

口腔护理 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 中国口腔护理市场概述以及细分市场表现
- 中国口腔护理市场竞争格局以及市场赢家/颠覆者分析
- 定位正畸人群的机会
- 口腔健康问题和产品使用情况的变化
- 消费者对口腔护理产品口味的态度和偏好

根据本报告的消费者调研数据，只有2%的被访者目前正在佩戴正畸矫治器。不过，人们尝试正畸的意愿相当强烈，约五分之一的被访者计划在未来佩戴正畸矫治器。随着人们的口腔健康意识日益提高，同时政府出台激励措施（如集中采购相关耗材），正畸矫治器佩戴者有望成为一个口腔护理需求突出的重要消费群体。

由于牙膏和手动牙刷等基本口腔清洁产品的渗透率接近饱和，在没有溢价的情况下，实现增长将越来越困难。这需要全新的概念来满足消费者的高阶需求，同时也对品牌和制造商提出了挑战——不仅要升级成分、配方和科技，还要提升讲故事的技巧。

从口气清新喷雾和漱口水等相对小众的产品类型上寻求突破，也是市场中占据一席之地的方法。为了实现长期发展，通过开发全面的产品线来丰富营收来源或许势在必行。此外，针对有特殊需求的消费群体（如儿童和正畸人群）也是提升专业性的方法之一。



“虽然受到新冠疫情影响，但口腔健康意识的提高仍推动了市场增长，并将在未来继续驱动增长。品牌和制造商可以利用新颖的口味提高小众产品的使用率，以增加营收。此外，开发专业产品可以赢得口腔护理知识丰富的消费者的青睐，如建立医学背景、针对特定问题（如牙齿变黄）或特定群体（如正畸人群）。”

— 何雨婷，研究分析师

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +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

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题:
- 报告定义
- 细分群体定义 (按家庭月收入区分) :

综述

- 议题与洞察
- 正畸人群预计将扩大并影响市场
数据1: 针对正畸人群的口腔护理品牌示例, 中国
- “牙齿变黄”问题需要比普通美白更具针对性的解决方案
数据2: 针对黄牙的牙齿美白产品示例, 中国, 2022年和2023年
数据3: 口腔护理品牌对消费者进行牙齿变黄科普示例, 中国, 2022年
- 美食味口腔护理前景广阔
数据4: 提供情绪价值的美食味牙膏示例, 中国, 2023年和2022年
数据5: 美食味口气清新喷雾示例, 中国, 2022年
- 市场综述
- 虽然受到新冠疫情的影响, 但市场仍继续保持增长
- 随着口腔健康意识提高, 消费者会青睐专业产品
- 正畸人群的潜在增长将推动市场增长
- 我们的观点

市场规模与预测

- 虽然受到新冠疫情的轻度影响, 但仍保持强劲增长
数据6: 口腔护理市场零售销售额预测 (最好和最差情形), 中国, 2017-2027年

市场因素

- 2022年的疫情反弹令整体消费信心受挫
- 但人们的口腔护理意识仍持续提高
- 政府集采有望降低正畸治疗成本

市场细分

- 牙膏和牙刷细分市场增长停滞
数据7: 口腔护理市场整体销售额和增长率 (按细分市场区分), 中国, 2018-2022年
- 口腔护理辅助用品和漱口水高速增长

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容?

该报告是系列报告中的一篇, 旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

市场份额

- 全面的产品线有助于品牌提高竞争力
数据8: 口腔护理市场头部制造商的销售额份额，中国，2021-2022年
- 从小众产品类型入手有望取得突破
- 来自相邻品类的新入局者使竞争激化

营销活动

- 通过产品共创为消费者赋权
数据9: 消费者共创口腔护理产品口味示例，中国，2022年
- 保护美食爱好者的口腔健康
数据10: 口腔护理品牌保护美食爱好者口腔健康的示例，中国，2022年
- 将企业社会责任与产品创新挂钩
数据11: 将企业社会责任与口腔护理产品创新挂钩的示例，中国，2022年

