



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年口腔清洁用品行业 发展前景分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年口腔清洁用品行业发展前景分析及投资风险预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/140396.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

2008年是我国经济发展中极不平凡的一年，历史罕见的国际金融危机对我国快速发展的经济造成了极大的困难和影响，中国口腔清洁护理用品行业同样受到了十多年来最大的困难和挑战。2008年全国牙膏产量增长同比减少9%，利润减少4%，出口量减少17%，减少量之多，延续时间之长，是改革开放以来前所未有的。部分出口量大的企业损失更为严重。2008年4季度以来，行业生产大部分时间处于负增长，出口回升速度仍不理想。口腔护理用品行业要继续完善和巩固质量安全保障体系，创建高质量的行业科技平台和研发中心。力求在中草药牙膏机理、定性定量检测和功效品种上有新突破，在开发符合环保要求的产品上有新进展，在解决高氟地区的防龋问题上有新成果，在牙膏的口感和香味上有新探索，以不断适应口腔健康消费市场的新需求。近几年，我国以牙膏为主的口腔护理用品质量安全水平全面提升，生产工艺逐渐规范，设备水平逐步提高，牙膏质量、功效和感观指标均达到国际一流水平，为口腔护理用品行业继续走向国际市场奠定了基础。我国口腔护理用品行业从充分竞争阶段过渡到垄断竞争阶段，呈现出新的特点趋势：即市场向品牌集聚，企业向产业集群集聚，竞争更加激烈；产品设计更加体现人性化、个性化、时尚化特征；绿色环保、质量安全成为合格产品的必要条件；价格战被品牌战、品质战所代替。目前，传统特色的中草药牙膏研发应用取得了进展，一批中草药防龋和生物防龋牙膏问世；同时在牙膏的抗敏感功效、护龈功效和美白增白功效以及口感方面也有所改进。

在国内牙膏市场，佳洁士、高露洁霸主地位已形成，加上中华，三大品牌占据市场份额60%以上；两面针、冷酸灵、黑妹、蓝天六必治等国产品牌则稳占二线阵营。在与外资品牌竞争明显处于下风的形势下，本土牙膏企业也开始寻找新的突破口来提升整体竞争实力。在当前的市场背景下，中草药是国产牙膏品牌打破外资巨头市场垄断、重新划分市场格局的一个有力武器。可以预见，一旦中草药功效牙膏标准正式开始实施，则该产品的身份和地位也将正式得到确认，国产牙膏品牌将因此得到一个比较大的发展空间。国家质检总局出台《化妆品标识管理规定》2008年9月1日起实施。新版《规定》有两点最受关注，一是要求化妆品标识要标注全成分表；二是把牙膏正式列为化妆品的管理范畴。而且，从2009年2月1日起，我国实施新的牙膏强制性国家标准，二甘醇、三氯生等物质首次列入到原料规范中并明确限量值，成人含氟牙膏的氟含量底线也有所提高。牙膏行业的进一步规范化，对于整顿牙膏市场和保护品牌，起到了关键重要。目前，中国牙膏市场仍具有很大的发展空间。预计到2010年，全国牙膏总产量将达到54亿支，牙膏市场规模将达到181亿元，其中中草药牙膏将超过50%的市场份额，一些区域性中小企业将被淘汰，而在高端市场和低端市场，国内外品牌将互有攻守。未来，牙膏市场竞争更加激烈，国内品牌在中高端的反攻将逐步见效，新一轮的洗牌将

促使目前的层次发生改变。从区域结构看，未来的城市市场，牙膏产品将进一步向多功能高档化发展；农村市场，低价位产品销售量将快速上升，品牌倾向性将强化，市场重心向农村倾斜；从营销手段看，广告尤其是电视广告仍将是未来牙膏市场最重要的营销手段，牙膏厂商需要根据自己的产品定位，有针对性地加大广告宣传力度，建立品牌形象，争取更大的市场份额。

