

口腔清洁 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“电动牙刷普及率增长和本土品牌销售高端药物牙膏的成功清晰揭示出中国消费者不仅更关注口腔护理，而且也开始趋优升级消费的趋势。这突显出产品效果的重要性。竞争因而更集中在产品创新，而不是价格激战上。”

— 金乔颖，研究副总监

在这篇报告中我们回答了以下问题：

本土品牌为抢夺份额的明智之举有哪些？
小众产品的商机
除了产品，婴童口腔清洁品牌还应关注服务

中国口腔清洁用品市场仍由牙膏和牙刷主导，但漱口水和口腔清洁辅助用品具有未来增长的机会。虽然国际品牌仍然呼声更高，但本土品牌正在奋起直追。努力创新和在传统中草药产品上的传承沉淀是本土品牌的优势。同时，从国外市场直接引入进口产品帮助国际品牌提升了在中国市场的竞争力。

如今，中国消费者关注口腔健康，愿意为一口好牙支付更多。这一心态鼓励口腔护理品牌推出高端产品、研发创新形式和拓展不同的产品类型。

购买 这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

口腔清洁 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

不包括

定义

综述

市场

成熟市场的表现不凡

数据1: 美容和个人护理用品市场销售额年增速, 中国, 2015年

未来五年有望持续增长

数据2: 中国口腔清洁用品市场销售额预测(最好和最差情形), 2011-2021年

高端趋势风靡各个品类, 但驱动因素各不相同

非基础型产品仍有巨大发展空间

数据3: 部分国家口腔清洁用品市场的细分份额, 2015年

重点企业

本土企业大获全胜

数据4: 中国口腔清洁用品市场领先公司的销售额份额, 2015-2016年

消费者

牙龈出血患病率最高

数据5: 过去12个月面临的口腔问题, 2016年9月

在线购物和进口产品吸引大量受众

数据6: 购买行为和护牙经历, 2016年9月

电动牙刷渗透率增长, 但挑战在前

数据7: 部分产品使用情况, 2016年9月对比2014年

好奇和追求美牙驱使消费者尝试非基本型产品

数据8: 小众口腔清洁用品的使用原因, 2016年9月

产品而非品牌在选择婴童口腔清洁用品时排第一

数据9: 婴童口腔清洁产品购买因素, 2016年9月

我们的观点

议题与洞察

本土品牌为抢夺份额的明智之举有哪些?