新产品趋势

- 相较成熟市场，中国市场的漱口水和口腔护理辅助用品的新品发布更活跃
数据12: 口腔护理市场新品发布（按子品类区分），中国、日本、韩国、美国和英国，2022年
- 口腔护理辅助用品实现强劲增长，涵盖儿童用产品
数据13: 口腔护理市场新品发布（按子品类区分），中国，2018-2022年
数据14: 针对儿童的口腔护理辅助用品示例，中国，2022年
- “益生菌”宣称进一步流行，特别是在口腔护理辅助用品领域
数据15: 口腔护理新品的热门宣称，中国，2018-2022年
数据16: 带益生菌宣称的口腔护理辅助用品示例，中国，2022年
- “口气清新”和“美白”仍然是牙膏的重要宣称
数据17: 牙膏新品的热门宣称，中国，2018-2022年
数据18: 搭载新技术的美白牙膏示例，中国，2022年
数据19: 宣称既能美白又适合敏感牙齿/牙龈的牙膏产品示例，中国，2022年
- 无添加宣称成为漱口水领域的焦点
数据20: 漱口水新品的热门宣称，中国，2018-2022年
- 口气清新喷雾针对更多特定的用户群体和场景
数据21: 针对特定人群的口气清新喷雾示例，中国，2022年
- 花味、饮料味和乳制品味呈增长趋势
数据22: 口腔护理新品的热门香型构成组，中国，2018-2022年
数据23: 花味和饮料味口腔护理产品示例，中国，2022年
- 固体牙膏具有便利和清洁彻底的两大优点

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据24: 固体牙膏产品示例，中国，2022年

正畸矫治器使用情况

- 五分之一的被访者计划佩戴正畸矫治器
数据25: 正畸矫治器使用情况，2022年
- 正在佩戴和曾佩戴过的被访者主要集中于女性、年轻人群、高收入者和一线城市消费者
数据26: 正畸矫治器使用情况——“我正在佩戴”、“我佩戴过，以后打算再佩戴”和“我佩戴过，以后不打算再佩戴”（按部分人口统计特征区分），2022年
- 潜在正畸矫治器用户与上述消费者画像类似，但预计将包含更多低收入者
数据27: 正畸矫治器使用情况——“我没佩戴过，但计划尝试”（按部分人口统计特征区分），2022年

口腔健康问题

- “牙龈出血”有所缓解，“牙齿变黄”需要进一步改善
数据28: 口腔健康问题，2022年
- “牙齿变黄”比“牙齿不够亮/不够白”更成问题
数据29: 牙齿外观困扰，2022年
- 年轻女性关心牙齿外观和牙周问题
- 高收入者拥有更强的口腔健康意识和更高的标准
数据30: 口腔健康问题——出现过（按家庭月收入区分），2022年
- 正在佩戴和曾佩戴过正畸矫治器的消费者面临的主要口腔健康问题
数据31: 口腔健康问题——出现过（按正畸矫治器使用情况区分），2022年
- 数据32: 针对正畸人群的口腔护理产品示例，中国

产品使用情况

- 基础清洁变得更频繁
数据33: 产品使用情况，2022年
- 漱口水和口气清新喷雾深受欢迎，特别是在女性群体中
- 小众产品受到高收入者青睐
- 正在佩戴和曾佩戴过正畸矫治器的人群中重度用户比例更高
数据34: 产品使用情况——过去6个月使用过（按正畸矫治器使用情况区分），2022年
- 数据35: 正在佩戴和曾佩戴过正畸矫治器的用户与非用户（作为基准）在口腔护理产品使用情况方面的差异——过去6个月使用过，2022年

口腔护理行为

- 口腔护理流程变得更加频繁和精细

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据36: 口腔护理行为，2022年

- 知名品牌有吸引力，有医学背景的品牌更有潜力
- “抑菌”和“适合敏感牙齿/牙龈”宣称更受女性和高收入者青睐

口腔护理的态度

- 口腔护理的情绪价值
数据37: 口腔护理的态度，2022年
- 对牙齿美白产品有信心，但担心敏感问题

口腔护理产品的口味偏好

- 草本味、果味和花味是所有产品类型的热门口味
数据38: 口腔护理产品的口味偏好，2022年
- 美食味不容小觑，尤其受到追求新鲜感的消费者青睐
- 25-39岁消费者对口腔护理产品口味的偏好较为独特

美容人群画像

- 他们是谁？
- 美容达人追求时尚小众产品，功效为王者升级清洁产品
数据39: 产品使用情况——“用得更多”（按美容人群画像区分），2022年
- 对于牙齿美白，美容达人更倾向于使用产品；热情尝鲜者担心敏感问题
数据40: 口腔护理的态度——部分描述（按美容人群画像区分），2022年

附录——市场规模与预测

数据41: 口腔护理产品市场总销售额及预测，中国，2017-2027年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+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

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。