

口腔清洁 - 中国 - 2018年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“技术、产品宣称和包装创新都带动了成熟市场和以电动牙刷和抗过敏牙膏为代表的新型产品市场的持续发展；新型产品以电动牙刷和抗过敏牙膏为代表。狮王和花王等小众品牌的效果突出，竞争力与日俱增，为大品牌带来了挑战。”

— 周文棋，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 漱口水和口腔清洁辅助用品的市场机遇
- 电动牙刷有必要推进市场教育
- 儿童和孕妇细分市场成为制胜点
- 小众品牌更具竞争力

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@intel.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 - 2018年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

您所需了解的

报告定义

不包括

细分群体（按个人月收入划分）

综述

市场

市场整体稳增

数据1: 中国口腔清洁市场销售额预测（最好和最差情形），2012-2022年

高端化和创新发挥着重要作用

数据2: 口腔清洁品类的上市新品（按价位区分），中国，2015-2017年

儿童细分蕴藏潜力

公司与品牌

本土品牌的成功

数据3: 口腔清洁市场的领先企业（按市场份额区分），中国，2016-2017年

消费者

相比2016年，消费者的口腔问题减少

数据4: 过去12个月的口腔问题，2017年对比2016年

电动产品需继续培养客群

数据5: 各类口腔清洁产品的使用情况，2017年11月

日本小众牙膏品牌更受欢迎

数据6: 小众品牌的渗透率，2017年11月

效果好是小众品牌受欢迎的主要原因

数据7: 使用小众牙膏品牌的原因，2017年11月

店内和口碑都是带动销售的重要渠道

数据8: 认知来源（按年龄区分），2017年11月

女性消费者更喜欢啫喱状材质，高收入消费者更喜欢含细腻颗粒的材质

数据9: 提升刷牙感官体验的牙膏特性，2017年11月

我们的观点

议题与洞察

漱口水和口腔清洁辅助用品的市场机遇

现状

启示

数据10: 李施德林漱口水的产品介绍，中国，2017年

电动牙刷有必要推进市场教育

现状

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 - 2018年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

启示

数据11: 飞利浦DiamondClean声波电动牙刷

儿童和孕妇细分市场成为制胜点

现状

启示

小众品牌更具竞争力

现状

启示

数据12: 舒适达冠名的外卖打包盒，中国，2017年

市场——您需要了解的

市场整体持续增长

产品高端化和创新带动市场增长

儿童细分市场有市场潜力

漱口水和辅助用品增长最快

市场规模与预测

中国口腔清洁市场继续增长

数据13: 中国口腔清洁市场销售额预测（最好和最差情形），2012-2022年

未来五年将稳定增长

市场增长动力

口腔健康意识增强

生活方式升级，具体需求更多

产品高端化和创新刺激消费需求增长

数据14: 口腔清洁品类的上市新品（按价位区分），2015-2017年

线上渠道兴起，跨境网购更便捷

跨界品牌进入口腔清洁市场

儿童市场蕴藏潜力

市场细分

牙膏——产品趋于高端，关注儿童细分

数据15: 牙膏上市新品（按价位区分），中国，2015-2017年

数据16: 乐固齿的营销沟通，中国，2017年

数据17: 中国牙膏市场的销售额预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

牙刷——电动牙刷的科技创新

数据18: 中国牙刷市场销售额预测（最好和最差情形），2012-2022年

漱口水——李施德林重磅投资

数据19: 中国漱口水市场销售额预测（最好和最差情形），2012-2022年

口腔清洁辅助用品——进口额增长折射巨大的市场需求

数据20: 中国口腔清洁辅助用品销售额预测（最好和最差情形），2012-2022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

口腔清洁 - 中国 - 2018年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

重点企业——您所需要了解的

本土品牌赶超国际品牌

跨界合作吸引消费者

小众产品的创新带动高端化

市场份额

市场高度集中，但内部竞争激烈

数据21: 口腔清洁市场的领先企业（按市场份额区分），中国，2016-2017年

国际品牌丢失市场份额

本土品牌奋力追赶

竞争策略

营销活动中融入AR/VR技术

关注高端市场

产品细分的新机遇

与零食品牌合作

别出心裁的旅行洗漱套装

数据22: 云南白药的冯唐定制款旅行洗漱套装，中国，2017年

谁在创新？

整个市场的产品系列扩大

数据23: 口腔清洁品类的上市新品（按上市种类区分），2015-2017年

美白宣称增加

数据24: 上市牙膏新产品（按宣称区分），中国，2016年对比2017年

数据25: 采用美白宣称的上市牙膏新产品，中国，2017年

材质创新呈增长趋势

数据26: 液体状和啫喱状牙膏上市新品，中国和韩国，2017-2018年

漱口水牙膏新形态，清洁功效二合一

数据27: 搭配漱口水的上市牙膏新产品，美国和德国，2017-2018年

方便的旅行装

数据28: 牙膏和漱口水的包装，中国，2017年

数据29: 采用方便包装的口腔清洁辅助用品新产品，美国和中国，2017年

针对小众消费群体的创新

数据30: 针对儿童和孕妇的牙膏新产品，中国，2017年

数据31: 儿童牙刷新产品，日本和中国，2017年

数据32: 适合儿童和孕妇的漱口水新产品，中国，2017年

电动牙刷的科技创新

数据33: 蓝牙牙刷上市新产品，美国，2017年

数据34: 新款无需动手的电动牙刷和带音乐的电动牙刷，美国，2018年

香水和口腔清洁产品之间的模糊界限

数据35: 借鉴香水设计的新款漱口水和口气清新喷雾，日本和中国，2017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

