析
 - 4.1.4中国牙膏行业产品标准化逐步升级
- 4.2中国牙膏行业发展分析
- 4.3牙膏行业进出口数据分析
 - 4.3.1牙膏主要进口来源国家分析
 - 4.3.2牙膏主要出口目的国家分析
 - 4.3.3主要省份牙膏进口市场调研
 - 4.3.4主要省份牙膏出口市场调研
- 4.4中国牙膏产业存在的问题
 - 4.4.1中国牙膏企业发展存在的制约因素
 - 4.4.2中国本土牙膏产品存在的不足分析
 - 4.4.3我国功效牙膏业存在的问题分析
- 4.5中国牙膏行业的投资策略分析
 - 4.5.1中国牙膏行业发展对策建议
 - 4.5.2我国本土牙膏品牌投资前景探讨

4.5.3中国牙膏企业成长壮大的路径选择

第五章牙膏市场发展分析

5.1全球牙膏市场总体概述

5.1.1全球牙膏市场格局

5.1.2全球各区域市场牙膏产品的特点

5.1.3全球牙膏市场销售规模分析

5.2中国牙膏市场发展现状

5.2.1中国牙膏市场发展的五个阶段

5.2.2中国牙膏市场发展概况

5.2.3中国牙膏产品的价格结构

5.2.4健口时代将改变牙膏市场格局

5.3中国牙膏消费分析

5.3.1中国牙膏市场的六种基本类型

5.3.2消费群体分析

5.3.3消费区域特征分析

5.3.4消费者行为分析

5.4中国牙膏市场品牌分析

5.4.1我国牙膏市场的品牌结构

5.4.2中国市场牙膏品牌排行状况

5.4.3国产牙膏品牌市场份额日益缩小

第六章牙膏细分市场调研

6.1中草药牙膏

6.1.1中草药牙膏的发展优势

6.1.2中草药牙膏的发展历程

6.1.3中草药牙膏消费市场评估分析

6.1.4本土牙膏企业试图以中草药突围

6.1.5我国中草药牙膏面临的问题及发展思路

6.1.6中国中草药牙膏发展方向分析

6.2含氟牙膏

6.2.1含氟牙膏的历史

6.2.2含氟牙膏的防龋机制和防龋效果

6.2.3中国含氟牙膏质量达标情况良好

6.2.4消费者对含氟牙膏的使用状况

6.3盐味牙膏

6.3.1盐味牙膏特殊功效概述

6.3.2国际牙膏巨头争夺盐味牙膏市场

6.3.3盐味牙膏微咸口感赢得消费者青睐

6.4儿童牙膏

6.4.1儿童牙膏发展概述

6.4.2儿童牙膏消费行为分析

6.4.3儿童牙膏市场成开发热点

6.4.4我国儿童牙膏市场缺乏创新

第七章牙膏市场竞争分析

7.1中国牙膏市场竞争概述

7.1.1市场竞争的基本要素

7.1.2本土牙膏品牌竞争优势分析

7.1.3牙膏行业进入细分竞争时代

7.2牙膏市场竞争形势

7.2.1中国牙膏市场的竞争格局

7.2.2外资牙膏品牌继续领跑

7.2.3本土牙膏品牌正积极求变

7.3牙膏市场的竞争策略解析

7.3.1中国牙膏市场两大外资品牌竞争差异分析

7.3.2国内本土牙膏品牌的防守反击策略

7.3.3第三方阵营英雄纷起细分制胜

第八章牙膏行业营销分析

8.1牙膏行业营销概况

8.1.1我国牙膏生产企业营销谋求创新

8.1.2零售终端成为牙膏主流销售渠道

8.1.3牙膏的销售主张分析

8.2牙膏行业营销策略

8.2.1本土牙膏品牌营销渠道开发对策

8.2.2国产牙膏个性化营销策略分析

8.2.3中国牙膏行业的营销战略选择

8.2.4牙膏产品的广告营销策略分析

8.2.5牙膏品牌的微博营销方案策划

8.3营销案例分析

- 8.3.1云南白药牙膏三高营销策略分析
- 8.3.2云南白药牙膏营销带来的启示
- 8.3.3两面针御方姜盐牙膏市场营销分析
- 8.3.4牙依牙膏营销围绕市场布局和产品诉求

第九章牙膏关联产业分析

9.1漱口水

- 9.1.1漱口水介绍
- 9.1.2国内漱口水市场的发展概况
- 9.1.3国产品牌漱口水发展的挑战与机遇
- 9.1.4漱口水产品发展的软肋
- 9.1.5中国本土漱口水品牌开发潜力巨大

9.2牙刷

- 9.2.1中国牙刷行业发展概况
- 9.2.2牙刷市场需求分析
- 9.2.3电动牙刷的市场机会与定位策略分析
- 9.2.4牙刷的个性化投资策略

9.3牙膏包装

- 9.3.1全塑复合软管牙膏包装发展之路
- 9.3.2牙膏包装的色彩和构图设计特色
- 9.3.3牙膏包装市场存在的问题
- 9.3.4牙膏软管的未来发展方向

