

口腔护理 - 中国 - 2020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



“逾半数消费者热衷于使用牙龈护理和抗敏感牙膏，即使他们没有遇到相关的口腔问题。这意味着预防胜于治疗的理念已牢牢占领心智，并可扩展到其他功效上，如美白、预防牙结石和维持口腔菌群平衡等。”

— 尹昱力，初级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 电动口腔护理产品可预见的激烈竞争
- 从治疗到预防的转变
- 专业于牙龈护理并更进一步

消费者对口腔问题的关注，以及他们在健康养生方面不断增加的支出，推动了中国口腔护理市场的增长。2019年，该市场预计将增长9.2%，达到404亿元人民币。较小的细分市场引领整体市场的增长，尤其是漱口水和口腔清洁辅助产品，得益于消费者日益增长的接受度和使用频率。由于消费者向功效更好的电动工具进行消费升级，牙刷市场也在经历快速扩张。得益于品牌在更新产品和创造有趣的营销沟通方面的努力，牙膏市场呈现出稳定增长。未来5年，中国口腔护理市场预计以9.3%的年均复合增长率增长，到2024年将达630亿元人民币。

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

口腔护理 - 中国 - 2020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

您所需要了解的

报告定义

不包括

细分群体 (按个人月收入划分)

综述

市场

数据1: 中国口腔护理市场销售额预测 (最好和最差情形), 2014-2024年

公司与品牌

数据2: 口腔护理产品领先制造商的销售额所占市场份额, 中国, 2018和2019年

消费者

逾半数被访者在过去1年中有牙龈出血问题

数据3: 过去12个月中遇到的口腔问题, 2019年12月

牙龈健康在内部和外观上都很重要

数据4: 健康牙齿的特质, 2019年12月

45%正在使用电动牙刷, 而水牙线仍小众

数据5: 产品使用情况, 2019年12月

电动牙刷最优价格为200元人民币

数据6: 价格敏感度——电动牙刷的最优价格, 2019年12月

清新口气和美白是牙膏的两大必备功效

数据7: 过去12个月内用过的牙膏功效, 2019年12月

是时候树立预防胜于治疗的理念

数据8: 对预防胜于治疗的态度, 2019年12月

我们的观点

议题与洞察

电动口腔护理产品可预见的激烈竞争

现状

启示

从治疗到预防的转变

现状

启示

专业于牙龈护理并更进一步

现状

启示

市场——您所需要了解的

尽管受到新冠肺炎的影响, 但仍实现增长

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

口腔护理 - 中国 - 2020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

较小细分引领整个品类的增长势头

增长来自消费者对口腔清洁的日益重视

市场规模与预测

市场稳步增长，2019年达到400亿元人民币

2020年新冠肺炎造成的短期影响

未来5年前景

数据9: 中国口腔护理市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

市场增长动力

在健康养生上的开支增加

从牙医以外的产品中寻求专业性

口腔健康以及对颜值的重视

线上渠道有助于加快发布周期

数据10: 特别版牙膏示例，中国，2019年

市场细分

牙膏

数据11: 中国牙膏市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

牙刷

数据12: 中国牙刷市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

漱口水

数据13: 中国漱口水市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

口腔清洁辅助用品

数据14: 中国口腔清洁辅助产品市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

重点企业 —— 您所需要了解的

国产品牌进一步扩张

想办法激发消费者的信任和兴趣

市场份额

国产品牌进一步扩大其份额

数据15: 口腔护理产品领先制造商的销售额所占市场份额，中国，2018和2019年

进口品牌争夺市场份额

竞争策略

投资儿童教育

数据16: 奇幻牙仙堡，中国，2019年

以专业性和为亚洲市场量身定制脱颖而出

数据17: 贝医生口腔清洁产品示例，中国，2019年

借用美容品类的理念来营销功效

数据18: 借用美容品类理念的牙膏示例，中国，2019年

创新聚焦于香味牙膏

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

口腔护理 - 中国 - 2020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19: 具有有趣味道的牙膏实例，中国，2019年

