

2016-2022年中国牙膏市场 趋势预测分析与投资建议研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国牙膏市场趋势预测分析与投资建议研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qtzzh1601/501285CUKH.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2025-05-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

随着科技的日益进步及消费者不断猎奇心理，简单形式的牙膏产品已经不能满足消费者的需求，口腔护理产品的趋势将会是除了在产品本身给消费者带来清洁的基本功能之外，产品本身使用形态、可视性和嗅觉同样重要，令使用过程成为一种享受，让消费者可以在清洁口腔的同时感受感官刺激，让使用过程成为一种享受。

2009-2015年中国牙膏（33061010）进出口统计表 年份 出口（千克、千美元） 进口（千克、千美元） 数量 金额 数量 金额 2009年 72346530 126,569 3233526 15,414 2010年 82124554 145,601 4825912 24,600 2011年 92158906 184,599 5182802 30,555 2012年 104353226 217867 6110970 37081 2013年 119209964 245310 5268958 28536 2014年 * * * * * 2015年 * * * * *

数据来源：中国海关

2009-2015年中国牙膏（33061010）进出口平均单价 年份 进口平均价格（美元/吨） 出口平均价格（美元/吨） 2009年 4766.93 1749.48 2010年 5097.48 1772.93 2011年 5895.46 2003.05 2012年 6067.94 2087.78 2013年 5415.87 2057.80 2014年 * * * 2015年 * * *

数据来源：中国海关、博思数据中心整理

博思数据发布的《2016-2022年中国牙膏市场趋势预测分析与前景研究报告》。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、正确制定企业战略和投资前景研究。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研究分析。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，制定正确竞争和投资规划建议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。

