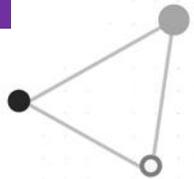




# 2024

## 电动牙刷行业洞察

艺恩出品 2024年



# CONTENTS

01. 电动牙刷市场概况
02. 电动牙刷品类需求洞察
03. USMILE品牌种草分析





# 01

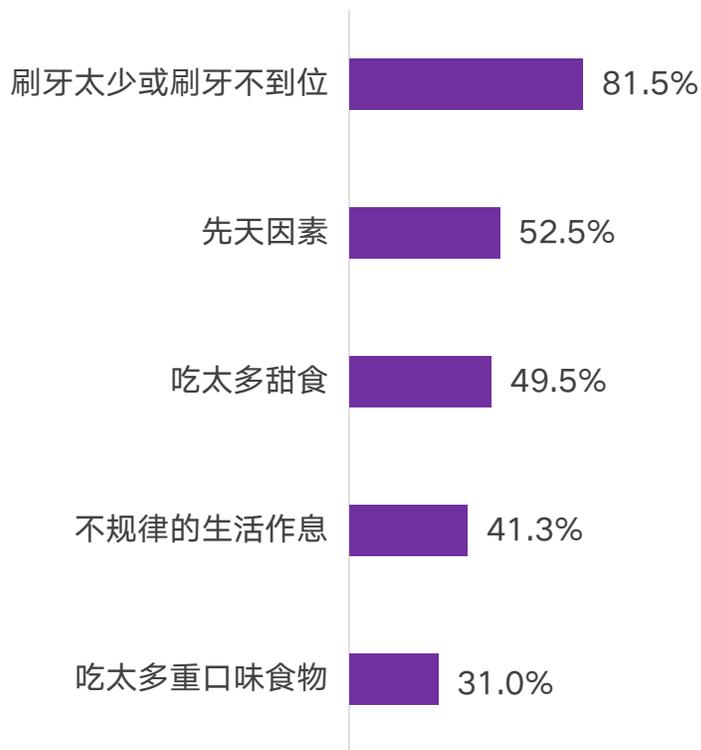
## 电动牙刷市场概况

# 近年来消费者口腔健康意识增强，口腔护理市场规模不断提升



- 根据调研数据，刷牙不到位、不健康饮食习惯和生活作息加剧口腔健康问题，大部分居民拥有一定的口腔健康意识；
- 随着居民口腔健康意识不断增强，中国口腔护理市场规模以4%的年复合增长率稳定增长，预计2024年突破500亿元；

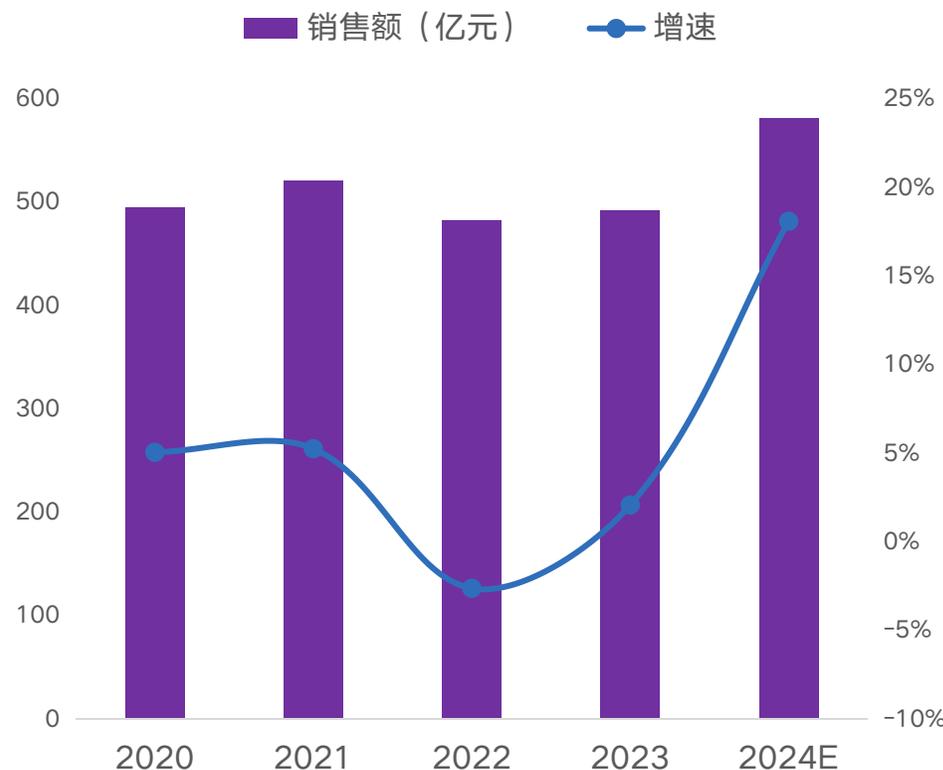
### 居民口腔问题成因调查



### 我国35-74岁居民口腔健康态度调查



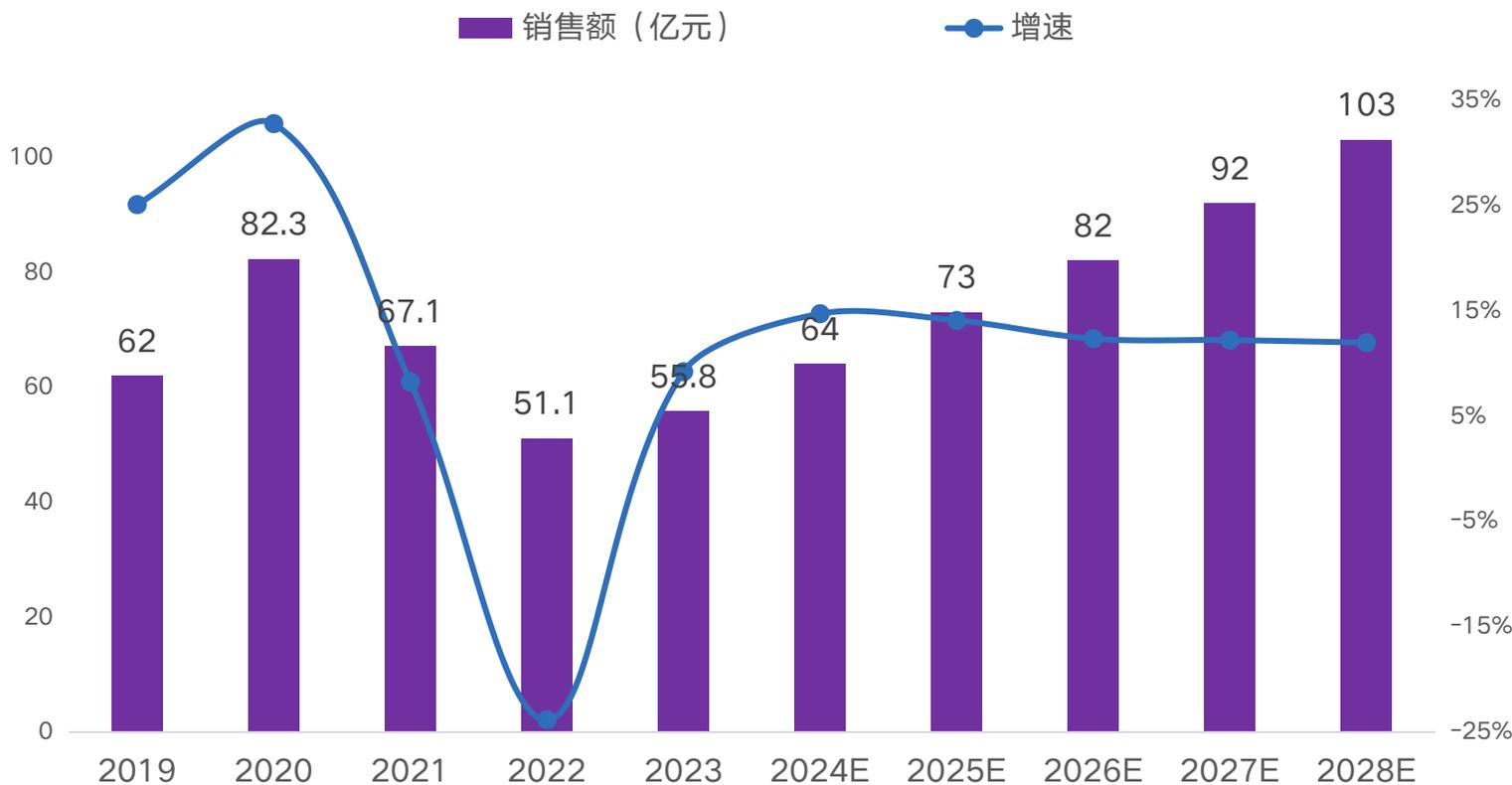
### 2020-2024中国口腔护理市场规模



# 电动牙刷市场向好，新渠道、新科技等因素激发潜在消费释放

- 随着营销渠道多元化发展，电动牙刷产品触及更广大的消费群体，2023年开始电动牙刷零售额规模回升，预计未来5年持续释放；
- 中国在产品科技层面发力，2023年中国电动牙刷发展专利申请占全球占比近70%，为电动牙刷行业发展提供充足的技术储备。