漱口水是近年来新兴的一种口腔护理用品，虽然其发展一直被人忽略，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。随着大家对口腔卫生、口腔异味的关注，漱口水的消费群也在不断增加，漱口水的市场规模也不断扩大，不过，由于不断有新品牌进入，导致竞争更激烈以及生产成本的上涨，市场上各漱口水厂商更加注重扩展品牌线，提供各种口腔卫生产品，以涵盖各类消费群体并夺取更多的市场份额。在欧美国家，漱口水和牙膏一样成为日常口腔护理的必备，牙膏和漱口水在市场上所占的比例不相上下。在中国，口腔护理的主流仍然是牙膏和牙刷，其比例占到了97%，漱口水、牙贴、牙线等其他产品只能分割3%的市场份额。在珠三角地区，由于消费人群经济收入较高，漱口水货架上的陈列主要以外资品牌为主，最常见的品牌有强生公司的李施德林、莱曼赫斯公司的威露士、韩国的舒克品牌、高露洁公司的贝齿，而国产品牌例如美晨公司黑妹品牌的迅洁、口泰牌漱口水，一般都只能在小型商超才能找到，目前漱口水市场上大商超还是以外资品牌为主，本土品牌只能在小商超才能买到。漱口水的产品功效以去除口腔内细菌、清洁口腔、预防牙病、防止上火引发的牙病炎症为主，而许多漱口水产品以薄荷口味为主，清凉的口感符合夏天消费者的需求。目前国内漱口水的消费人群以男性为主，特别是抽烟的男性人群，这一人群的职业是高级业务员，他们的职业习惯是每天都要见许多客户，为了保持口气清新，不会令客户反感，所以选择随身携带漱口水来清洁口腔，去除因吸烟引致的难闻的口气。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国口腔清洁护理用品工业协会、中国经济景气监测中心、中国口腔预防医学会、《中国牙膏工业情报》、国内外相关刊物杂志的基础信息以及口腔清洁用品研究单位等公布和提供的大量资料，结合对口腔清洁用品相关企业的实地调查，对我国口腔清洁用品行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了口腔清洁用品行业的前景与风险。报告揭示了口腔清洁用品市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球口腔清洁用品行业发展分析

第一节 2008年全球口腔清洁用品市场分析

- 一、2008年全球口腔清洁用品市场回顾
- 二、2008年全球口腔清洁用品市场环境
- 三、2008年全球口腔清洁用品产销分析
- 四、2008年全球口腔清洁用品技术分析

第二节 2009年全球口腔清洁用品市场分析

- 一、2009年全球口腔清洁用品需求分析
- 二、2009年欧美口腔清洁用品需求分析
- 三、2009年全球口腔清洁用品产销分析
- 四、2009年中外口腔清洁用品市场对比

第三节 主要国家地区口腔清洁用品市场分析

- 一、2008-2009年美国口腔清洁用品市场分析
- 二、2008-2009年欧洲口腔清洁用品市场分析
- 三、2008-2009年日本口腔清洁用品市场分析
- 四、2008-2009年韩国口腔清洁用品市场分析
- 五、2008-2009年墨西哥口腔清洁用品市场分析
- 六、2008-2009年其他国家口腔清洁用品市场分析

第二章 我国口腔清洁用品行业发展现状

第一节 中国口腔清洁用品行业发展概述

- 一、中国口腔清洁用品行业发展历程
- 二、中国口腔清洁用品行业发展面临问题
- 三、中国口腔清洁用品行业技术发展现状及趋势

第二节 我国口腔清洁用品行业发展状况

- 一、2008年中国口腔清洁用品行业发展回顾
- 二、2008年口腔清洁用品行业发展情况分析
- 三、2008年我国口腔清洁用品市场特点分析

四、2009年我国口腔清洁用品市场发展分析

第三节 中国口腔清洁用品行业供需分析

- 一、2008年中国口腔清洁用品市场供给总量分析
- 二、2008年中国口腔清洁用品市场供给结构分析
- 三、2009年中国口腔清洁用品市场需求总量分析
- 四、2009年中国口腔清洁用品市场需求结构分析
- 五、2009年中国口腔清洁用品市场供需平衡分析

第三章 中国口腔清洁用品行业经济运行分析

第一节 2009年口腔清洁用品行业运行情况分析

- 一、2009年口腔清洁用品行业经济指标分析
- 二、2009年口腔清洁用品行业收入前十家企业

第二节 2009年口腔清洁用品行业产量分析

- 一、2009年我国口腔清洁用品产量分析
- 二、2009年我国口腔清洁用品产量预测

第三节 2009年口腔清洁用品行业进出口分析

- 一、2009年口腔清洁用品行业进口总量及价格
- 二、2009年口腔清洁用品行业出口总量及价格
- 三、2009年口腔清洁用品行业进出口数据统计
- 四、2009-2012年口腔清洁用品进出口态势展望