博思数据是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 牙膏行业相关概述 17

第一节 日化行业定义及分类 17

一、日化行业的定义及分类 17

二、日化产业分类 18

第二节 牙膏及其技术理论介绍 19

一、牙膏的形成 19

二、牙膏的概念 22

三、牙膏的分类 22

四、牙膏技术理论的基本框架 26

第三节 功能型牙膏及其药物机理 30

一、功能型牙膏的定义 30

二、防治龋齿牙膏的药物机理 39

三、预防牙本质过敏牙膏的药物机理 40

四、消除牙垢牙膏的药物机理 40

五、抗菌牙膏的药物机理 40

六、美白牙膏的药物机理 41

第二章 中国日化行业综述 42

第一节 日化行业发展总体概况 42

一、日化行业发展历程 42

二、中国日化产业开始第二次革命 44

三、中国日化产业特点及吸引力 48

四、中国日化产业主要产品类别及市场规模 48

第二节 日化行业发展现状 49

一、日化行业发展现状 49

二、日化市场发展现状 50

三、日化行业渠道生态状况 53

四、中国日化行业营销事件简析 54

五、日化行业加速洗牌及产品升级 64

第三节 日化企业发展状况 65

一、本土日化品牌发展情况 66

二、日化品牌网络表现排行榜 67

三、国际本土日化品牌策略分析 69

四、三、四线日化品牌的生存现状 70

五、原油涨价影响日化企业的发展 73

第四节 日化市场发展状况 76

一、日化市场运行简析 76

二、日化市场发展形势 80

三、日化产业发展态势 82

| | |
|--------------------|-----|
| 四、日化渠道变革分析 | 85 |
| 五、日化行业即将跨入资本时代 | 87 |
| 第五节 日化企业发展状况 | 89 |
| 一、中国日化企业经营情况 | 89 |
| 二、本土日化品牌发展处境 | 91 |
| 三、本土日化企业发展态势 | 93 |
| 四、国产日化品牌下乡 “求道” | 94 |
| 五、中小日化企业发展形势分析 | 96 |
| 六、日化企业呼吁相关部门加强协调监管 | 98 |
| 第六节 日化行业存在的问题与对策 | 100 |
| 一、中国日化的难题和创新 | 100 |
| 二、中小日化企业品牌管理主要问题 | 105 |
| 三、中小日化企业品牌突围攻略 | 106 |
| 四、日化渠道变革趋势与应对策略 | 110 |
| 五、中小型日化企业营销策略 | 114 |
| 第三章 中国牙膏行业分析 | 117 |
| 第一节 牙膏行业发展概况 | 117 |
| 一、我国牙膏行业发展概况 | 117 |
| 二、我国牙膏行业现状分析 | 119 |
| 三、中国牙膏行业经济运行特点 | 120 |
| 四、我国牙膏行业的 “二次洗牌” | 121 |
| 第二节 中国牙膏企业的现状与策略 | 123 |
| 一、药企做牙膏业新靶标 | 123 |
| 二、中国牙膏企业产品缺乏创新 | 125 |
| 三、中国牙膏企业品牌发展情况 | 126 |
| 四、中国牙膏企业发展战略分析 | 126 |
| 五、中国牙膏企业成长和发展的对策 | 128 |
| 六、中国牙膏产业的发展战略探讨 | 132 |
| 第三节 牙膏行业面临的问题 | 133 |
| 一、小企业逐利导致问题牙膏风波迭起 | 133 |
| 二、中国牙膏行业陷入氟之争 | 135 |
| 三、毒牙膏背后凸现标准之争 | 137 |

| | |
|--------------------|-----|
| 四、国内牙膏企业存在的问题 | 138 |
| 第四章 中国牙膏市场分析 | 140 |
| 第一节 牙膏市场发展总体概述 | 140 |
| 一、中国牙膏市场的发展史 | 140 |
| 二、国内牙膏市场发展概况 | 141 |
| 三、我国牙膏市场发展形势 | 142 |
| 第二节 中国牙膏市场发展分析 | 143 |
| 一、牙膏新标准实施 | 143 |
| 二、我国牙膏市场监管情况 | 144 |
| 三、牙膏市场品牌竞争现状 | 147 |
| 第三节 牙膏市场消费者分析 | 149 |
| 一、消费群体与区域分析 | 149 |
| 二、消费者市场细分 | 151 |
| 三、消费者行为分析 | 152 |
| 第四节 牙膏市场品牌分析 | 153 |
| 一、本土牙膏品牌发展现状 | 153 |
| 二、牙膏行业民族品牌与洋品牌的比较 | 154 |
| 三、本土牙膏品牌产品升级战略 | 155 |
| 四、我国市场现存牙膏主流品牌归类 | 157 |
| 第五章 牙膏细分市场分析 | 160 |
| 第一节 中药牙膏 | 160 |
| 一、国产牙膏进军中草药市场 | 160 |
| 二、本土企业占有配方优势 | 160 |
| 三、中药牙膏应调整发展思路 | 163 |
| 四、中草药牙膏亟待突围 | 165 |
| 五、我国中药牙膏发展方向 | 170 |
| 第二节 含氟牙膏 | 172 |
| 一、含氟牙膏的介绍 | 172 |
| 二、含氟牙膏新标准 | 172 |
| 三、儿童牙膏含氟量的极限标准 | 173 |
| 四、中国市场绝大部分含氟牙膏安全可靠 | 175 |
| 第三节 盐味牙膏 | 176 |