### 2019-2028年中国电动牙刷零售额规模

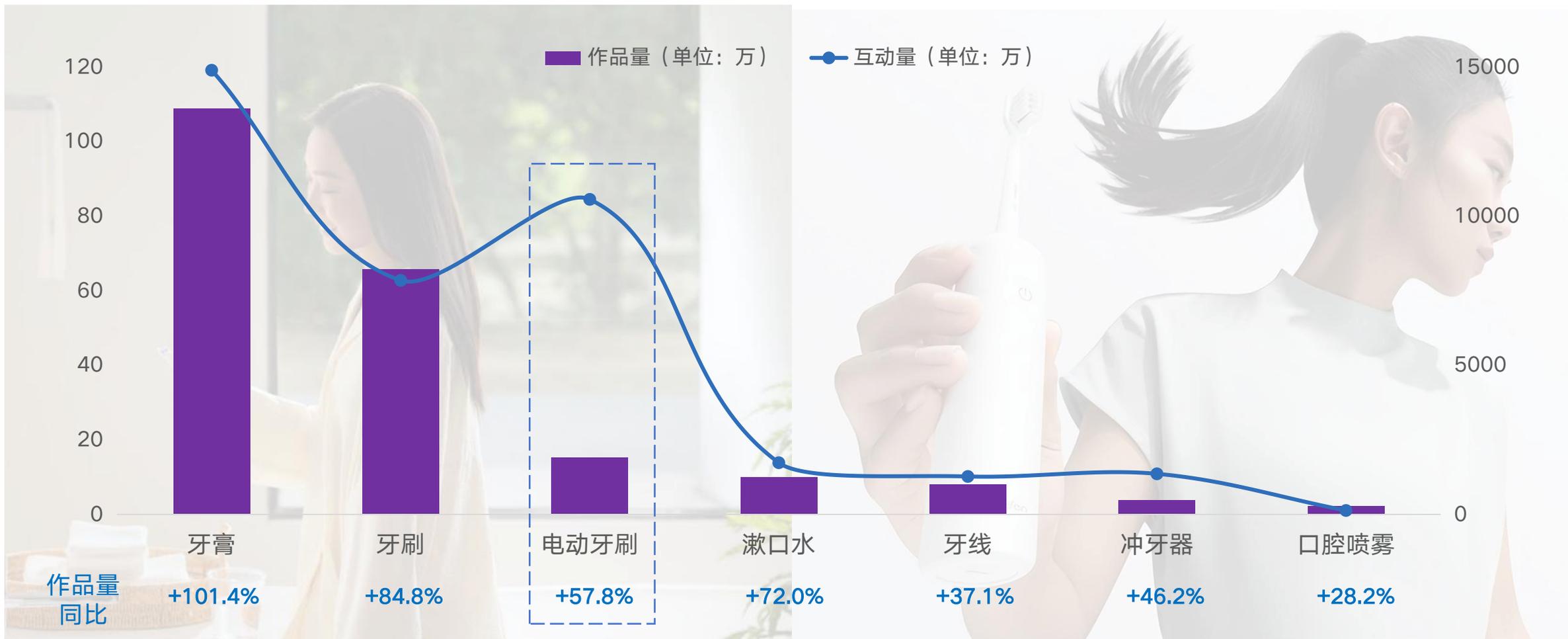


### 中国电动牙刷线上销售渠道对比



# 口腔护理品类全线增长，牙膏、牙刷为代表的传统口腔护理产品声量高，电动牙刷成为口腔护理界新晋热门之选

「口腔护理」分品类社媒声量占比

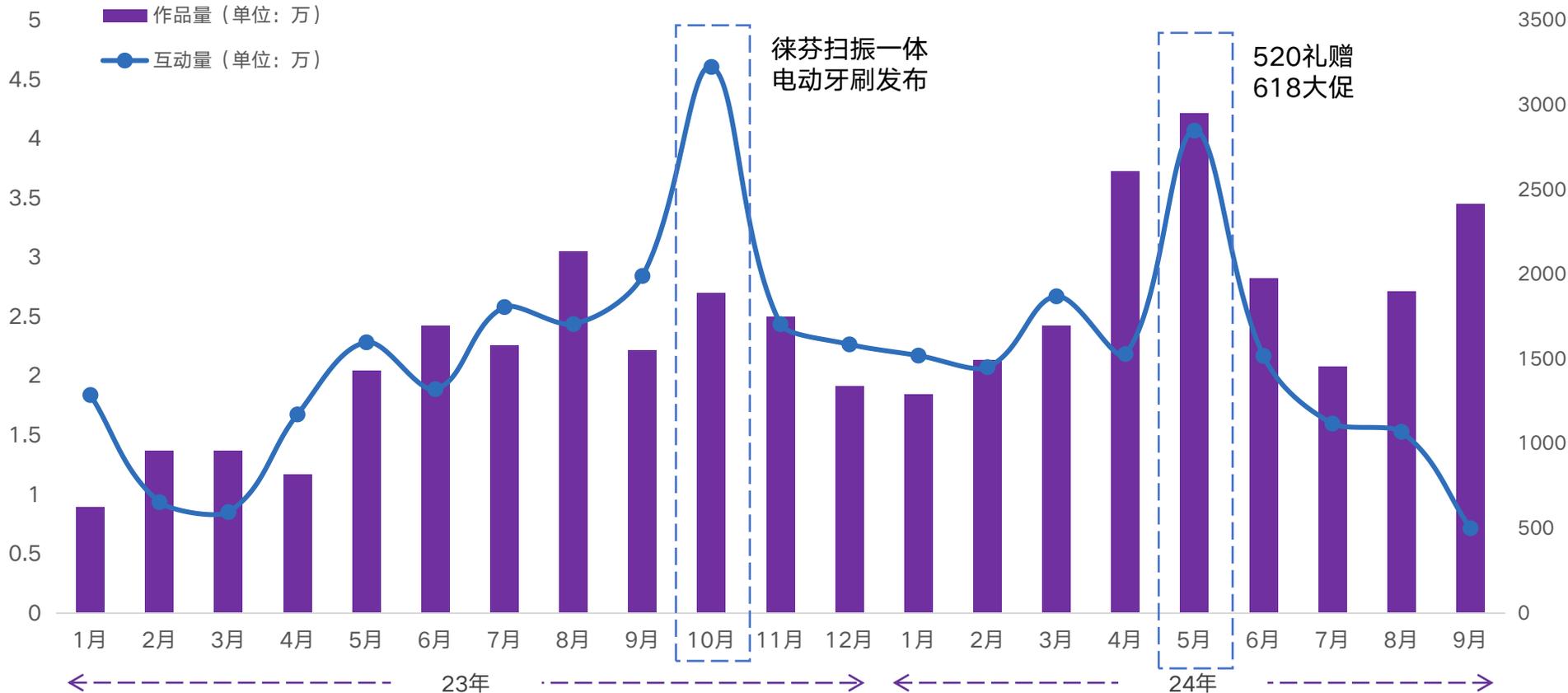


# 近2年电动牙刷声量提升，热度随新品发布、礼赠/促销节点波动



- 电动牙刷的社媒声量波动提升，每年5-6月、10-11月迎来热度高峰；2023年10月徕芬首创扫振一体电动牙刷发布引爆发式关注；
- 电动牙刷过去一年作品量增长58%，互动量增长42%，总互动量近2亿，影响力及讨论度显著提升。

