

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

口腔护理消费加快升级

说数

□ 本期点评 柴祯祯

随着消费水平持续提升，人们越来越重视口腔健康，对相关产品的质量、功效、品质提出更高要求，推动了口腔护理市场快速升级。

从品类看，传统口腔护理产品主要包括牙刷、牙膏、漱口水等，但在市场持续升级情况下，品类创新成为行业一大亮点。目前，越来越多创新型产品，如冲牙器、牙粉、牙贴等进入市场，满足了消费者的多元需求。

从功效看，消费者对口腔护理产品的功能提出了更高要求，从单一的清洁或防蛀功效转向深层清洁、健齿亮白及防护保养等多功能并举。例如，许多新型牙膏产品不仅具有出色的清洁效果，还添加了抗敏、美白等多种功效。产品功效升级的背后，是制造商对消费者需求的深刻理解和不断突破。此外，口腔护理产品也越来越注重牙龈健康和口腔生态平衡的维护，许多商家正努力为用户提供全面的口腔健康解决方案。

值得注意的是，口腔护理产品的品牌效应较强，消费者对标志性品牌认可度更高。对于老品牌而言，应不断扩大在口腔护理领域的布局，完善产品矩阵，增加客户黏性。对于新锐品牌而言，要更加重视产品品质与口碑积累，这样才能在激烈的竞争中脱颖而出。

随着口腔护理消费逐步升级，越来越多消费者从基础口腔护理产品消费转向口腔医疗服务消费以及专业化、综合化消费。未来，基于不同消费者群体的特定需求，口腔护理行业的精细化、多样化及专业化将成为主要发展趋势。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)



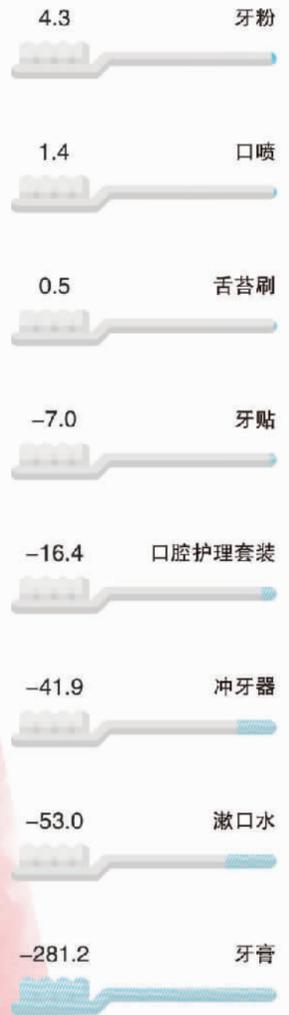
电动牙刷、牙线棒、牙缝刷等新产品市场规模快速扩张，促进了整个口腔清洁消费市场快速发展。值得注意的是，消费者对口腔清洁产品提出了舒适、清洁、美白等功能性需求，如何将需求与产品更好结合起来，将成为商家新的发力点。

1 总体消费趋势

▼ 口腔清洁产品购买量占比指数变化(与2022年同期相比)



▼ 口腔清洁产品购买量占比指数变化(与2022年同期相比)