| | |
|----------------------|-----|
| 一、盐味牙膏发展概况 | 176 |
| 二、盐味牙膏成为消费者口腔护理产品首选 | 176 |
| 三、草本矿物盐牙膏受市场青睐 | 179 |
| 第六章 牙膏关联产业分析 | 182 |
| 第一节 漱口水 | 182 |
| 一、漱口水介绍 | 182 |
| 二、漱口水品牌 | 183 |
| 三、漱口水市场运营状况分析 | 184 |
| 四、青岛漱口水类产品消费情况简介 | 185 |
| 第二节 牙刷 | 187 |
| 一、中国牙刷市场分析 | 187 |
| 二、中国电动牙刷市场机会分析 | 193 |
| 三、牙刷之都杭集简介 | 196 |
| 四、牙刷的“个性化”发展趋势 | 198 |
| 第三节 牙膏包装 | 199 |
| 一、中国市场牙膏软管包装发展之路 | 200 |
| 二、国内牙膏包装发展现状 | 204 |
| 三、牙膏包装问题 | 207 |
| 四、包装对牙膏发展的影响 | 210 |
| 章 牙膏原料市场分析 | 215 |
| 第一节 碳酸钙 | 215 |
| 一、碳酸钙的分类及发展 | 215 |
| 二、国内外碳酸钙技术现状及比较 | 215 |
| 三、国内外碳酸钙工业发展概况 | 217 |
| 四、我国碳酸钙工业的进步与发展 | 219 |
| 五、中国碳酸钙工业趋势预测展望 | 221 |
| 第二节 磷酸氢钙 | 224 |
| 一、我国磷酸氢钙市场现状分析 | 224 |
| 二、磷酸氢钙市场发展形势 | 225 |
| 三、部分磷酸氢钙市场分析 | 226 |
| 第三节 二氧化硅 | 228 |
| 一、中国二氧化硅市场外国企业进入情况分析 | 228 |

