

2023年电动牙刷行业洞察

——Laifen徕芬新品打爆案例

果集数据·行业研究部 陈智泉

——2024.01

*图源：Freepik

Electric

Toothbrush

Insights into the
electric
toothbrush
industry

版权说明:

本报告除部分内容源于公开信息（均已备注）外，其他内容（包括图片、表格及文字内容）的版权均归飞瓜数据、千瓜数据、西瓜数据所有。飞瓜数据、千瓜数据、西瓜数据获取信息的途径包括但不限于公开资料、市场调查等。

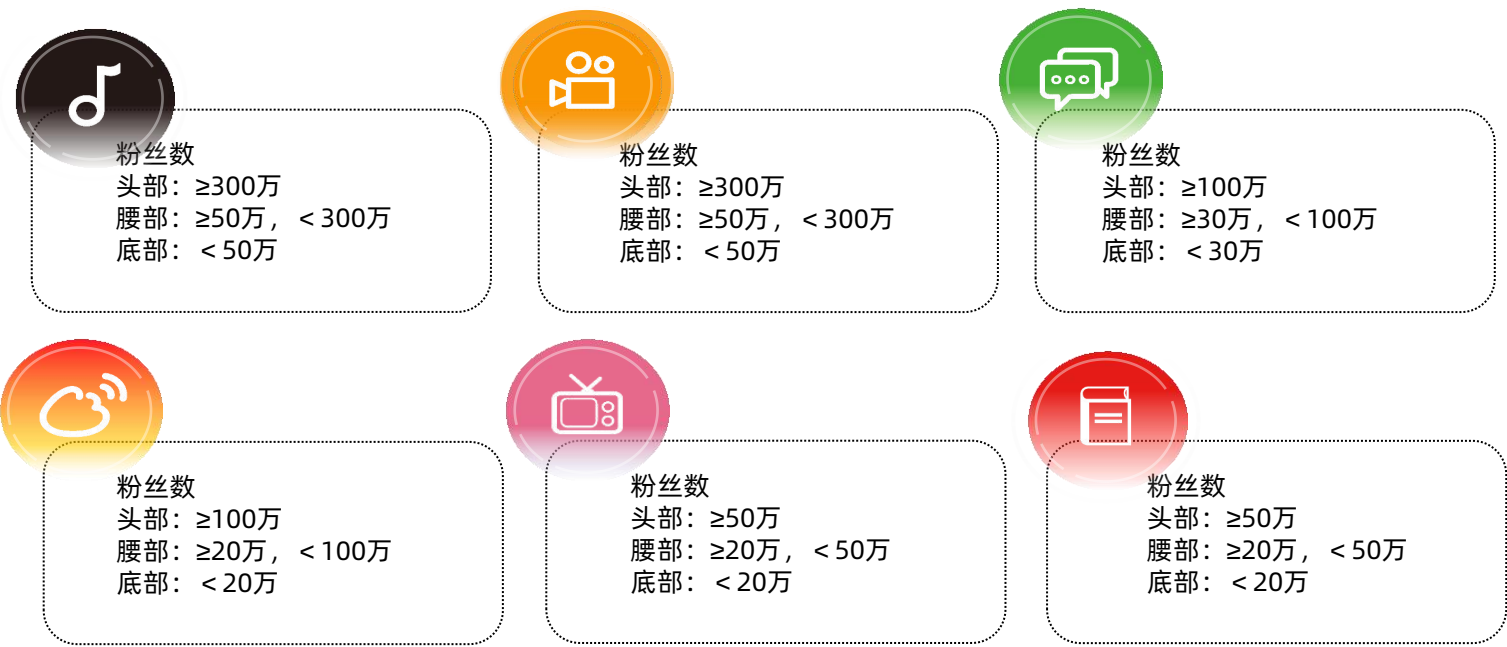
任何对本数据及报告的使用不得违反任何法律法规或侵犯任何第三方合法权益，任何场合下的转述或引述以及对报告的转载、引用、刊发均需征得飞瓜数据、千瓜数据、西瓜数据方同意，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。

