



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国口腔清洁用品 市场评估及发展趋势预测报告

一、调研说明

《2013-2017年中国口腔清洁用品市场评估及发展趋势预测报告》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/221733.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

中国的口腔清洁用品行业，近年来得到了迅猛的发展，行业技术工艺跃居全球一流，并随着民众刷牙率的增加，中国迅速成为全球口腔清洁用品最大生产国暨消费国。中国口腔清洁用品保持全球一流水平。据统计：2010年我国口腔清洁用品行业规模以上企业有54家，实现销售收入105.76亿元，同比增长14.59%；工业总产值99.84亿元，同比增长18.12%；销售利润与利润总额分别是16.84亿元和10.82亿元，分别同比增长9.75%和19.95%。

2011年，我国口腔清洁用品制造业资产累计达到115.56亿元，主营业务收入133.82亿元，利润总额15.94亿元，行业获利水平提高。2012年1-6月，全国口腔清洁用品制造总产值为65.73亿元，累计增长率为14.42%；出口交货值为9.45亿元，累计增长率为23.73%。

据第六次人口普查显示，我国人口超过十三亿。牙膏等口腔清洁用品作为生活易耗品，需求基数巨大，已经形成了巨大的需求市场。随着人们生活方式的进步，一些潜在的用户因为改变原来的生活习惯而转化为现实的消费者，比如，使用漱口水、牙线、不同功效的牙膏等，其市场将进一步扩大。

中国口腔清洁用品企业要继续顺应新的发展形势，拓宽产品路子，提高产品竞争力，加强品牌意识，重视宣传技巧，构建整合营销渠道、开拓新兴增值市场领域，制定、完善相关标准规范与技术经济政策，加强合作，只有这样才能在新形势下立于不败之地。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国口腔清洁用品市场评估及发展趋势预测报告》共七章。首先介绍了中国口腔清洁用品行业的概念，接着分析了中国口腔清洁用品行业发展环境，然后对中国口腔清洁用品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国口腔清洁用品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国口腔清洁用品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录

第一章 2011-2012年口腔清洁用品行业分析

第一节 口腔清洁用品行业概述

一、口腔清洁用品的定义

二、口腔清洁用品的分类

三、中国口腔清洁用品企业三十强介绍

第二节 2011-2012年口腔清洁用品行业发展分析

一、中国成为口腔清洁用品最大生产消费国

二、中国口腔清洁用品行业发展现状

三、我国口腔清洁用品市场格局分析

四、我国口腔清洁用品营销方向探析

第二章 口腔清洁用品行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 行业政策环境分析

一、《牙膏》国家标准

二、牙膏产品生产许可证实施细则

三、牙刷清除牙菌斑的检测标准

四、口腔护理用品对口腔组织的安全性评价标准

第三章 中国口腔清洁用品行业财务状况

第一节 2010-2012年中国口腔清洁用品行业总体数据分析

一、2010年中国口腔清洁用品行业全部企业数据分析

二、2011年中国口腔清洁用品行业全部企业数据分析

三、2012年中国口腔清洁用品行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国口腔清洁用品行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国口腔清洁用品行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国口腔清洁用品行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国口腔清洁用品行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国口腔清洁用品行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国口腔清洁用品行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国口腔清洁用品行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国口腔清洁用品行业不同所有制企业数据分析

第四章 2011-2012年牙膏行业发展分析

第一节 牙膏行业相关概述

一、牙膏定义及历史

二、牙膏的分类

三、牙膏的生产工艺

四、中国牙膏五个发展阶段

第二节 2011-2012年中国牙膏市场分析

一、中国牙膏市场竞争环境分析

二、中国牙膏消费市场分析

三、中国牙膏主要品牌竞争分析

四、中国牙膏包装市场总体概况

五、我国牙膏行业实施新标准

第三节 2011-2012年中国牙膏行业存在的问题

一、中国牙膏企业与跨国企业的差距

二、中国牙膏企业存在的发展瓶颈

三、政策制约中国牙膏企业竞争渠道

四、中国牙膏产品亟待确立安全标准

第四节 中国牙膏企业的发展策略

一、中国牙膏企业发展的对策建议

二、中国牙膏企业营销战略的选择

三、中国牙膏企业需向跨国企业学习

第五节 中国牙膏行业前景展望

一、中国牙膏工业的发展趋势

二、国内牙膏市场未来发展趋势分析

三、新概念巧包装睡前牙膏前景广阔

第五章 2011-2012年其他口腔清洁用品市场的发展

第一节 牙刷

一、牙刷相关概述

二、电动牙刷相关概述

三、我国牙刷市场发展状况分析

四、我国电动牙刷发展形势分析

五、牙刷市场呼唤精品

第二节 牙线

一、牙线的定义

二、牙线的操作

三、牙线的应用

第三节 漱口水

一、漱口液的概念及类别

二、漱口液对口腔护理的意义

三、我国漱口液市场发展状况分析

四、我国漱口液市场企业动态

第四节 口腔清洁剂

一、口腔清洁剂定义及组成

二、各种口腔清洁剂的配方工艺

三、口腔牙齿清洁剂进口迅猛增长

第六章 口腔清洁用品行业重点企业分析

第一节 柳州两面针股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第二节 两面针（扬州）酒店用品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第三节 高露洁棕榄（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第四节 好来化工(中山)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第五节 美晨集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第六节 广州高露洁有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第七节 上海白猫股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第八节 重庆登康口腔护理用品股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第九节 广西奥奇丽股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十节 狮王日用化工（青岛）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十一节 天津蓝天集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十二节 红叶工贸（广州保税区）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十三节 北京乐金日用化学有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十四节 武汉市今晨实业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十五节 中山市多美化工有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十六节 温岭市申华日化有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十七节 淮安纵横生物科技有限公司淮阴公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十八节 丹东康齿灵发展有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第七章 2013-2017年口腔清洁用品行业发展前景与预测分析

第一节 口腔清洁用品行业发展前景

第二节 2013-2017年中国口腔清洁用品行业产值预测

第三节 2013-2017年中国口腔清洁用品行业产量预测

第四节 2013-2017年中国口腔清洁用品行业市场需求预测

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年中国口腔清洁用品市场评估及发展趋势预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/221733.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。