口腔清洁 - 中国 - 2018年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

跨界创新

数据36: 口腔保健饮料，美国，2017年

消费者——您所需要了解的

2017年消费者（尤其是20-29岁的女性）口腔问题减少

电子产品仍处于初级阶段

日本品牌的接受度更高

消费者更看重产品特征和功效

认知主要来自店内；年轻消费者更喜欢从网上了解小众牙膏

女性消费者偏爱啫喱状牙膏

口腔问题

口腔问题减少

数据37: 过去12个月的口腔问题，2017年对比2016年

男性更担心口气问题，女性更多受敏感牙齿/牙龈困扰

数据38: 过去12个月的口腔问题（按性别区分），2017年11月

数据39: 专为男性和女性设计的产品，中国，2017年

相比2016年，较年轻女性对口腔问题敏感度下降

数据40: 过去12个月的平均口腔问题种类数量（按性别和年龄区分），2017年对比2016年

产品使用情况

电动牙刷处于过度阶段

数据41: 各类口腔清洁产品的使用情况，2017年11月

数据42: 各类口腔清洁产品的使用情况（目前正在使用）——按年龄和性别区分，手动牙刷对比电动牙刷，2017年11月

抗敏感牙膏接受度高

数据43: 抗敏感牙膏的使用情况——目前正在使用（按人口统计特征区分），2017年11月

较年轻女性更关注自身形象

数据44: 产品使用情况——目前正在使用（按性别和年龄区分），2017年11月

数据45: 舒客专为女性设计的口气清新喷雾，中国，2017年

更多消费者开始使用口腔清洁辅助产品

数据46: 口腔清洁辅助产品使用情况——目前正在使用，2017年对比2016年

漱口水使用者更可能使用口腔清洁辅助产品

数据47: 产品使用情况——目前正在使用（漱口水用户对比所有被访用户），2017年11月

数据48: 捆绑销售的漱口水和口气清新喷雾，中国，2017年

口腔清洁辅助产品（尤其是漱口水）的用户流失率高

数据49: 漱口水（按个人月收入区分），2017年11月

小众牙膏渗透率

小众牙膏中日本品牌的渗透率最高

数据50: 小众牙膏渗透率，2017年11月

在有孩子的家庭中，小众牙膏渗透率更高

数据51: 小众牙膏渗透率（按家中是否有孩子区分），2017年11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 - 2018年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

高收入者更可能使用小众牙膏

数据52: 小众品牌的渗透率（按个人月收入区分），2017年11月

哪些小众品牌能吸引较低线级城市的消费者？

数据53: 小众品牌的渗透率（按城市线级区分），2017年11月

目前使用抗敏感牙膏的消费者更有可能选择小众牙膏

数据54: 小众牙膏渗透率（按抗敏感牙膏和普通牙膏的用户区分），2017年11月

使用小众牙膏品牌的原因

消费者更看重产品特征

数据55: 使用小众牙膏品牌的前十大原因，2017年11月

较年轻女性更容易受他人影响

数据56: 使用小众牙膏品牌的前十大原因（按性别和年龄区分），2017年11月

多数高收入者看重产品效果

数据57: 使用小众牙膏品牌的前十大原因（按个人月收入区分），2017年11月

认知来源

店内和口碑都是重要途径

数据58: 获知小众牙膏品牌的途径，2017年11月

相比线下途径，20-29岁的消费者偏爱线上途径

数据59: 认知来源（按年龄区分），2017年11月

超级微笑受益于线上资源

数据60: 认知来源（按小众牙膏用户区分），2017年11月

感官体验

草药和水果是最受欢迎的味道

数据61: 味道偏好，2017年11月

数据62: 上市口腔清洁新产品中的味道排名，中国，2015-2017年

数据63: 小巨蛋“国家+花名”牙膏系列，中国，2017年

40-49岁的男性喜欢草药味，而30-39岁的男性喜欢水果味

数据64: 味道偏好（按性别和年龄区分），2017年11月

30-39岁的消费者更喜欢“能感受到细腻的颗粒”和“味道持久”

数据65: 体验偏好（按性别和年龄区分），2017年11月

高收入者喜欢“能感受到细腻的颗粒”

数据66: 体验偏好（按个人月收入区分），2017年11月

数据67: 花王含颗粒牙膏

消费者普遍偏爱“淡淡的甜味”

数据68: 甜味偏好（按性别和年龄区分），2017年11月

女性比男性更喜欢啫喱状材质

数据69: 材质偏好（按性别和年龄区分），2017年11月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群对口腔问题更敏感

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 - 2018年3月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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70: 口腔问题（按消费者分类区分），2017年11月

英敏特城市精英人群在口腔清洁产品上的开支更多

数据71: 产品使用情况（按消费者分类区分），2017年11月

英敏特城市精英人群通过线上渠道和医生获知小众品牌

数据72: 认知来源（按消费者分类区分），2017年11月

附录——市场规模与预测

数据73: 口腔清洁用品市场总销售额，中国，2012-2022年

附录——市场细分

数据74: 口腔清洁用品市场总销售额（按市场细分区分），中国，2012-2022年

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

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