「电动牙刷」社媒声量趋势



**+57.8%**  
近一年作品量同比

**33.6万+**  
近一年相关作品量

**+41.6%**  
近一年互动量同比

**1.9亿+**  
近一年相关互动量

# 徕芬以创新科技突破横扫电动牙刷市场，笑容加、飞利浦、欧乐B等成熟个护品牌影响力高，马博士等新兴品牌增长较快



「电动牙刷」TOP品牌社媒竞争格局



# 电动牙刷人群以健康至上党、精致生活派、美食爱好者、细节控宝妈、品质生活型男为主



## 「电动牙刷」主要需求人群

### 健康至上党

#### 【人群侧写】

男女均衡  
30-40岁  
一、二、三线城市

#### 【电动牙刷需求】

拥有超前的口腔护理意识，全阶段预防口腔牙齿等问题，期待智能、实用性兼备的口腔护理产品，提升口腔健康效率。

### 精致生活派

#### 【人群侧写】

女性为主  
25-40岁  
一、二线城市

#### 【电动牙刷需求】

口腔护理成为日常社交及职场关注点，受到口气、牙黄等困扰，更愿意为口腔护理的各种进阶产品付费。

### 美食爱好者

#### 【人群侧写】

男女均衡  
18-25岁  
一二三四线

#### 【电动牙刷需求】

日常饮食习惯特殊，口味较重，例如无辣不欢、酸甜都爱，口腔问题发生频率高，更易产生蛀牙、酸疼敏感等问题。

### 细节控宝妈

#### 【人群侧写】

女  
25-35岁  
一线、新一线、二线

#### 【电动牙刷需求】

关注儿童成长中的牙齿健康问题，拥有口腔护理意识，期待通过专业、实用的儿童专用电动牙刷帮助孩子维护口腔健康。

### 品质生活型男

#### 【人群侧写】

男  
25-35岁  
一线、新一线

#### 【电动牙刷需求】

颜值经济延伸至男性市场，男性理容重点向口腔护理进阶，日常口腔清洁更注重实用、智能感，偏好高科技产品。



# 02

## 电动牙刷品类需求洞察

# 口腔护理意识与心智升级，用户对于电动牙刷的需求从基础清洁功效进阶到「保护-护理」阶段，并孕育出更加细分的需求



- 用户对于口腔健康的意识不断提升，同比去年口腔健康相关内容声量提升20%；口腔护理认知实现大跨越，同比增长达到229%；
- 对于口腔护理意识的提升驱动用户对于电动牙刷的需求从基础的清洁功效快速进阶到护理阶段。