谁在创新？

牙刷

消费者细分更进一步

数据20: 牙刷的前15大增长宣称，中国，2018-2019年

各式各样的刷头带来额外功效和更好洁牙效果

数据21: 增加功效的牙刷示例，美国，2019年

牙膏、漱口水和口腔清洁辅助产品

舌头清洁使口气更清新

数据22: 舌头清洁产品示例，日本，2019年

益生菌和益生元的结合讲述菌群故事

数据23: 含有益生菌和益生元的牙膏和口腔清洁辅助产品示例，中国、波兰和日本，2019年

纯天然成分迎合牙齿和牙龈敏感

数据24: 宣称适合敏感性牙齿和牙龈的纯天然牙膏和漱口水示例，英国，2019年

加入天然成分以推出不同味道

数据25: 使用天然成分引入新奇香味的牙膏示例，立陶宛和中国，2019-2020年

更多热门美容成分

数据26: 使用美容成分的口腔清洁产品示例，韩国和美国，2019-2020年

细分设计以定位不同使用场合

数据27: 针对随身场合的特别包装设计示例，日本和韩国，2019-2020年

消费者——您所需要了解的

牙龈问题是最受关注的口腔问题

牙龈健康与内在健康和外在形象都息息相关

26%的受访者放弃手动牙刷转向使用电动牙刷

电动牙刷的价格临界值为100-298元人民币

消费者期待更多种类的多功效牙膏

逾半数接受预防胜于治疗的理念

遇到的口腔问题

牙龈出血位列口腔问题的榜首

数据28: 过去12个月中遇到的口腔问题，2019年12月

女性更注重牙敏感，而男性关心牙结石

数据29: 过去12个月中遇到的口腔问题（按性别区分），2019年12月

牙齿美白更能引起年轻女性的共鸣

数据30: 过去12个月中遇到的口腔问题（按性别和年轻区分），2019年12月

健康牙齿的特质

颜色健康的健康牙龈对内部和外观都很重要

数据31: 健康牙齿的特质，2019年12月

年轻女性担心牙敏感，男性从30岁开始关注更多

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

口腔护理 - 中国 - 2020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32: 健康牙齿的特质 (按性别和年龄区分), 2019年12月

需求在较低线城市没有回落

数据33: 健康牙齿的特质 (按城市级别区分), 2019年12月

产品使用情况

26%已从手动牙刷转向电动牙刷

数据34: 产品使用情况, 2019年12月

数据 35: 电动和手动牙刷的使用情况, 2019年12月

电动工具停滞不前, 有提高性价比的空间

数据36: 产品使用情况变化, 2018年vs2019年

数据37: 电动牙刷和水牙线的使用情况——正在使用 (按部分人口统计特征区分), 2019年12月

漱口水和口气清新喷雾的接受度增加

数据38: 漱口水和口气清新喷雾使用情况变化——“正在使用” (按性别和年龄区分), 2018年vs2019年

成本较低的手动工具增加城市线级覆盖面

数据39: 牙线和牙间刷使用情况的变化——“正在使用” (按城市线级区分), 2018年vs2019年

电动牙刷的最优定价

消费者心中电动牙刷的理想定价

数据40: 价格敏感度——电动牙刷的最优定价, 2019年12月

数据 41: 价格敏感度——电动牙刷的价格临界值, 2019年12月

数据 42: 价格在100-298元人民币的国产电动牙刷示例, 中国, 2020年

现用户与流失用户之间存在明显感知价值差异

数据43: 价格敏感度——“有点贵但仍会考虑购买” (按电动牙刷的使用情况区分), 2019年12月

价格预期随收入增加而增加, 而25-39岁的消费者愿意支付更多

数据44: 价格敏感度——“有点贵但仍会考虑购买”, 平均值 (按部分人口统计特征区分), 2019年12月

用过的牙膏功效

清新口气、美白和牙龈护理位居前三

数据45: 过去12个月内用过的牙膏功效, 2019年12月

数据 46: 遇到的口腔问题和用过的牙膏功效, 2019年12月

提供内壁护理以定位年轻用户

数据47: 对多功效牙膏的态度, 2019年12月

数据48: 过去12个月内用过的牙膏功效的TURF (累计净到达率和频次) 分析——18-29岁, 2019年12月

定位成熟消费者时牙龈护理和消炎去火尤为突出

数据49: 过去12个月内用过的牙膏功效的TURF分析——30-39岁, 2019年12月

数据 50: 过去12个月内用过的牙膏功效的TURF分析——40-49岁, 2019年12月

数据 51: 过去12个月内用过的牙膏功效——“消炎去火” (按年龄区分), 2019年12月

数据 52: 对牙膏的中草药成分的态度 (按年龄区分), 2019年12月

对牙膏的态度和行为

逾半数表示会预防牙龈和牙敏感问题

数据53: 对牙龈问题的预防行为 (按个人月收入区分), 2019年12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

口腔护理 - 中国 - 2020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54: 对牙龈牙齿敏感问题的预防行为 (按个人月收入区分), 2019年12月

较年轻一代为了更好功效而更忠诚

数据55: 对一直使用同一款牙膏的态度 (按年龄区分), 2019年12月

较高收入和一线城市消费者购买多样品牌

数据56: 牙膏品牌来源 (按部分人口统计特征区分), 2019年12月

数据57: 牙膏品牌来源——“我更经常用进口品牌的牙膏” (按性别和年龄区分), 2019年12月

认识英敏特城市精英人群

更注重牙龈、口气和溃疡

数据58: 过去12个月中遇到的口腔问题 (按消费者分类区分), 2019年12月

数据59: 过去12个月内用过的牙膏功效 (按消费者分类区分), 2019年12月

更相信中草药成分

数据60: 对牙膏的中草药成分的态度 (按消费者分类区分), 2019年12月

附录: 市场规模与预测

数据61: 中国口腔清洁市场总销售额, 2014-2024年

附录: 市场细分

数据62: 中国口腔清洁市场总销售额 (按细分市场区分), 2014-2024年

附录: 研究方法与缩写

研究方法

价格敏感度分析

TURF

扇形图预测

缩写

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