本数据及报告来源于飞瓜数据、千瓜数据、西瓜数据，违者将追究其相关法律责任。

➤ 数据来源:

基于社媒数据分析平台「飞瓜数据、千瓜数据、西瓜数据」在2021年1月1日-2023年12月31日所追踪到的电商及营销情报，选取周期内抖音、快手、微博、微信公众号、小红书、B站等数据进行趋势研究所得。基于隐私及数据安全的考虑，本报告数据经过脱敏及指数化处理。

➤ 数据定义:



目录

CONTENTS

01

行业发展现状

Industry Status

02

电商市场概况

Market Overview

03

行业趋势洞察

Trend Insights

04

品牌案例解析

Case Analysis



电动牙刷

个护小家电最炙手可热的细分赛道之一

- 口腔健康是人体健康的重要标志。世界卫生组织已经把口腔疾病中的龋齿列为继心血管病癌症之后的第三大慢性非传染性疾病。口腔健康重在预防，刷牙和漱口是预防口腔疾病主要和重要的方法。近年来，在消费升级浪潮下，中国居民的口腔护理意识逐渐增强，电动牙刷成为中国增长最为迅速的小家电品类之一；
- 电动牙刷进入中国已有20多年，但遗憾的是，这一领域一直被海外巨头主导。提起电动牙刷，消费者首先想到的是飞利浦、欧乐B、松下等外国品牌，近两年，随着国内小家电行业的迅速发展，本土品牌才开始大规模进入。目前，中国本土企业主要包括USMILE、飞科、舒客等；



2023年抖音电动牙刷行业发展如何？

哪些市场趋势值得关注？

哪些传统/新锐品牌表现亮眼？

01

行业发展现状

Industry Status

宏观环境分析

消费市场变化

行业规模发展

市场竞争格局

2023品牌大事件

PART-ONE

环境驱动

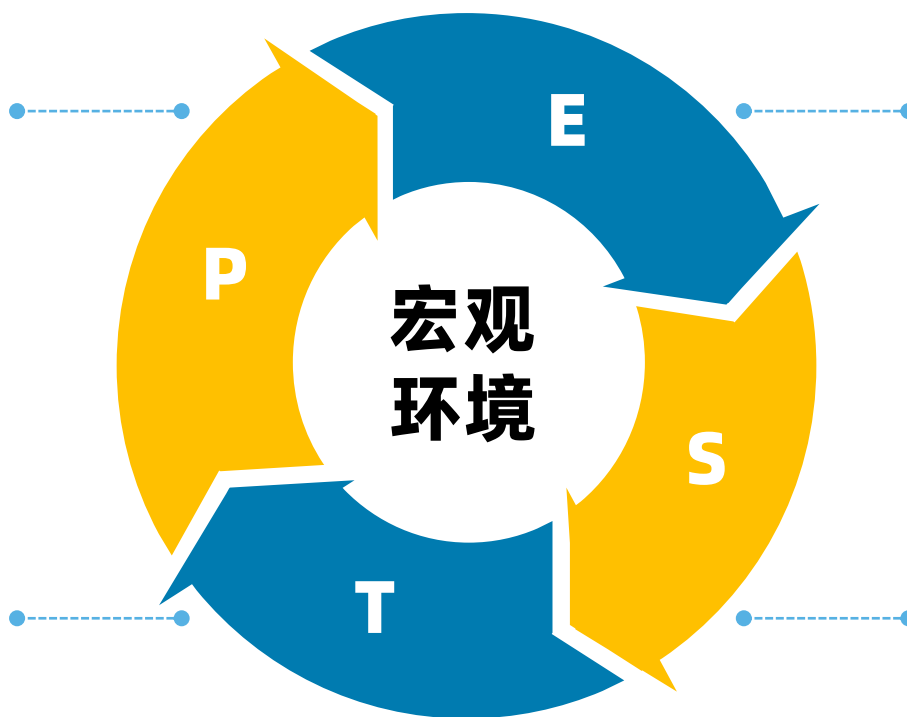
宏观环境分析： 四大环境因素为电动牙刷行业提供发展沃土

政策因素

近些年为了刺激国民消费，推动智能家电的发展，国家政府相继出台了些许政策帮助智能家电等产业快速发展，如2021年国务院出台《“十四五”数字经济发展规划》引导智能家居产品互联互通等；