## 口腔健康关注度



20%

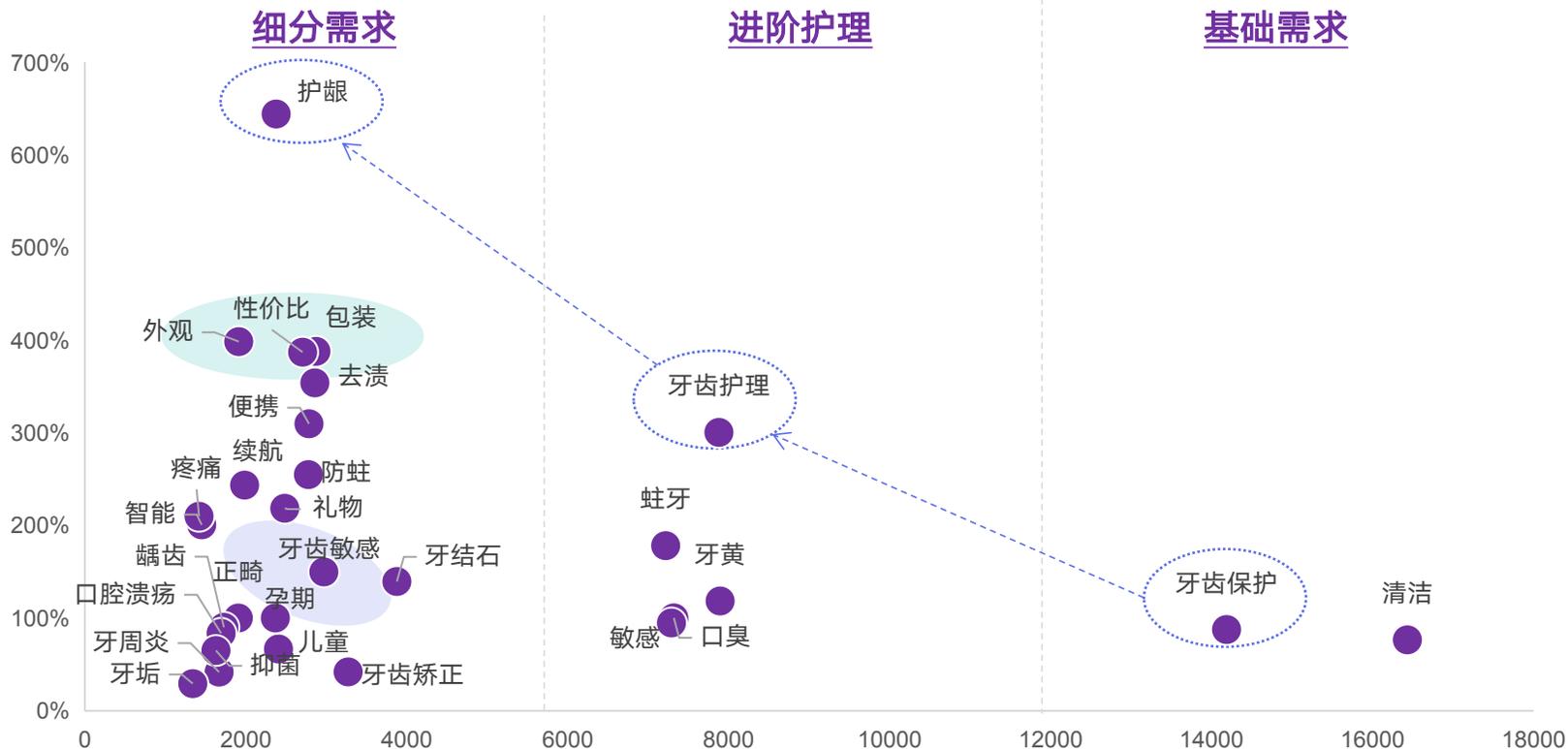
口腔健康声量同比增速



229%

口腔护理声量同比增速

## 用户「电动牙刷」需求痛点



# 电动牙刷产品，软毛、智能是热门卖点，扫振式的清洁功能逐渐被认知，情侣、儿童人群需求空间广阔

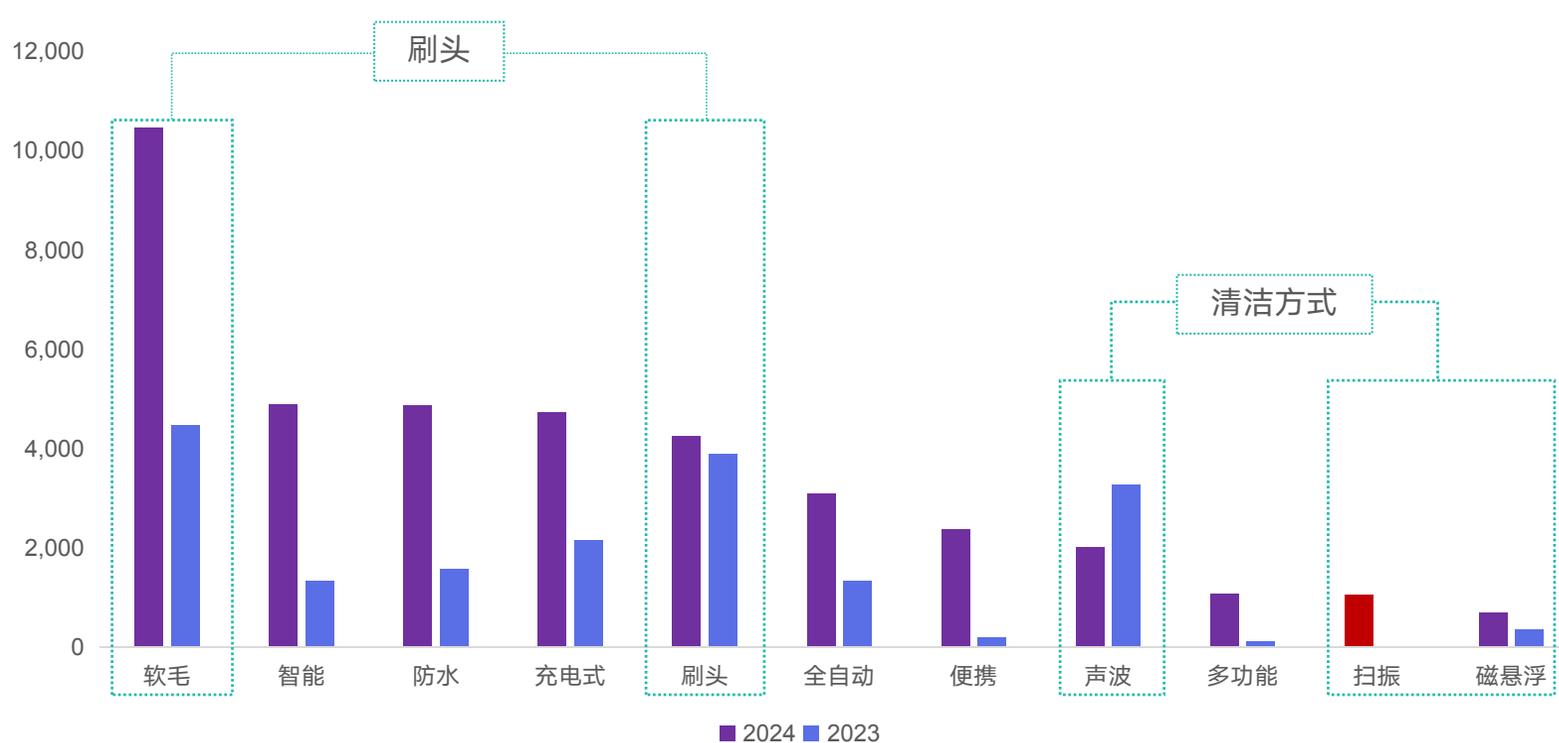


- 软毛、智能、防水及充电式仍是电动牙刷的主要卖点，其中软毛的声量同比去年实现大幅增长；
- 清洁方式有所创新，扫振式的清洁方式被认知；
- 情侣人群及需求场景市场广阔，品牌可优化产品卖点，深入情侣人群；儿童牙刷关注度高。

「电动牙刷」相关高频词



「电动牙刷」TOP卖点声量 \*根据品牌号、商业视频内容统计



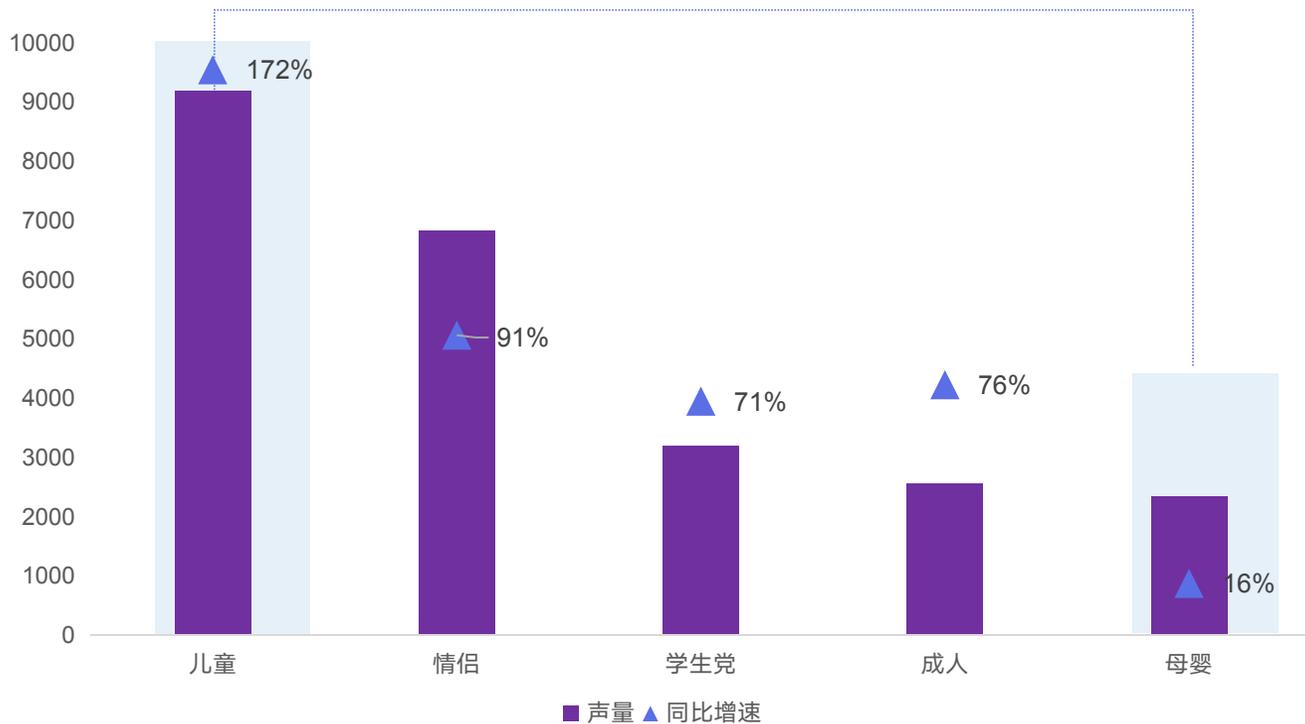
# 细分人群：

## 儿童、情侣人群需求高涨，家长对于儿童口腔护理更加精细化，品牌推出细分人群专属牙刷



- 儿童、情侣人群电动牙刷需求声量高涨，儿童人群声量增速最快，母婴人群也呈现更加精细化的需求；
- 品牌响应家长对于儿童口腔高关注度，usmile推出儿童专属电动牙刷，守护儿童口腔健康。