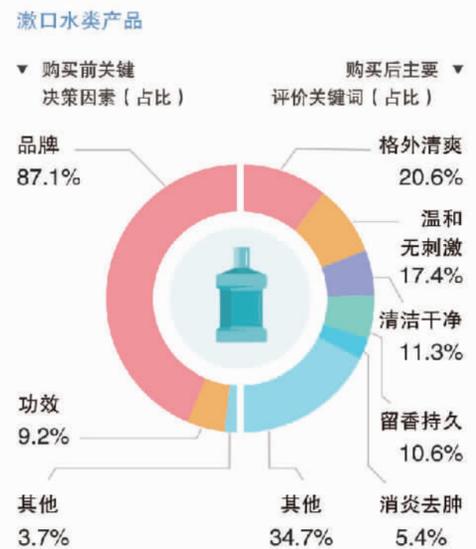
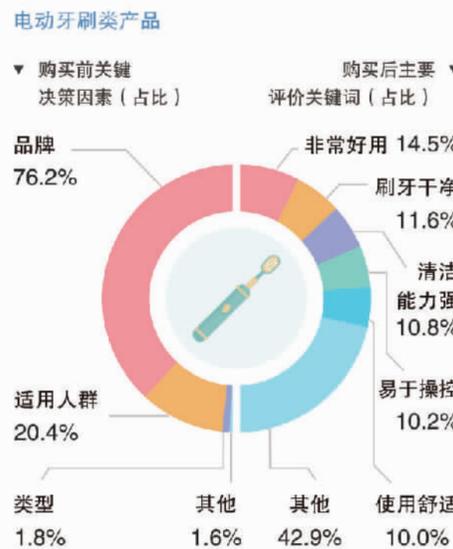
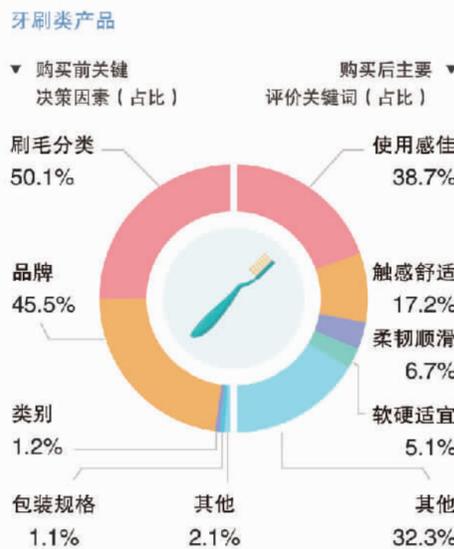
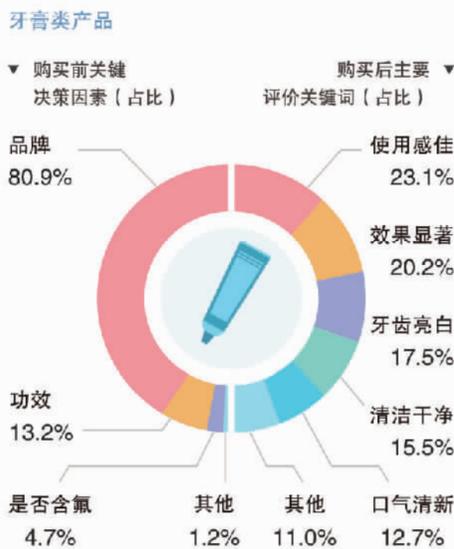


▼ 口腔护理关键词热度指数



注：关键词热度指数越高表明该品类越受消费者关注

2 主要产品消费关注点



3 消费者特征

从购前决策看，无论是牙膏、牙刷还是漱口水等产品，品牌仍是影响消费者选购的关键因素，消费者对标志性品牌认可度高，品牌黏性较强。从售后评价看，消费者的口腔护理意识逐步提升，对产品功能有了多元化和个性化需求。

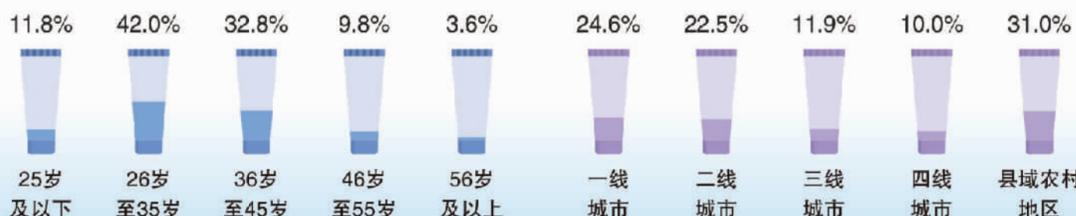
▼ 各地区消费者消费偏好

注：偏好度越高表明该产品越受欢迎



▼ 口腔护理产品各年龄段购买量占比

▼ 各地区口腔护理产品购买量占比



从消费人群看，26岁至35岁消费群体购买口腔护理产品占比最高，对口腔健康最为重视。从地域看，县域农村市场近年来口腔保健意识加强，口腔护理产品购买量占比超三成，且对牙粉、口腔护理套装、电动牙刷等新品类偏好度较高。



更多内容 扫码观看 数据周期：2023年1月份至9月份