二、国内外气相法二氧化硅工业发展概况及趋势 229

第四节 聚乙烯 229

一、聚乙烯实现产量简况 229

二、我国聚乙烯产业发展关键分析 230

三、中国聚乙烯供需形势将发生巨大变化 232

四、国内聚乙烯市场发展机会 234

章 牙膏市场竞争分析 239

第一节 牙膏市场总体竞争概况 239

一、中国牙膏市场竞争环境 239

二、牙膏市场竞争深度分析 240

三、主要牙膏品牌竞争手段 241

四、中国牙膏市场三大阵营 242

第二节 牙膏市场竞争格局分析 243

一、外资军团 243

（一）产品体系上的异同 243

（二）市场拓展上的异同 244

（三）整合传播上的异同 245

二、本土联军 246

（一）两面针、田七 246

（二）冷酸灵、黑妹 247

（三）田七、蓝天六必治 248

三、第三方阵 249

（一）中华 250

（二）黑人、云南白药、LG、纳爱斯 251

第三节 牙膏市场竞争现状分析 253

一、中国首款“干刷牙膏”面世 253

二、中外牙膏品牌的博弈从未停止 254

三、六必治牙膏引领无氟牙膏新时代 258

四、宝洁高端牙膏上市 260

五、小叮当牙膏“白加黑”分类突围 260

第四节 中国本土牙膏品牌价值重塑战略分析 265

一、价值重塑之产品升级 265

二、价值重塑之渠道为王 268

三、价值重塑之品牌制胜 270

第九章 国外重点公司 273

第一节 高露洁棕榄有限公司 273

一、公司简介 273

二、2015年公司经营情况 273

三、牙膏市场独特的广告策略 278

四、高露洁的集中炮力策略 279

五、高露洁网站的企业营销策略 283

六、高露洁凭借SCM提升国际竞争力 287

第二节 美国宝洁公司（Procter&Gamble） 290

一、公司简介 290

二、佳洁士品牌介绍 291

三、佳洁士在中国的发展 293

四、佳洁士经营策略的失误 294

第三节 联合利华 295

一、公司简介 295

二、联合利华在中国的发展 296

三、2015年公司销售额增长情况 297

四、联合利华将继续强化中国业务增长 302

五、联合利华的中国战略分析 303

第四节 LG生活健康集团 306

一、集团简介 306

二、LG目前营销状况 307

三、LG竹盐牙膏搅热高端市场 308

四、从LG牙膏的成功看LG生活健康 311

第十章 国内重点企业 313

第一节 柳州两面针股份有限公司 313

一、企业概况 313

二、2015年企业经营情况分析 314

三、2015年企业财务数据分析 319

四、2015年企业发展动态及策略 323

| | |
|----------------------|-----|
| 五、企业未来发展展望与战略 | 325 |
| 第二节 上海白猫股份有限公司 | 325 |
| 一、企业概况 | 325 |
| 二、2015年企业经营情况分析 | 325 |
| 三、2015年企业财务数据分析 | 329 |
| 四、2015年企业发展动态及策略 | 331 |
| 五、企业未来发展展望与战略 | 331 |
| 第三节 美晨集团股份有限公司 | 332 |
| 一、公司简介 | 332 |
| 二、公司研发实力 | 333 |
| 三、公司发展战略 | 333 |
| 四、黑妹牙膏品牌诊断 | 333 |
| 第四节 纳爱斯集团 | 336 |
| 一、集团简介 | 337 |
| 二、2015年集团产值情况 | 337 |
| 三、纳爱斯品牌的成功营销 | 338 |
| 四、纳爱斯牙膏品牌发展路径 | 343 |
| 五、从“雕”牌到“纳爱斯”牙膏的品牌转变 | 344 |
| 六、牙膏透明也可做卖点 | 348 |
| 第五节 重庆登康口腔护理用品股份有限公司 | 351 |
| 一、公司简介 | 351 |
| 二、冷酸灵的市场应对谋略 | 352 |
| 三、冷酸灵的品牌缺陷 | 353 |
| 第六节 广西梧州奥奇丽集团股份有限公司 | 355 |
| 一、公司简介 | 355 |
| 二、田七中药牙膏的品牌定位 | 356 |
| 三、田七成长过程中的四幕剧 | 358 |
| 四、田七牙膏趋势预测分析 | 364 |
| 第七节 云南白药 | 364 |
| 一、企业概况 | 364 |
| 二、2015年企业经营情况分析 | 365 |
| 三、2015年企业财务数据分析 | 370 |

| | |
|----------------------------|-----|
| 四、2015年企业发展动态及策略 | 375 |
| 五、企业未来发展展望与战略 | 375 |
| 第八节 安徽芳草日化股份有限公司 | 376 |
| 一、公司简介 | 376 |
| 二、两面针拟1.9亿重塑“芳草”品牌 | 377 |
| 三、芳草牙膏品牌营销传播策略解析 | 378 |
| 第十一章 牙膏行业政策环境分析 | 382 |
| 第一节 牙膏行业政策的制定情况 | 382 |
| 一、《化妆品标识管理规定》的实施 | 382 |
| 二、我国实施新的牙膏强制性标准 | 385 |
| 第二节 总体政策环境分析 | 386 |
| 一、中国牙膏的二甘醇标准之争 | 386 |
| 二、牙膏“治病”标签将予以查处 | 388 |
| 第三节 相关政策法规 | 389 |
| 一、中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例 | 389 |
| 二、中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例实施办法 | 401 |
| 三、《牙膏》国家标准 | 420 |
| 四、牙膏产品生产许可实施细则 | 435 |
| 第十二章 2016-2022年牙膏行业发展趋势预测 | 465 |
| 第一节 2016-2022年中国牙膏行业发展趋势分析 | 465 |
| 一、产品方面 | 465 |
| 二、价格方面 | 465 |
| 三、渠道方面 | 465 |
| 四、促销方面 | 466 |
| 五、包装方面 | 467 |
| 六、传播方面 | 467 |
| 第二节 2016-2022年中国牙膏市场趋势预测 | 468 |
| 一、中国牙膏行业的发展趋势 | 468 |
| 二、国内牙膏市场发展趋势分析 | 471 |
| 三、新概念巧包装睡前牙膏前景广 | 472 |
| 四、牙膏与皮肤护理品功能多样化趋势 | 473 |
| 五、牙膏市场发展方向 | 474 |