### 「电动牙刷」细分人群声量及增速



### 「品牌动向」:usmile发布儿童牙刷



@usmile儿童电动牙刷直播间

#笑容加儿童牙刷发布会，锁定520晚 19:30#新品上市 儿童电动牙刷值得开一场发布会吗？

互动量：4.7w

### 「高互动爆文」：



@育儿师菠萝妈

换牙期小宝太废妈，育儿师功课帮你轻松应对~呵护宝宝 牙齿健康

互动量：3.1w

科学育儿



@Miss Xu老徐

童年的快乐之一就是吃各种各样的甜食，但牙齿得积极保护起来

互动量：2.6w

好物推荐



# 细分人群-成人：

情侣、软毛仍是热门卖点，  
用户偏好全自动智能产品，

礼盒套装同比Y23增长明显，  
关注家用场景

便携卖点被品牌挖掘，

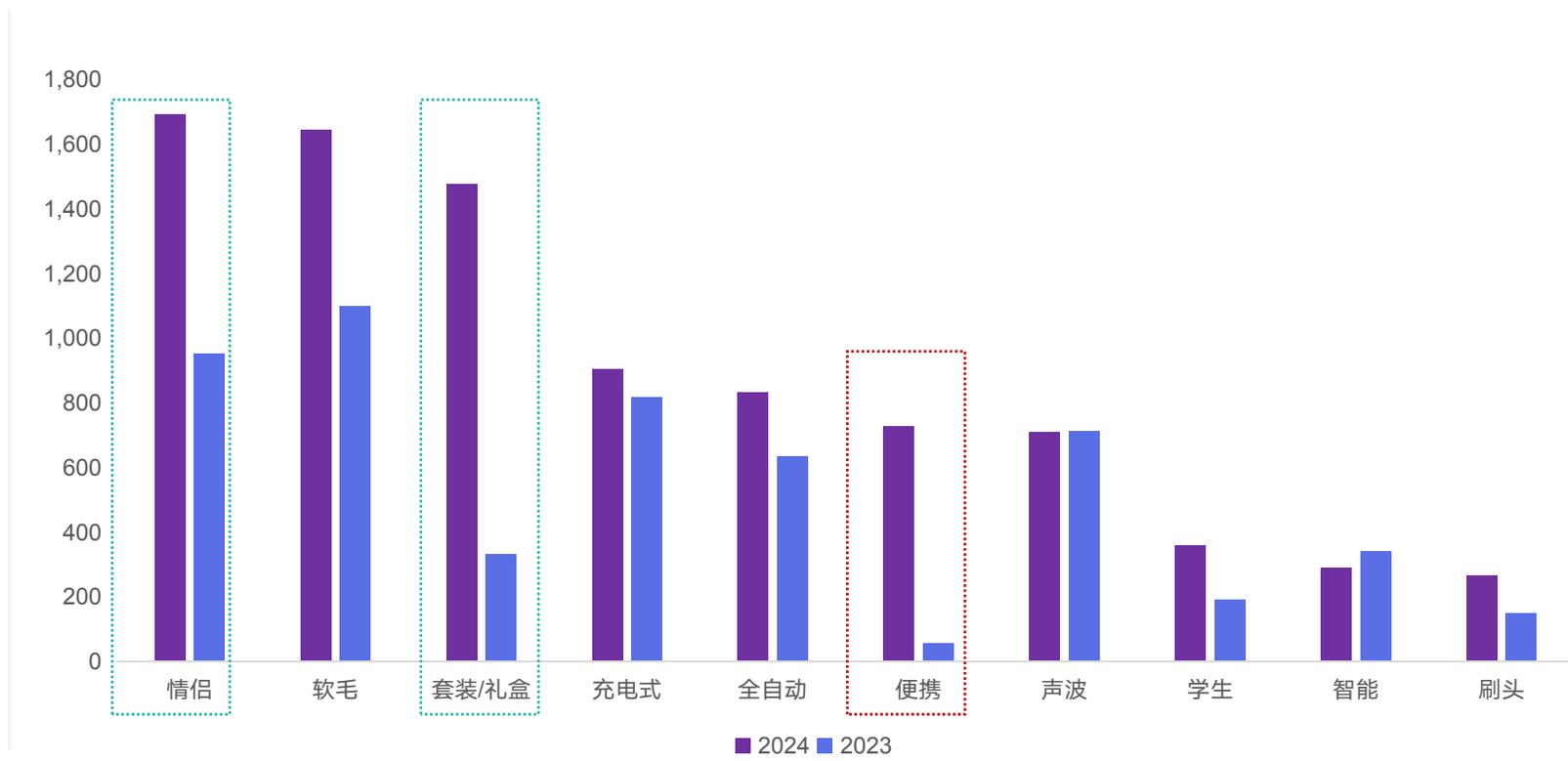


- 情侣款、软毛仍是成人电动牙刷主要卖点，值得注意的是礼盒、套装的声量增长明显；
- 便携卖点同比去年增长明显，外出、旅行、出差等场景需求驱动品牌创新卖点。

「电动牙刷」相关高频词



「成人x电动牙刷」TOP卖点声量 \*根据品牌号、商业视频内容统计



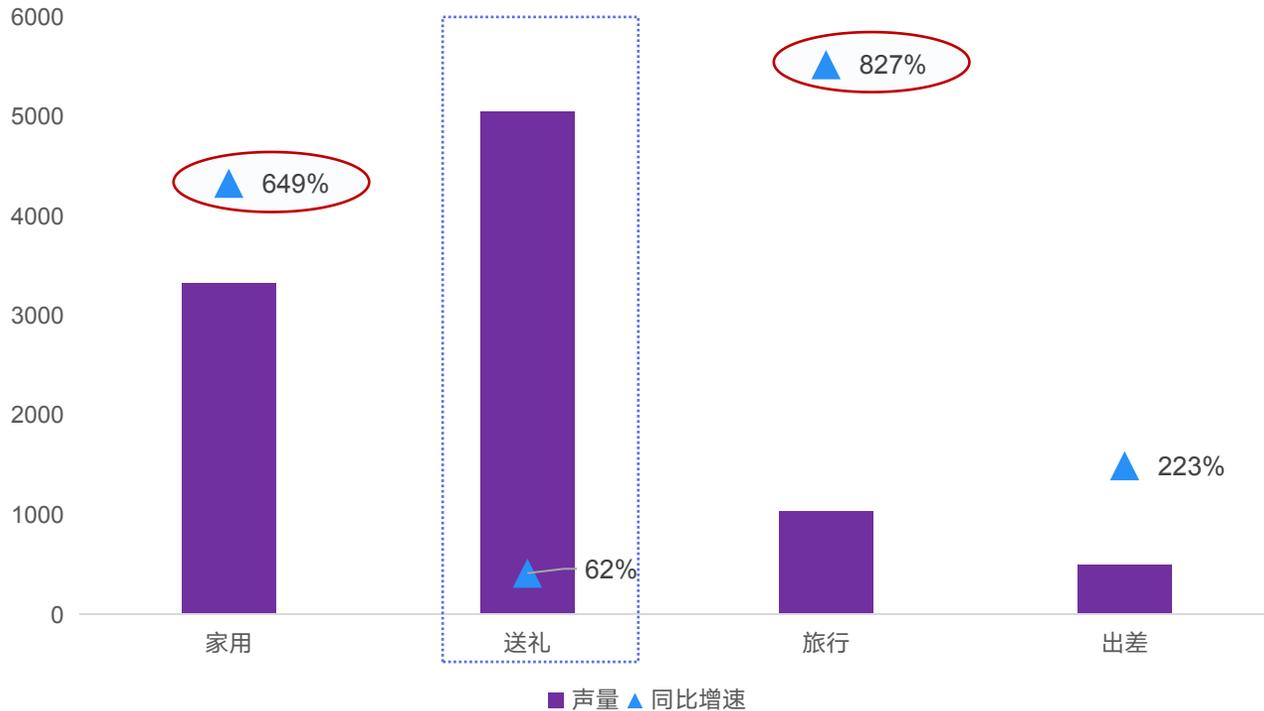
# 细分场景：

家用和旅行场景声量实现高速增长，电动牙刷市场教育成果显著；送礼场景开拓，品牌推出礼盒套装，响应送礼需求，情侣节日送礼是主要送礼场景



- 家用、旅行场景声量增速显著，电动牙刷普及率上升，市场教育成果初显，电动牙刷深入日常使用场景；
- 送礼场景需求广阔，声量超过其他细分场景，品牌顺应需求推出礼盒套装，情侣节日是主要的送礼场景。

「电动牙刷」细分场景声量及增速



「品牌动向」:徕芬推出情人节、七夕礼盒



**@张子曦**  
分享一款变美神器，实用又好看，还很适合送礼哦  
#Laifen扫振电动牙刷#  
徕芬因爱同频礼盒  
互动量：19.4w



**@徕芬个护保健旗舰店**  
情人节礼物选对不选贵，徕芬心有「锁」属礼盒选这个准没错#Laifen扫振电动牙刷#送礼必备  
互动量：871

「高互动送礼场景」：



**@王七叶Mini**  
女王大战pr礼盒，魔法过程遭突袭！#开箱#vlog  
互动量：1.9w



**@木白之家**  
vivo和徕芬，送我的信念礼物~开箱视频！#礼盒拆箱#新年礼物  
互动量：5,559



**@酒酿桃子**  
快到请人家啦，送个对象爱到不行的礼物吧~#情侣#情人节  
互动量：4,580

# 清洁方式：

旋转式、声波式及扫振式是目前电动牙刷主要的清洁方式，声波式是市场主流，扫振式电动牙刷上市后势如破竹，市场教育持续深入

- 目前电动牙刷市场以旋转式、声波式及扫振式的清洁方式为主流，扫振式自2024年进入市场已取得高声量，市场教育程度加深；
- 旋转式清洁力度强但噪声大，声波式舒适度高被用户肯定，扫振式结合扫刷及震动实现更高效率的牙齿清洁。

## 「电动牙刷」主要清洁方式

### 旋转式

6,653 202%

2024年声量

#### 工作原理：

旋转式依靠金属传动机械链接，将马达的横向旋转转化为纵向旋转，结构简单，性价比比机械摩擦生硬较大，噪音略大。

#### 代表品牌：



#### 用户原声：

- “我个人认为欧乐b物理旋转式牙刷是所有电动牙刷头中刷的最干净的，但缺点也很明显，用不多久就会松动！”
- “你们买的声音大吗 我咋觉得像拖拉机一样还以为买到假的”