社会因素

近几年中国口腔患者人数持续增多，以及人们对于口腔健康的重视程度也不断的增加；在当前国民口腔健康问题日益严重的背景之下，将会带动电动牙刷等口腔护理工具产品的快速发展。



经济因素

随着人们收入水平的提高，对于品质生活的需求也越来越高；2021年国内人均口腔消费支出为16.7美元，与美国等发达国家的差距较为明显，市场还有较大的增长空间；同时，电动牙刷领域资金利好；

技术因素

科技的不断进步，电动牙刷的功能和性能不断的提升，例如加入声波清洁技术等，以及电动牙刷行业引入EPR\OA\EAP等系统，优化信息化管理和建设环节，提高行业效率；

消费市场潜力： 五大需求变化激发电动牙刷市场活力促发展

21世纪，健康成了全球的主题，更成为中国消费者最关注的问题。口腔健康更是消费者们关注的焦点。据调查，60%以上的人患有不同程度的口腔疾病。牙齿护理已经成为消费热点。随着消费水平提高、口腔护理知识普及以及产品品类和功能不断丰富，中国电动牙刷行业迈入了快速成长期，需求将迎来新一轮增长。



居民收入提升



对品质生活的追求



口腔问题困扰



口腔护理意识增强

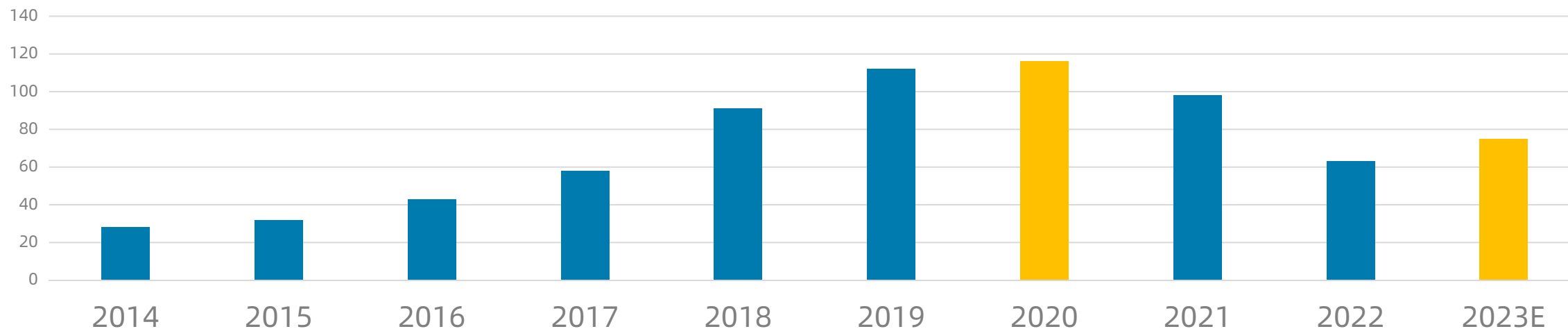


对智能化产品的青睐

国内发展规模： 2023年电动牙刷行业规模预计将达75亿元

2020年受新冠肺炎疫情影响，健康类小家电迎来风口，加之直播电商的刺激，消费者需求旺盛，作为个护小家电之一的电动牙刷也迎来黄金发展期；2022年中国电动牙刷行业走向低迷，多个品牌承压不力，电动牙刷品牌数量大幅洗牌，但并不代表这个市场将就此归于沉寂，未来仍有较大的发展空间。