图表目录：

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 图表 1 2013-2015年日化行业利润景气指数变化态势 | 50 |
| 图表 2 2015年日化行业规模以上企业月度利润总额及增速 | 50 |
| 图表 3 2015年日化子行业规模以上企业累计利润总额增速情况 | 51 |
| 图表 4 2015年主要地区日化行业规模以上企业累计利润总额占比情况 | 52 |
| 图表 5 2015年月主要地区日化行业规模以上企业累计利润总额增速情况 | 52 |
| 图表 6 2015年洗涤日化十大品牌排行榜 | 67 |
| 图表 7 2013-2015年日化行业主营业务收入景气指数变化态势 | 76 |
| 图表 8 2015年日化行业规模以上企业月度主营业务收入及增速 | 77 |
| 图表 9 2015年日化子行业规模以上企业累计主营业务收入占比情况 | 78 |
| 图表 10 2015年日化子行业规模以上企业累计主营业务收入增速情况 | 78 |
| 图表 11 2015年主要地区日化行业规模以上企业累计主营业务收入占比情况 | 79 |
| 图表 12 2015年主要地区日化行业规模以上企业累计主营业务收入增速情况 | 80 |
| 图表 13 国内牙膏市场竞争格局 | 117 |
| 图表 14 中药牙膏发展历史 | 118 |
| 图表 15 消费者群体使用牙膏类型分析 | 151 |
| 图表 16 2011-2015年国内超细重质碳酸钙市场需求量预测（万t） | 223 |
| 图表 17 我国磷酸氢钙主要产区和销区价格 | 225 |
| 图表 18 高露洁棕榄有限公司负债能力分析 | 273 |
| 图表 19 高露洁棕榄有限公司利润能力分析 | 275 |
| 图表 20 高露洁棕榄有限公司现金流量分析 | 277 |
| 图表 21 联合利华负债能力分析 | 297 |
| 图表 22 联合利华利润能力分析 | 299 |
| 图表 23 联合利华现金流量分析 | 301 |
| 图表 24 柳州两面针股份有限公司负债能力分析 | 314 |
| 图表 25 柳州两面针股份有限公司利润能力分析 | 317 |
| 图表 26 柳州两面针股份有限公司财务指标分析 | 319 |
| 图表 27 上海白猫股份有限公司销售毛利率变化情况 | 325 |
| 图表 28 上海白猫股份有限公司销售毛利率变化情况 | 326 |
| 图表 29 上海白猫股份有限公司总资产周转次数变化情况 | 326 |
| 图表 30 上海白猫股份有限公司总资产周转次数变化情况 | 327 |

图表 31 上海白猫股份有限公司资产负债率变化情况 327

图表 32 上海白猫股份有限公司资产负债率变化情况 328

图表 33 上海白猫股份有限公司固定资产周转次数情况 328

图表 34 上海白猫股份有限公司固定资产周转次数情况 328

图表 35 上海白猫股份有限公司流动资产周转次数变化情况 329

图表 36 上海白猫股份有限公司流动资产周转次数变化情况 329

图表 37 上海白猫股份有限公司产权比率变化情况 330

图表 38 上海白猫股份有限公司产权比率变化情况 330

图表 39 云南白药集团股份有限公司负债能力分析 365

图表 40 云南白药集团股份有限公司利润能力分析 368

图表 41 云南白药集团股份有限公司财务指标分析 370

图表 42 申证企业应有规范的生产流程 460

图表 43 牙膏产品生产企业必备的生产设备 460

图表 44 牙膏产品的产品标准及相关标准 461

图表 45 牙膏产品生产企业必备的出厂检验设备 461

图表 46 抽样规则 463

图表 47 牙膏产品质量检验项目 463

图表 48 雅诗兰黛销售收入增长 476

图表 49 高露洁股价走势 476

图表 50 宝洁股价走势 476

图表 51 雅诗兰黛股价走势 477

图表 52 高露洁和宝洁数据分析 477

图表 53 高露洁、宝洁、雅诗兰黛2015年财务状况及当前市场状况 478

图表 54 花王收入及净利润增速与估值水平 478

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1601/501285CUKH.html>