第四章 口腔清洁用品细分市场发展分析

第一节 牙刷

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 牙膏

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析

- 三、2008-2009年市场规模情况分析
 - 四、2008-2009年行业竞争格局分析
 - 五、2008-2009年消费者的偏好分析
 - 六、2009-2012年行业发展趋势分析
- ### 第三节 漱口水

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 牙签

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 牙贴、牙线

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五章 中国口腔清洁用品行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区口腔清洁用品行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区口腔清洁用品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区口腔清洁用品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第四节 2009年华南地区口腔清洁用品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五节 2009年华中地区口腔清洁用品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六节 2009年西南地区口腔清洁用品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七节 2009年西北地区口腔清洁用品行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第六章 口腔清洁用品行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年口腔清洁用品行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析

第二节 口腔清洁用品行业投资机会分析

- 一、口腔清洁用品投资项目分析
- 二、可以投资的口腔清洁用品模式
- 三、2009年口腔清洁用品投资机会
- 四、2009年口腔清洁用品细分行业投资机会
- 五、2009年口腔清洁用品投资新方向

第三节 口腔清洁用品行业发展前景分析

- 一、口腔清洁用品市场发展前景分析
- 二、我国口腔清洁用品市场蕴藏的商机
- 三、金融危机下口腔清洁用品市场的发展前景
- 四、2009年口腔清洁用品市场面临的发展商机
- 五、2009-2012年口腔清洁用品市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 口腔清洁用品行业竞争格局分析

第一节 口腔清洁用品行业集中度分析

- 一、口腔清洁用品市场集中度分析
- 二、口腔清洁用品企业集中度分析
- 三、口腔清洁用品区域集中度分析

第二节 口腔清洁用品行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 口腔清洁用品行业竞争格局分析

- 一、2008年口腔清洁用品行业竞争分析
- 二、2008年中外口腔清洁用品竞争分析
- 三、2008-2009年国内外口腔清洁用品竞争分析
- 四、2008-2009年我国口腔清洁用品市场竞争分析
- 五、2008-2009年我国口腔清洁用品市场集中度分析
- 六、2009-2012年国内主要口腔清洁用品企业动向

第八章 2009-2012年中国口腔清洁用品行业发展形势分析

第一节 口腔清洁用品行业发展概况

- 一、口腔清洁用品行业发展特点分析
- 二、口腔清洁用品行业投资现状分析
- 三、口腔清洁用品行业总产值分析
- 四、口腔清洁用品行业技术发展分析

第二节 2008-2009年口腔清洁用品行业市场情况分析

- 一、口腔清洁用品行业市场发展分析
- 二、口腔清洁用品市场存在的问题
- 三、口腔清洁用品市场规模分析

第三节 2008-2009年口腔清洁用品产销状况分析

- 一、口腔清洁用品产量分析
- 二、口腔清洁用品产能分析
- 三、口腔清洁用品市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

- 一、产品发展新动态
- 二、技术新动态
- 三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国口腔清洁用品行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国口腔清洁用品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国口腔清洁用品行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国口腔清洁用品行业财务指标总体分析

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

第十章 口腔清洁用品行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2008-2009年口腔清洁用品原材料价格走势

二、2008-2009年口腔清洁用品行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2008-2009年口腔清洁用品行业产销情况

二、2008-2009年口腔清洁用品行业库存情况

三、2008-2009年口腔清洁用品行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2008-2009年口腔清洁用品行业价格走势

二、2008-2009年口腔清洁用品行业营业收入情况

三、2008-2009年口腔清洁用品行业毛利率情况

四、2008-2009年口腔清洁用品行业赢利能力

五、2008-2009年口腔清洁用品行业赢利水平

六、2009-2012年口腔清洁用品行业赢利预测

第十一章 口腔清洁用品行业盈利能力分析

第一节 2009年中国口腔清洁用品行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009年中国口腔清洁用品行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国口腔清洁用品行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009年中国口腔清洁用品行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 口腔清洁用品重点企业发展分析