现状

启示

小众产品的商机

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

口腔清洁 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

除了产品，婴童口腔清洁品牌还应关注服务

现状

启示

市场——您需要了解的

市场在高端化驱动下持续增长

高端化是四个细分市场销售额增长的主要推动力

牙膏和牙刷仍占比最大

口腔清洁辅助用品和漱口水的市场规模小，但增幅更快

市场规模与预测

接近饱和的品类温和增长

数据10: 美容和个人护理用品市场销售额年增速，中国，2015年

未来五年缓和但持续的增长

数据11: 中国口腔清洁用品市场销售额预测（最好和最差情形），2011-2021年

市场增长动力

高端化趋势席卷各个子品类

新产品和捆绑装在网上传播

为更多使用场合设计的产品

市场细分

牙膏份额最大，但小众细分引领增长

数据12: 销售额增速和在口腔清洁用品市场的占比（按细分类别区分），2016年

中国市场增长快速，但并未成熟

数据13: 部分国家口腔清洁用品市场的细分份额，2015年

细分市场详细信息

牙膏——价格上涨推动销售

数据14: 牙膏新产品（按城市线级区分），2014-2016年

数据15: 牙膏新产品（按前十大宣称区分），2014-2016年

数据16: 中国牙膏市场总销售额预测（最好和最差情形），2011-2021年

牙刷——从手动升级至电动

数据17: 中国牙刷市场总销售额预测（最好和最差情形），2011-2021年

口腔清洁辅助用品——便利宣称呈上升趋势

数据18: 口腔辅助用品新产品（按前十大宣称区分），2014-2016年

数据19: 中国口腔辅助用品市场总销售额预测（最好和最差情形），2011-2021年

漱口水——全球趋势影响中国

数据20: 漱口水新产品（按前五大宣称区分），2014-2016年

数据21: 中国漱口水市场总销售额预测（最好和最差情形），2011-2021年

重点企业——您需要了解的

牙膏企业成就一个相当集中的市场

本土品牌迎头赶上

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

口腔清洁 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

聚焦牙膏，但不忘其他细分市场

开发电子商务

高端产品各有创新

市场份额

牙膏大牌主导市场

数据22: 中国口腔清洁用品市场领先公司的销售额份额，2015-2016年

国际巨头丢失份额

葛兰素史克的三品牌战略助力其巩固市场地位

本土化品牌的高端化和品牌拓展策略已见成效

微美姿公司——舒客品牌

好来化工——黑人品牌

云南白药——云南白药品牌

登康口腔护理——冷酸灵品牌

竞争策略

丰富产品系列

高端化背后的故事

线上成为国际产品的舞台

中草药仍是本土品牌的竞争优势

谁在创新？

中国市场上新积极，但竞争也更趋激烈

数据23: 口腔清洁用品新上市产品（按上市类型区分），中国、日本、英国和美国，2014-2016年

牙膏

中草药成分清热泻火、护龈保健

数据24: 含有中草药成分的牙膏新品，中国，2016年

组合装中的口味创新

数据25: 香型组合装牙膏新品，丹麦和法国

两步产品专业护理

数据26: 两步装牙膏，加拿大和中国

夜间专护

数据27: 夜护牙膏新品，中国，2016年

黑色的美白牙膏

数据28: 黑炭牙膏新品，英国和新加坡，2016年

酵素美白

数据29: 含有酵素的牙膏新品，日本和中国，2016年

牙膏不再只是管状

数据30: 不同形式的牙膏新品，美国和中国，2016年

牙刷

价格亲民的电池供电牙刷

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

口腔清洁 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据31: 电池供电牙刷新品，美国，2016年

高端电动牙刷

数据32: 高端电动牙刷新品，中国，2015-2016年

口腔清洁辅助用品

延展牙线带来更好效果

数据33: 宣称能提升功效的牙线新品，新加坡和美国，2015-2016年

帮助全面清洁

数据34: 口腔清洁辅助用品新品，英国和韩国，2015-2016年

漱口水

无酒精漱口水

数据35: 无酒精漱口水新品，美国和中国，2016年

旅行/便携装

数据36: 小袋装漱口水新品，泰国和日本，2015年

消费者——您所需要了解的

牙龈出血患病率最高

20多岁的女性是进口产品的核心用户

电动牙刷渗透率增长，但仍面临挑战

好奇和追求美牙推动漱口水和口腔清洁辅助用品的尝试

安全产品和帮助培养刷牙习惯对父母而言最重要

口腔问题和生活方式

牙龈出血是首要口腔问题

数据37: 过去12个月面临的口腔问题，2016年9月

生活方式如何影响对口腔清洁用品的需求

数据38: 饮食习惯，2016年9月

数据39: 过去12个月面临的口腔问题（按生活方式区分），2016年9月

年轻女性对口腔问题更敏感

数据40: 口腔问题频度分析（按性别和年龄区分），2016年9月

多品类用户面临更多牙龈问题

数据41: 过去12个月面临的口腔问题（按用户群体区分），2016年9月

购买行为和护牙经历

近半购买过进口牙膏

数据42: 购买行为和护牙经历，2016年9月

网络是购买进口产品的主要渠道

数据43: 购买的产品（按购买行为区分），2016年9月

谁更可能购买进口产品？

数据44: 进口牙膏/牙刷买家决策树分析，2016年9月

20多岁的女性更注重口腔护理

数据45: 购买行为和护牙经历（按性别和年龄区分），2016年9月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

口腔清洁 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

产品使用行为

口腔清洁辅助用品流失率高

数据46: 产品使用, 2016年6月

电动牙刷使用率大幅上升

数据47: 部分产品使用情况, 2016年9月对比2014年

进口产品买家倾向使用更多产品

数据48: 产品使用 (按进口产品的购买者和非购买者区分), 2016年9月

近五分之一的消费者是漱口水和口腔辅助用品的多品类用户

使用漱口水和口腔清洁辅助用品的原因

因为好奇而尝试是最大的动因

数据49: 小众口腔清洁用品的使用原因, 2016年9月

多品类用户依赖牙医推荐

数据50: 小众口腔清洁用品的使用原因 (按用户分类区分), 2016年9月

使用率流失的原因

小众产品面临低渗透率但高流失率的挑战

数据51: 流失率 (按产品类型区分), 2016年9月

不满使用效果是常见原因, 尤其是对高价位产品

数据52: 牙刷和中草药成分牙膏使用率流失的原因, 2016年9月

使用复杂和可能损害牙齿是牙线和牙间刷的主要使用障碍

数据53: 牙线和牙间刷使用率流失的原因, 2016年9月

漱口水和口气清新喷雾剂也同样面临效果不尽人意的难题

数据54: 漱口水和口气清新喷雾剂使用率流失的原因, 2016年9月

效果是牙齿美白产品流失用户的普遍顾虑

数据55: 洁牙粉/白牙素和牙贴使用率流失的原因, 2016年9月

婴童口腔清洁产品购买因素

父母对产品性能的关注超过品牌

对口腔护理品牌的信任超过婴童护理品牌

数据56: 婴童口腔清洁产品购买因素, 2016年9月

食品级别产品和正确刷牙的方法教育获得更多年幼孩子父母的青睐

数据57: 非常重要的婴童口腔清洁产品购买因素 (按孩子年龄区分), 2016年9月

城市层级间有何差异?

数据58: 婴童口腔清洁产品购买因素 (按城市层级区分), 2016年9月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群更关注口腔问题

数据59: 口腔问题 (按消费者分类区分), 2016年9月

英敏特城市精英人群引领进口产品和在线购买趋势

数据60: 购买行为和护牙经历 (按消费者分类区分), 2016年9月

英敏特城市精英人群的电动牙刷使用率高出一倍

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

口腔清洁 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据61: 产品目前使用率 (按消费者分类区分), 2016年9月

愿意花更多钱拥有一口好牙是最大推动因素

数据62: 小众口腔清洁用品的使用原因 (按消费者分类区分), 2016年9月

附录——研究方法

研究方法

扇形图预测

附录——市场规模、细分和预测

数据63: 口腔清洁用品市场总销售额, 中国, 2011-2021年

数据64: 中国口腔清洁用品市场总销售额 (按市场细分区分), 2011-2021年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com