

经济日报携手京东发布数据——

口腔消费市场潜力大

挖掘口腔护理领域经济价值

李苑

随着生活水平的提高，人们饮食习惯发生改变，口腔健康也受到越来越多人的重视，京东口腔护理品类用户规模2018年至2020年连续三年实现高速增长。

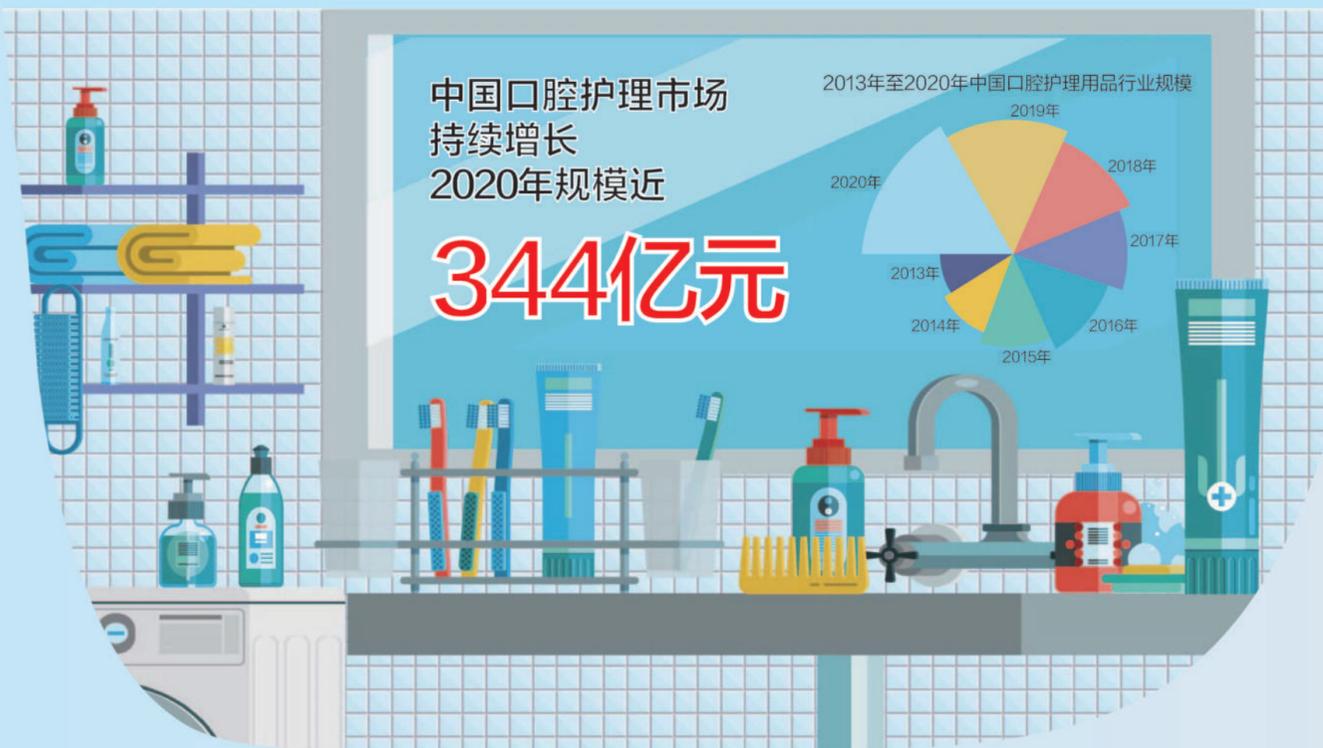
目前，不少消费者的关注点已从基本的口腔清洁功能转化为对牙齿美白、防护保养等多功效，以及对使用便捷感、体验愉悦感的追求。2020年智能口腔护理用品销量同比增长78%，具有无线充电、触屏等功能的智能化用品和APP指导刷牙、洗牙等个性化定制服务受到越来越多消费者的青睐。口腔护理理念和差异化需求的升级，使得口腔护理用品消费多元化特点日益突出。

与此同时，国产口腔护理品牌正同步加速品牌中高端升级、推动价格

亲民化，降低消费者成本的同时提高了他们的生活质量。2020年牙膏、漱口水等品类单价持续上升，消费升级态势明显，而原本单价较高的电动牙刷、冲牙器等品类价格下降，趋于大众化。

创造更加美好的生活是消费升级的真正目的，口腔护理用品也能成为提升幸福感、仪式感好物。从中国制造到中国“智造”，越来越多的新产品、新业态、新形式为消费赋予了新活力，充满活力的消费也将成为经济创新发展、创造性转化的有效途径。承载了多样性消费的口腔护理领域日渐成为一个小小的经济生态系统，其经济价值值得进一步挖掘。