### 声波式

45,000 55%

2024年声量

#### 工作原理：

声波马达带动刷头高速摆动，依靠刷毛的高速摆动浮刷牙齿，达到温和清洁牙齿的效果，舒适度高。

#### 代表品牌：



#### 用户原声：

- “感觉声波式比较适合我这种牙齿敏感的，之前用过欧乐B的旋转式，力度太大了。”
- “一直用的飞利浦声波式的电动牙刷，医生推荐的，清洁能力不错的，牙渍啥的都少了挺多的。”

### 扫振式

11,000 100%

2024年声量

#### 工作原理：

扫振式电动牙刷在刷毛高速振动基础上还能进行大幅度左右扫刷，振动+拂扫的清洁方式更贴近巴氏刷牙法。

#### 代表品牌：



#### 用户原声：

- “超级好用，牙菌斑去掉了，准备其他家人都人手来一只”
- “清洁度一流，比我之前的欧乐b好用。”
- “用了有半年了，非常不错。震动的频率很高，刷完特别干净。”

# 充电方式：

用户对于电动牙刷充电方式的关注度提升，充电方式成为选购的重要考量因素， 感应式充电逐渐成为市场主流

- 电动牙刷充电声量同比去年提升54%，用户对于电动牙刷的关注度提升，成为选购的重要因素；
- 常规的充电方式始终占据市场主要份额，感应式充电逐渐普及。

## 「电动牙刷」充电方式



### 磁吸



#### 工作原理：

这种充电方式巧妙地结合了磁吸技术和无线充电技术，既实现了物理上的稳定连接，又避免了传统插拔充电的繁琐。磁吸充电的优点在于连接稳定、充电速度快，而且使用起来非常方便。只需将充电器靠近设备，它们就会自动吸附在一起，开始充电。

### 常规



#### 工作原理：

常规的充电方式为type-c接口及USB接口充电。Type-C充电接口内置在电动牙刷底部，把防水胶粒扣开就可以连接type-c充电线充电。USB充电接口，不仅充电方式灵活便捷，而且兼容性强，用户可通过电脑USB端口、移动电源或墙壁插座适配器等多种方式为其充电。

### 感应



#### 工作原理：

感应式充电相当于充电底座和电动牙刷底部都有个电磁感应线圈，当两者接触的时候产生闭环。底座接上电后，将电流转化为磁场，电动牙刷底部的线圈感应到磁场的变化就能将磁能转变成电流，再为电动牙刷内部的电池充电

# 智能功能：

## 电动牙刷智能功能设计更显人文关怀，从可视化屏幕便利到个人口腔问题解决方案、通用习惯养成到特殊需求均被关注到



- 电动牙刷智能化成发展趋势，可视化屏幕是智能化基础，app互联制定个性化解决方案增强个人关怀；
- 高科技入场助力健康刷牙习惯养成，特殊需求被关注到更显人文关怀。

### 「电动牙刷」智能功能



#### 可视化智能屏幕

- 可视化模式切换；
- 动态监控刷牙结果，显示整个刷牙流程，提示漏刷区域；
- 可视化电量显示

- APP智能调整，定制化个人刷牙模式；
- 实时链接，智能跟踪不漏刷；
- 刷牙记录，产出牙齿健康报告

#### 智能互联，APP个性调控



#### 骨传导即时语音提示



- 骨传导技术实现即时的主动反馈，只要刷毛接触牙齿，就能在刷牙过程中得到即时反馈，帮助形成肌肉记忆，自动养成更加科学的刷牙方式。

#### 特殊需求关照

- 针对牙菌斑问题困扰人群，24h监控牙菌斑生成情况并及时在屏幕上屏幕上显示，并从菌斑维度反馈刷牙效果。



# 功能趋势：

电动牙刷从产品设计、护理方案、外观及场景适配上都提出更加人性化的解决方案



0

## 1 产品更舒适

电动牙刷在产品设计上更加考虑产品的**使用体验**，从**入口舒适到手感**都被考虑。目前，电动牙刷**轻量化、减震**都被考虑到产品使用体验设计中



0

## 2 解决方案更细化

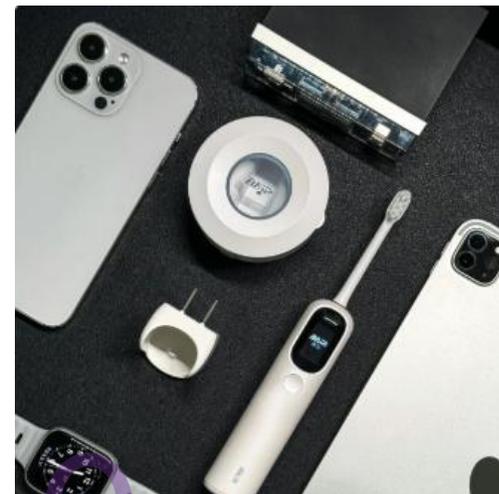
电动牙刷口腔护理的解决方案更加考虑到**特殊需求人群及局部护理需求**，提出更加细化且精确的解决方案。如Usmile为**正畸人群**研发通用款及正畸刷头及针对**牙菌斑困扰人群**给出智能解决方案



0

## 3 外观更潮流

随着消费者对于**外观消费需求**意愿提升及电动牙刷在送礼场景的高需求表现纷纷驱动品牌在外观上下功夫。除了**丰富配色选择**，电动牙刷还在外观设计上做减法，将**高级感**作为首要目标



0

## 4 场景更适配

针对当下对于**旅行、家用**等场景需求，电动牙刷品牌做出更加适配的场景需求功能，如增加产品**消毒仓**为家用场景提供卫生保护，增设**飞行锁**，减少旅行场景下误触的可能性