2014年-2023E中国电动牙刷市场规模统计



市场 格局

市场品牌格局： 竞争格局松动，国产品牌乘势提速强势崛起实现赶超

据中国口腔清洁护理用品工业协会公布的简报，2023年1月至8月，电动牙刷行业排名前五的是usmile笑容加、飞利浦、欧乐B、飞科和米家，其网络零售额占比分别为28.1%、20.7%、9.7%、4.8%、4.5%，其中国产品牌usmile笑容加同比增速超80%，与排名第四的飞科成为电动牙刷领域的两匹快马。

海外高端品牌

PHILIPS

Oral-B®

BRAUN
博朗

国产品牌新贵

usmile

FLYCO飞科

laifen

传统口腔护理

舒客+
一站式口腔护理

Crest

高露洁
Colgate

综合类家电品牌

贝德玛®

SKYWORTH
创维

Midea

跨界互联网巨头

M

ByteDance
字节跳动

Alibaba
阿里巴巴

2023年品牌大事： 各品牌寻求新概念破圈引领市场，力求稳固行业地位

2023年7月，飞利浦发布了新品钻石7系电动牙刷，试图通过引入“牙龈护理”等概念进一步引领行业；9月，usmile发布数字牙刷F10系列，试图通过智能化、数字化等概念破局；10月，新晋品牌徕芬也发布电动牙刷新品，推出“扫震一体”功能；11月，宝洁旗下品牌欧乐B发布全新iO3智净磁波刷，展示了“iO磁波”系列的核心技术和独特性能。

飞利浦：引入“智能护龈”等概念



徕芬：推出“扫震一体”功能

扫震一体 大幅登场



USMILE:智能化、数字化等概念



欧乐B：“iO磁波”系列核心技术



◆ 宏观环境分析：

- 政策层面：国家政府相继出台了些许政策帮助智能家电等产业快速发展；如2021年国务院出台《“十四五”数字经济发展规划》引导智能家居产品互联互通等；
- 经济层面：人们的收入水平不断提高，对于品质生活的需求也越来越高，2021年国内人均口腔消费支出为16.7美元，与美国等发达国家的差距较为明显，市场还有较大的增长空间；同时电动牙刷领域资金也呈利好趋势；
- 社会层面：近几年中国口腔患者人数持续增多，以及人们对于口腔健康的重视程度也不断的增加；在当前国民口腔健康问题日益严重的背景之下，将会带动电动牙刷等口腔护理工具产品的快速发展。
- 技术层面：科技的不断进步，电动牙刷的功能和性能不断的提升，例如加入声波清洁技术等，以及电动牙刷行业引入EPR\OA\EAP等系统，优化信息化管理和建设环节，提高行业效率；

◆ **消费市场分析：**21世纪，健康成了全球的主题，更成为中国消费者最关注的问题。口腔健康更是消费者们关注的焦点。据调查，60%以上的人患有不同程度的口腔疾病。牙齿护理已经成为消费热点。随着消费水平提高、口腔护理知识普及以及产品品类和功能不断丰富，中国电动牙刷行业迈入了快速成长期，需求将迎来新一轮增长。

◆ **行业规模发展：**2020年受新冠肺炎疫情影响，健康类小家电迎来风口，加之直播电商的刺激，消费者需求旺盛，作为个护小家电之一的电动牙刷也迎来黄金发展期；2022年中国电动牙刷行业走向低迷，多个品牌承压不力，电动牙刷品牌数量大幅洗牌，但并不代表这个市场将就此归于沉寂，未来仍有较大的发展空间。

◆ **市场品牌格局：**据中国口腔清洁护理用品工业协会公布的简报，2023年1月至8月，电动牙刷行业排名前五的是usmile笑容加、飞利浦、欧乐B、飞科和米家，其网络零售额占比分别为28.1%、20.7%、9.7%、4.8%、4.5%，其中国产品牌usmile笑容加同比增速超80%，与排名第四的飞科成为电动牙刷领域的两匹快马。