第一节 美晨集团股份有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第二节 柳州两面针股份有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第三节 上海白猫（集团）有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四节 云南白药集团股份有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第五节 奥奇丽集团公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第六节 浙江纳爱斯化工股份有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第七节 重庆登康口腔护理用品股份有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第八节 好来化工(中山)有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 口腔清洁用品行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 口腔清洁用品行业投资效益分析

一、2009年口腔清洁用品行业投资状况分析

二、2009年口腔清洁用品行业投资效益分析

三、2009-2012年口腔清洁用品行业投资方向

四、2009-2012年口腔清洁用品行业投资建议

第四节 口腔清洁用品行业投资策略研究

一、2008年口腔清洁用品行业投资策略

二、2009年口腔清洁用品行业投资策略

三、2009-2012年口腔清洁用品行业投资策略

四、2009-2012年口腔清洁用品细分行业投资策略

第十四章 口腔清洁用品行业投资风险预警

第一节 影响口腔清洁用品行业发展的主要因素

一、2009年影响口腔清洁用品行业运行的有利因素

二、2009年影响口腔清洁用品行业运行的稳定因素

三、2009年影响口腔清洁用品行业运行的不利因素

四、2009年我国口腔清洁用品行业发展面临的挑战

五、2009年我国口腔清洁用品行业发展面临的机遇

第二节 口腔清洁用品行业投资风险预警

一、2009-2012年口腔清洁用品行业市场风险预测

二、2009-2012年口腔清洁用品行业政策风险预测

三、2009-2012年口腔清洁用品行业经营风险预测

四、2009-2012年口腔清洁用品行业技术风险预测

五、2009-2012年口腔清洁用品行业竞争风险预测

六、2009-2012年口腔清洁用品行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 口腔清洁用品行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国口腔清洁用品市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国口腔清洁用品市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国口腔清洁用品发展趋势分析

第二节 2009-2012年口腔清洁用品发展趋势分析

- 一、2009-2012年口腔清洁用品技术趋势分析
- 二、2009-2012年口腔清洁用品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国口腔清洁用品行业供需预测

- 一、2008-2012年中国口腔清洁用品供给预测
- 二、2009-2012年中国口腔清洁用品需求预测
- 三、2009-2012年中国口腔清洁用品价格预测

第四节 2009-2012年口腔清洁用品行业规划建议

- 一、口腔清洁用品行业"十一五"整体规划
- 二、口腔清洁用品行业"十一五"发展预测
- 三、2009-2012年口腔清洁用品行业规划建议

第十六章 口腔清洁用品企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、口腔清洁用品价格策略分析
- 二、口腔清洁用品渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高口腔清洁用品企业竞争力的策略

- 一、提高中国口腔清洁用品企业核心竞争力的对策
- 二、口腔清洁用品企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响口腔清洁用品企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高口腔清洁用品企业竞争力的策略

第四节 对我国口腔清洁用品品牌的战略思考

- 一、口腔清洁用品实施品牌战略的意义

二、口腔清洁用品企业品牌的现状分析

三、我国口腔清洁用品企业的品牌战略

四、口腔清洁用品品牌战略管理的策略

图表目录

图表：口腔清洁用品产业链分析

图表：口腔清洁用品行业生命周期

图表：2008-2009年中国口腔清洁用品行业市场规模

图表：2008-2009年全球口腔清洁用品产业市场规模

图表：2008-2009年口腔清洁用品重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国口腔清洁用品行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国口腔清洁用品行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国口腔清洁用品行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国口腔清洁用品竞争力分析

图表：2009-2012年中国口腔清洁用品市场前景预测

图表：2009-2012年中国口腔清洁用品市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国口腔清洁用品发展前景预测

图表：2001-2008年美国口腔清洁用品市场销售规模

图表：2009-2012年美国口腔清洁用品市场销售规模预测

图表：2002-2008年英国口腔清洁用品市场规模

图表：2002-2008年英国口腔清洁用品市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年英国口腔清洁用品市场规模预测

图表：2008-2012年英国口腔清洁用品市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年德国口腔清洁用品市场规模