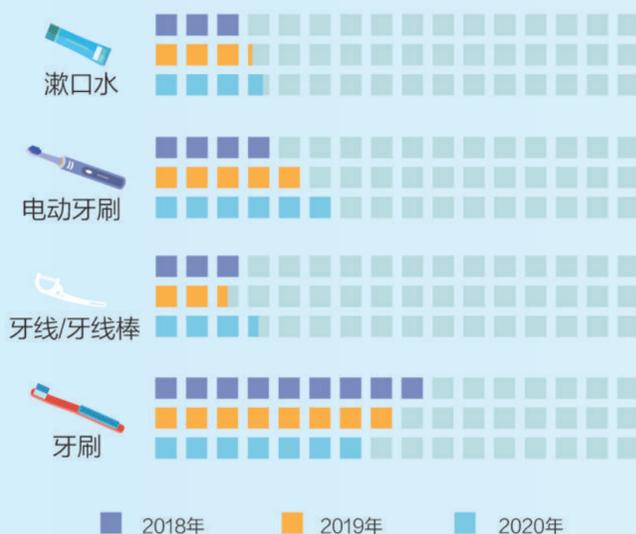
说数



用户规模驱动品类增长

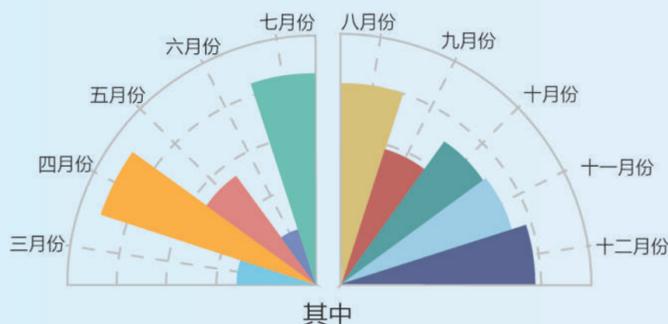
2020年，电动牙刷、漱口水、牙线、口喷、冲牙器用户规模不断扩大

口腔护理类用户规模

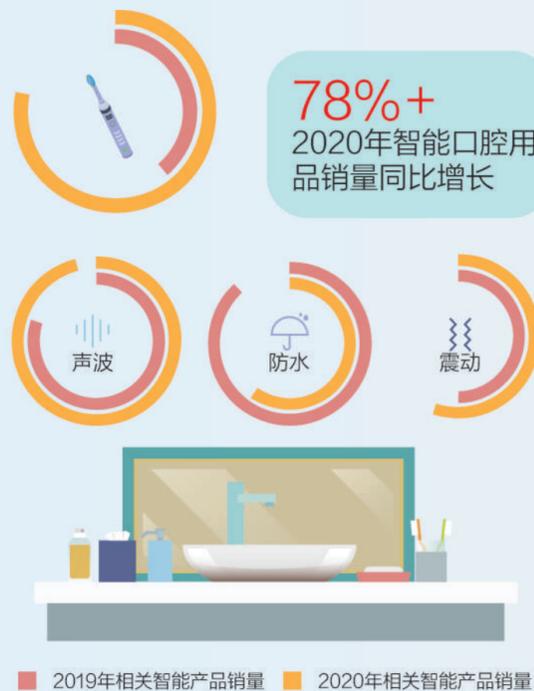


细分品类市场竞争激烈

2020年口腔护理品类销量规模同比增长

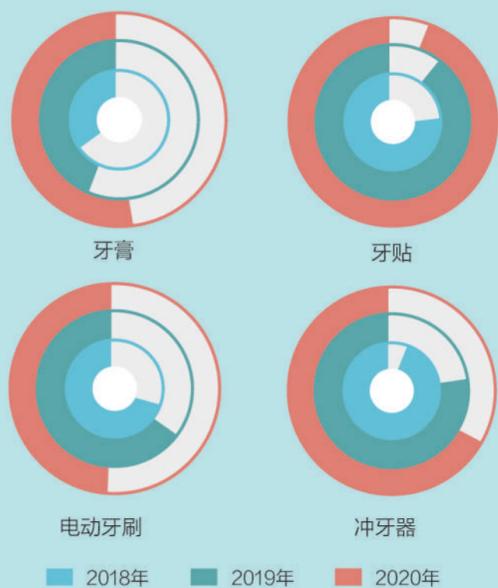


智能升级进一步提升用户口腔护理体验



牙膏、牙贴等品类处于消费升级态势，产品单价持续上升；电动牙刷、冲牙器品类单价下降，价格更加亲民

口腔护理品类单价走势



用户健康意识升级

2020年除菌、消毒、紫外线口腔护理商品销量同比增长超过70%

2020年城镇用户消费口腔护理品类数量



国产品牌快速崛起

国产品牌主导牙粉、牙贴、牙线、电动牙刷等市场，并同步加速品牌中高端升级，入局冲牙器、漱口水、口喷等机会市场

2020年口腔护理部分品类销量占比