第十章牙膏原料市场调研

10.1碳酸钙

- 10.1.1碳酸钙简介
- 10.1.2中国碳酸钙工业发展优劣势分析
- 10.1.3中国碳酸钙行业发展格局
- 10.1.4碳酸钙行业供给状况
- 10.1.5碳酸钙产业发展状况
- 10.1.6中国碳酸钙进出口数据分析
- 10.1.7我国碳酸钙行业发展面临问题及对策

10.2磷酸氢钙

- 10.2.1磷酸氢钙简介

- 10.2.2我国牙膏级磷酸氢钙发展概况
- 10.2.3我国磷酸氢钙市场发展分析
- 10.3二氧化硅
 - 10.3.1二氧化硅简介
 - 10.3.2美国特种二氧化硅市场发展潜力看好
 - 10.3.3国内外二氧化硅发展对比
 - 10.3.4二氧化硅进出口数据分析
 - 10.3.5我国二氧化硅项目建设状况
- 10.4甘油
 - 10.4.1甘油简介
 - 10.4.2世界甘油消费市场发展简况
 - 10.4.3世界掀起甘油利用新技术研发热潮
 - 10.4.4亚洲精制甘油市场优势与不足分析
 - 10.4.5我国甘油市场发展概况
 - 10.4.6中国甘油进出口数据分析

第十一章牙膏行业国外重点企业

- 11.1高露洁棕榄有限公司
 - 11.1.1公司简介
 - 11.1.2高露洁品牌的市场竞争战略模式
 - 11.1.3高露洁牙膏发展渠道分析
 - 11.1.4高露洁介入新领域扩充业务版图
 - 11.1.5高露洁牙膏新品动态
- 11.2美国宝洁公司
 - 11.2.1公司简介
 - 11.2.2佳洁士产品在中国的发展进程
 - 11.2.3佳洁士广告营销策略解析
 - 11.2.4宝洁公司牙膏产品的营销战略透析
- 11.3联合利华
 - 11.3.1公司简介
 - 11.3.2中华牙膏的品牌发展进程
 - 11.3.3联合利华牙膏品牌的塑造与扩张
 - 11.3.4联合利华牙膏的营销失误分析
- 11.4LG生活健康集团
 - 11.4.1公司简介

11.4.2LG竹盐牙膏四大策略赢得市场

11.4.3LG竹盐牙膏的SWOT分析

11.4.4LG重磅推出新款紫竹盐牙膏

第十二章牙膏行业国内重点企业

12.1柳州两面针股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

12.2云南白药集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

12.3重庆登康口腔护理用品股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

12.4广西梧州奥奇丽集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

12.5美晨集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

12.6纳爱斯集团

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十三章牙膏行业的前景趋势分析

13.1牙膏行业发展趋势预测

13.1.1中国牙膏行业发展趋势

13.1.2牙膏产品朝多元化多功能化方向发展

13.1.3高端牙膏市场趋势预测分析

13.22018-2023年中国牙膏行业预测分析

13.2.1影响中国牙膏行业发展的因素分析

13.2.22018-2023年中国口腔清洁用品制造行业产品销售收入预测

13.2.32018-2023年中国口腔清洁用品制造行业利润总额预测

13.2.42018-2023年中国牙膏行业牙膏产量预测

13.3不同种类牙膏趋势预测分析

13.3.1清新香型牙膏仍将占据市场主流

13.3.2茶类、中草药牙膏市场潜力凸显

13.3.3药物功效型牙膏存在相当市场

13.3.4儿童牙膏发展空间分析

第十四章牙膏行业发展的政策环境

14.1中国牙膏行业政策实施概况

14.1.1中国牙膏行业管理体系的演变

14.1.2我国牙膏行业实施《生产管理规范》

14.1.3牙膏业生产许可证制度实施规范市场行为

14.1.4牙膏虚假宣传得到法律管制

14.1.5我国功效牙膏标准颁布实施进一步推动行业发展

14.2国内外牙膏产品标准对比分析

14.2.1国外先进标准或国际标准

14.2.2微生物

14.2.3铅含量

14.2.4砷含量

14.2.5氟含量

14.2.6过硬颗粒与磨擦值

14.2.7pH值

14.2.8保质期

14.2.9其他

14.3相关政策法规

14.3.1工业产品生产许可证管理条例

14.3.2工业产品生产许可证管理条例实施办法

14.3.3牙膏生产管理规范

14.3.4化妆品标识管理规定

14.3.5牙膏产品生产许可实施细则

图表目录

图表日化行业产品需求对象

图表日化国际企业与本土企业优劣比较

图表全国日用化学产品制造行业月度工业总产值及同比增长

图表全国日用化学产品制造行业工业总产值对比

图表全国日化行业累计工业总产值行业小类占比情况

图表全国日化行业累计工业总产值行业小类同比增长情况

图表全国日用化学产品制造行业累计工业总产值地区占比情况

图表全国日用化学产品制造行业月度产销率及同比

图表全国日化行业月度出口额及同比

图表我国日化行业出口额对比

图表全国日化行业月度进口额及同比

图表我国日化行业进口额对比

(GYZJY)

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/295812295812.html>