◆ **2023品牌大事件：**2023年7月，飞利浦发布了新品钻石7系电动牙刷，试图通过引入“牙龈护理”等概念进一步引领行业；9月，usmile发布数字牙刷F10系列，试图通过智能化、数字化等概念破局；10月，新晋品牌徕芬也发布电动牙刷新品，推出“扫震一体”功能；11月，宝洁旗下品牌欧乐B发布全新iO3智净磁波刷，展示了“iO磁波”系列的核心技术和独特性能；各品牌寻求新概念破圈引领市场，力求稳固行业地位。

02

电商市场概况 Market Overview

行业品类表现
市场竞争格局
2023年热卖爆品

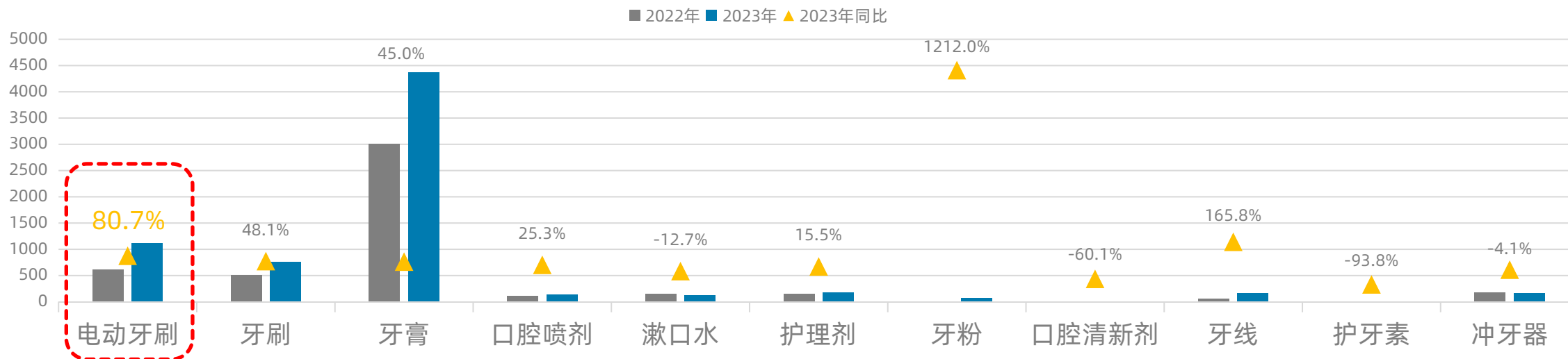
电商销售表现
市场品牌表现

PART-TWO

口腔护理行业多元化需求激增， 科技驱动下，抖音电商“电动牙刷”成市场新增长引擎

2023年，口腔护理市场出现了不同品类的多元化需求增长，基础产品如牙刷、牙膏保持了良好的增长态势，而一些细分领域如牙粉、牙线则出现了显著的增长趋势，表明消费者对口腔护理的产品多样化的需求；值得注意的是电动牙刷，其高增长率反映了消费者对更智能、更有效的口腔护理产品的追求，这也表明了科技进步和创新对口腔护理领域的影响。