# 03 USMILE品牌种草分析

# 抖音-社媒表现

## usmile借势平台IP及种草打造声势，专注塑造智能、实用产品形象



### Y24 抖音【USMILE】热度表现

9,939

相关视频

6,582w

相关互动量

2,762

相关KOL

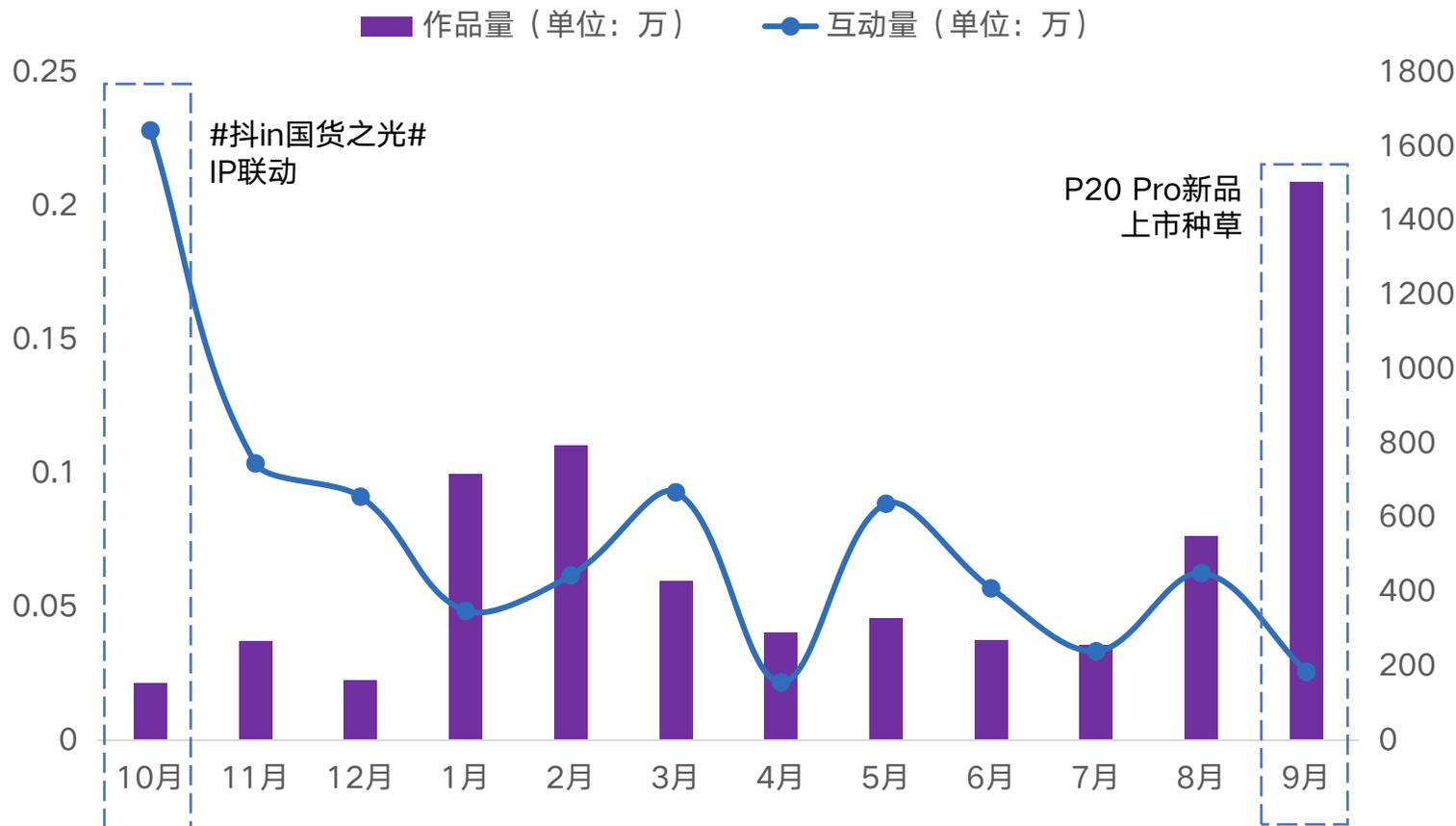
4,367w

投放金额

### Y24 抖音【USMILE】相关关键词



### Y24 抖音【USMILE】热度趋势



# 抖音-种草数据

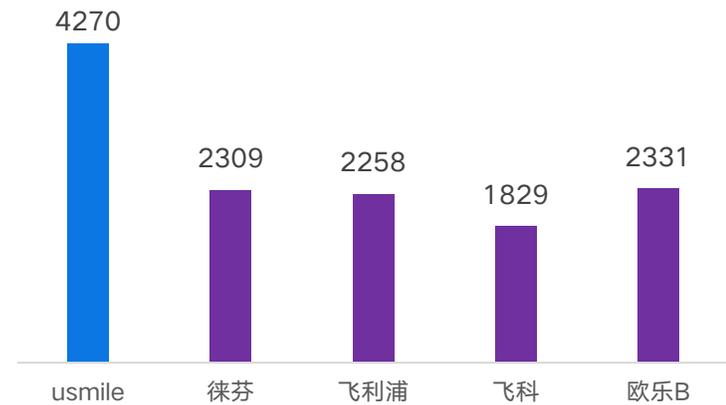


## usmile声量遥遥领先，官方积极参与内容发布，平均互动量待提升

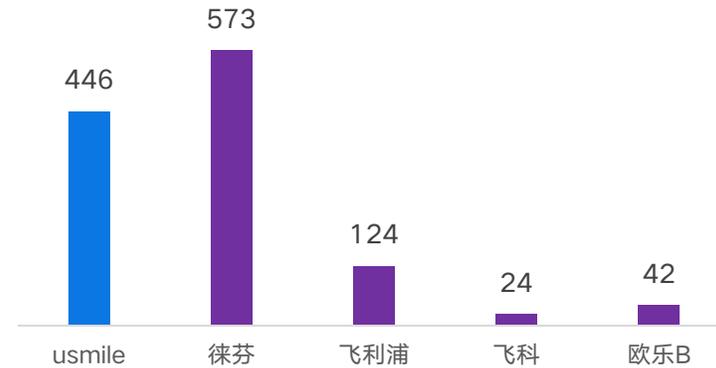
### Y24 抖音品牌心智表现（声量）



### Y24 品牌官方内容



### Y24 品牌商业笔记



### Y24 品牌平台热度（互动量/万）



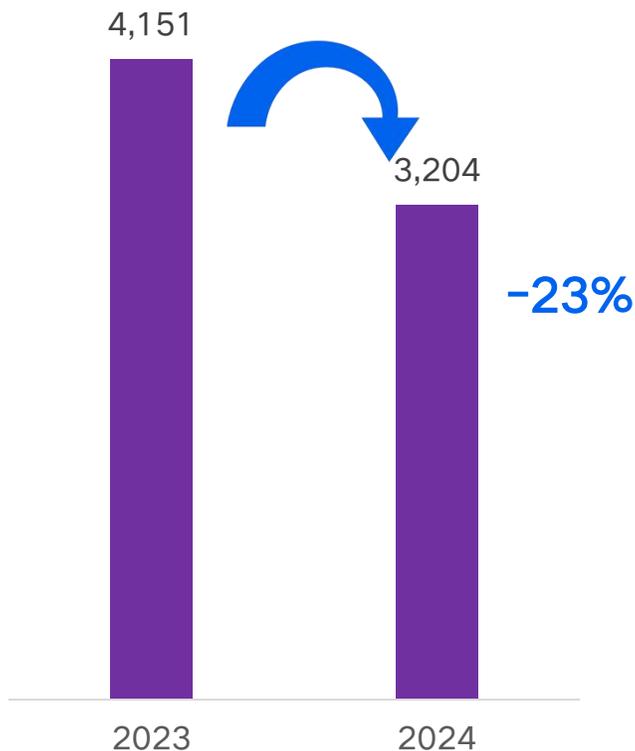
# 抖音-营销现状

## 投放金额有所下滑，依靠头/腰部达人打造声量，达人圈层分布广

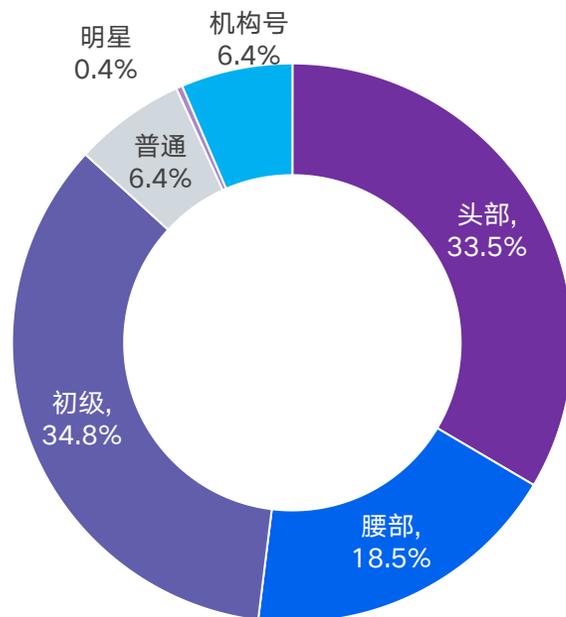


- 2024年1-9月usmile抖音KOL投放金额同比下降23%；
- 达人量级分布较均衡，头/腰部达人快速打造产品声量，生活记录、护肤等类型的初级、普通达人响应进一步拓展品牌影响力。

usmile抖音预估投放金额 (w)