图表：2002-2008年德国口腔清洁用品市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年德国口腔清洁用品市场规模预测

图表：2008-2012年德国口腔清洁用品市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年日本口腔清洁用品市场规模

图表：2002-2008年日本口腔清洁用品市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年日本口腔清洁用品市场规模预测

图表：2009-2012年日本口腔清洁用品市场规模趋势预测图

图表：2002-2008年中国口腔清洁用品市场规模

图表：2002-2008年中国口腔清洁用品市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国口腔清洁用品市场规模预测

图表：2009-2012年中国口腔清洁用品市场规模趋势预测图

图表：2008-2009年9月口腔清洁用品行业销售成本分析

图表：2008-2009年9月口腔清洁用品行业销售费用分析

图表：2008-2009年9月口腔清洁用品行业管理费用分析

图表：2008-2009年9月口腔清洁用品行业财务费用分析

图表：2008-2009年9月口腔清洁用品行业销售及利润分析

图表：2008-2009年9月口腔清洁用品行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年9月口腔清洁用品行业销售利润率分析

图表：2008-2009年9月口腔清洁用品行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年9月口腔清洁用品行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年9月口腔清洁用品行业资产分析

图表：2008-2009年9月口腔清洁用品行业负债分析

图表：2008-2009年9月口腔清洁用品行业偿债能力分析

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-9月工业生产主要指标

图表：2008-2009年9月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年9月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-9月我国口腔清洁用品进口数据

图表：2009年1-9月我国口腔清洁用品出口数据

图表：2009年1月我国口腔清洁用品进口数据

图表：2009年1月我国口腔清洁用品出口数据

图表：2009年2月我国口腔清洁用品进口数据

图表：2009年2月我国口腔清洁用品出口数据

图表：2009年3月我国口腔清洁用品进口数据

图表：2009年3月我国口腔清洁用品出口数据

图表：2009年上半年我国口腔清洁用品进口数据

图表：2009年上半年我国口腔清洁用品出口数据

图表：2009年4月我国口腔清洁用品进口数据

图表：2009年4月我国口腔清洁用品出口数据

图表：2009年5月我国口腔清洁用品进口数据

图表：2009年5月我国口腔清洁用品出口数据

图表：2009年6月我国口腔清洁用品进口数据

图表：2009年6月我国口腔清洁用品出口数据

图表：2009年2季度我国口腔清洁用品进口数据

图表：2009年2季度我国口腔清洁用品出口数据

图表：2009年7月我国口腔清洁用品进口数据

图表：2009年7月我国口腔清洁用品出口数据

图表：2009年8月我国口腔清洁用品进口数据

图表：2009年8月我国口腔清洁用品出口数据

图表：2009年9月我国口腔清洁用品进口数据

图表：2009年9月我国口腔清洁用品出口数据

图表：2009年3季度我国口腔清洁用品进口数据

图表：2009年3季度我国口腔清洁用品出口数据

图表：2009年1-9月中国口腔清洁用品行业国有企业工业数据

图表：2009年1-9月中国口腔清洁用品行业集体企业工业数据

图表：2009年1-9月中国口腔清洁用品行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国口腔清洁用品行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国口腔清洁用品行业私营企业工业数据

图表：2009年1-9月中国口腔清洁用品行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-9月中国口腔清洁用品行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-9月中国不同所有制口腔清洁用品企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制口腔清洁用品企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制口腔清洁用品企业累计资产总计对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制口腔清洁用品企业累计利润总额对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制口腔清洁用品企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制口腔清洁用品企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制口腔清洁用品企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制口腔清洁用品企业产销率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制口腔清洁用品企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制口腔清洁用品企业人均销售率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制口腔清洁用品企业亏损面对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制口腔清洁用品企业销售利润率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制口腔清洁用品企业资金利税率对比

图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量北京市统计

图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量天津市统计

图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量河北省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量内蒙古统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量辽宁省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量吉林省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量黑龙江统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量上海市统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量江苏省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量浙江省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量安徽省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量福建省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量江西省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量山东省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量河南省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量湖北省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量湖南省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量广东省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量广西区统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量海南省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量四川省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量云南省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量陕西省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量甘肃省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量青海省统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量宁夏区统计
图表：2009年1-9月口腔清洁用品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/140396.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。