usmile抖音达人投放层级



usmile抖音达人投放类型



# 抖音-沟通策略： 专业解读产品技术、口腔护理原理，并拓展旅游、职场等多元场景



## 核心技术解读



**标题：**  
“技术在手，天下我有”！  
当技术掌握在自己手里的时候腰杆就是硬！#笑容加扫振电动牙刷

**互动量：** 7.8w

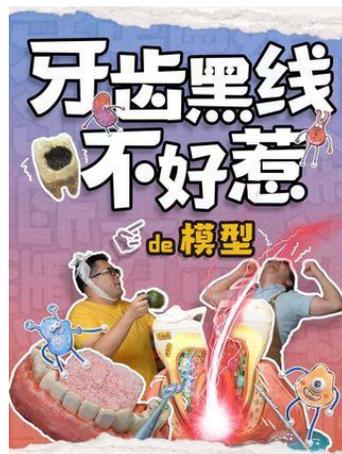
## 婚后高品质生活日常



**标题：**  
真正的爱情不是单方面的偏爱 而是双向的奔赴  
#爱情 #记录真实生活

**互动量：** 7.8w

## 口腔护理知识科普



**标题：**  
一条小黑线竟能开出超大烂牙盲盒！我们拿模型来看看咋回事？#笑容加电动牙刷 #笑容加扫振牙刷

**互动量：** 26.3w

## 闺蜜旅游好物



**标题：**  
幸福女生日常之和好朋友赴一场长白山之约 #日常vlog #长白山 #旅行#笑容加电动牙刷

**互动量：** 11.3w

## 职场搞笑剧情



**标题：**  
小轩，别顺公司东西了！  
#搞笑 #日常vlog#f10pro私人定制牙刷 #笑容加电动牙刷

**互动量：** 9.5w



# 小红书-种草数据

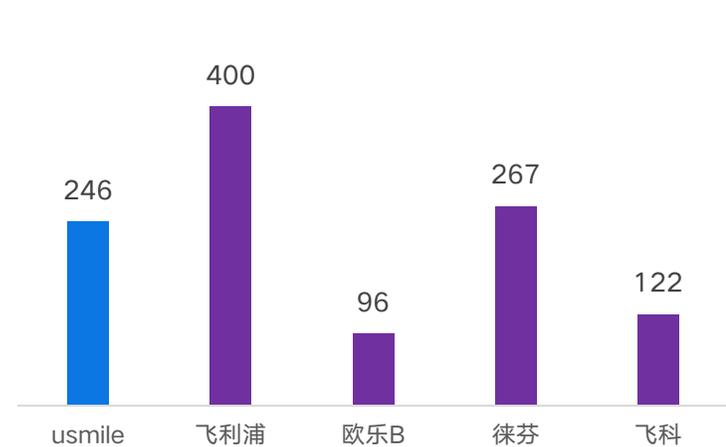
## usmile心智占行业top1，主要依靠商业笔记内容实现产品种草



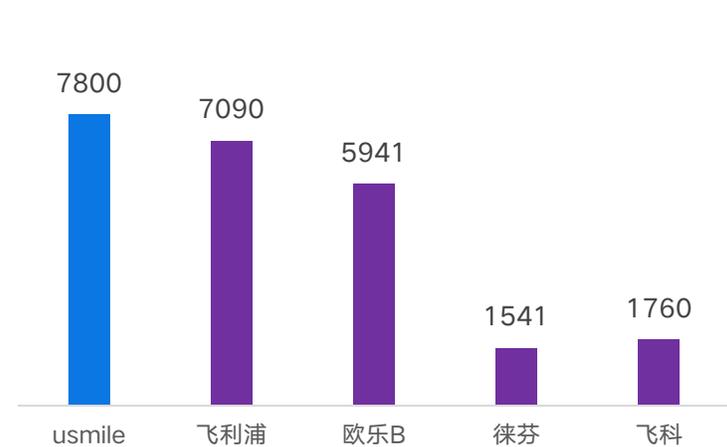
### Y24 小红书品牌心智表现 (声量)



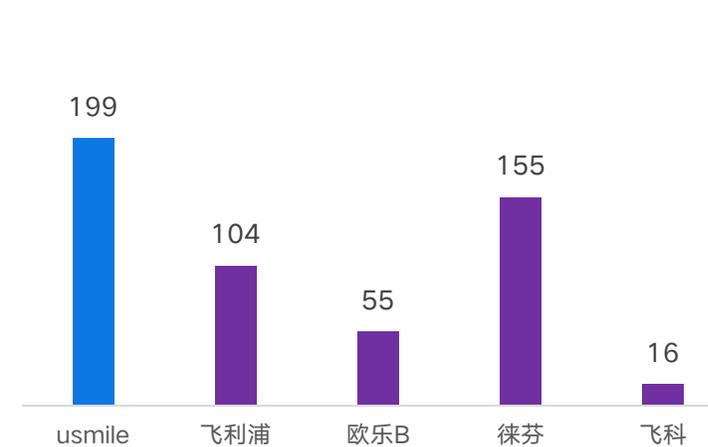
### Y24 品牌官方内容



### Y24 品牌商业笔记



### Y24 品牌平台热度 (互动量/万)

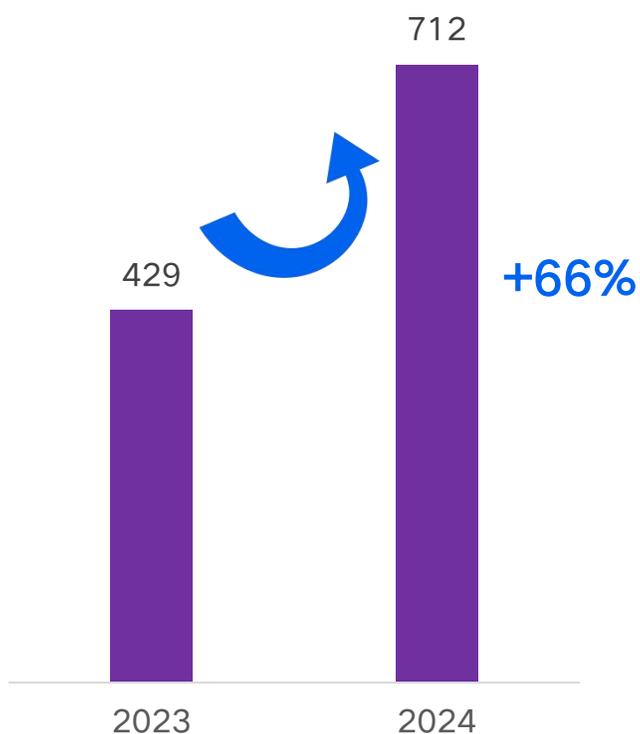


# 小红书-营销现状

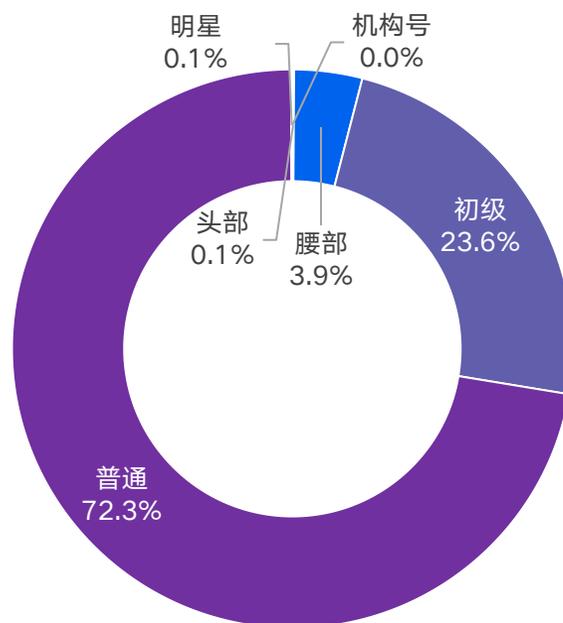
## 平台投放金额大幅提升，以护肤类的素人UGC广泛铺量为主

- 2024年1-9月usmile小红书KOL投放金额同比提升66%，小红书平台的种草重要性逐渐加深；
- 达人量级以普通达人为主，侧重以大量真实口碑内容积累品牌产品资产，达人类型上聚焦护肤、个人护理垂类。

usmile小红书预估投放金额 (w)



usmile小红书达人投放层级



usmile小红书达人投放类型



# 小红书-沟通策略： 以口腔护理内容科普为主，激发自律健康刷牙需求，创意延伸破圈

口腔专家/医学生自用



**标题：**  
感谢小红书！这医学生爱用牙刷给我省几千  
#笑容加扫振电动牙刷 #  
电动牙刷推荐

**互动量：** 2.1w

刷牙误区科普



**标题：**  
烂牙大预警 3大常见刷牙误区你中了几个 #好物推荐 #电动牙刷 #巴氏刷牙法 #刷牙误区

**互动量：** 2.3w

自律女性vlog



**标题：**  
不出国，2个很牛的英语口语自学方法 #口腔习惯 #usmile电动牙刷 #usmile笑容加

**互动量：** 1.2w

创意剧情演绎



**标题：**  
甄嬛传小剧场—无人伴驾 #甄嬛传十级观众 #笑容加Y20数字牙刷 #甄嬛传重温 #口臭

**互动量：** 1.7w

科学育儿经



**标题：**  
如何让孩子自律自觉 | 通过刷牙这件事我悟了 #家庭教育 #宝宝牙齿护理 #儿童电动牙刷

**互动量：** 1.8w



[www.endata.com.cn](http://www.endata.com.cn)