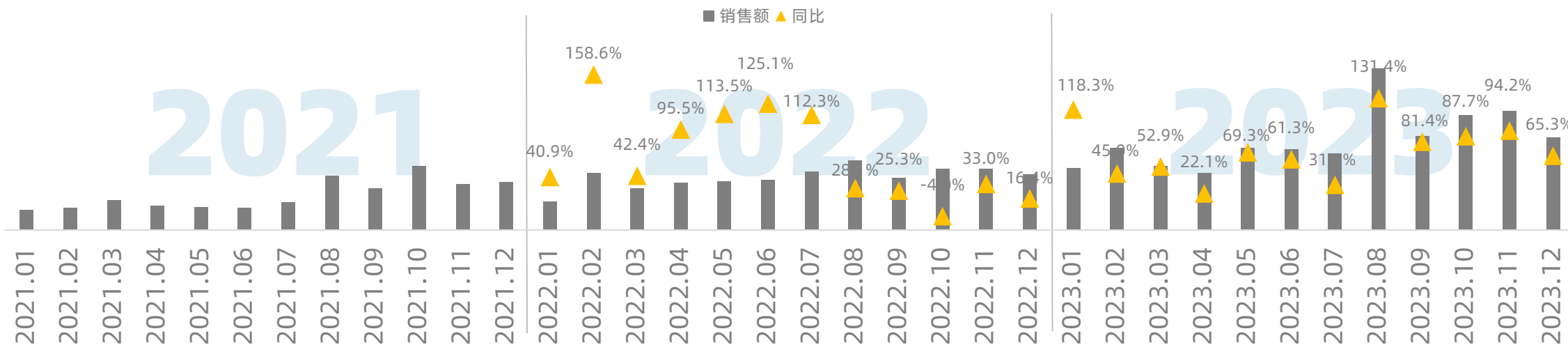
2022年/2023年抖音电商口腔护理品类销售及同比趋势



抖音电商销售额爆发式增长， “电动牙刷”市场潜能显露，蕴含巨大机遇与挑战

2021年-2023年，电动牙刷市场在抖音电商平台呈现出了持续增长的态势，特别是2023年的销售额呈现出爆发式增长，其中多个月份的销售额同比增幅都超过了100%；电动牙刷市场呈现出相当大的市场潜力。然而，随着销售增长，预计竞争也将增加。品牌间的产品创新、营销策略和价格竞争将成为市场上的关键因素。

2021年-2023年抖音电商电动牙刷品类销售



电动牙刷行业分类

飞瓜数据按抖音官方分类根据人群细分进行分类

成人
电动牙刷

儿童
电动牙刷

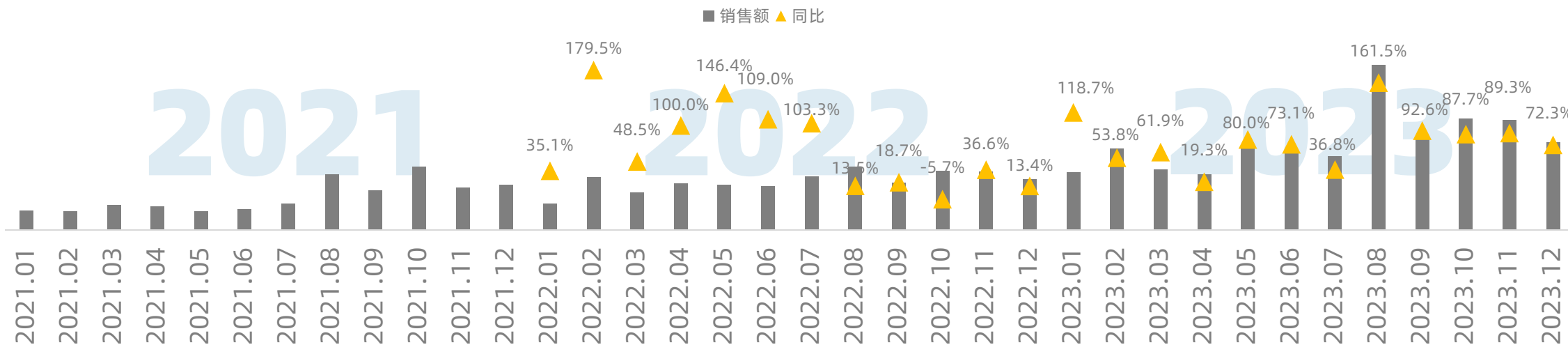
细分品类——成人电动牙刷

(电商表现 / 竞争格局 / 品牌表现 / 热卖爆品)

成人电动牙刷市场蓬勃发展势头不减， 消费需求持续增长，电动牙刷将进一步引领口腔健康新风潮

2021年-2023年，抖音电商成人电动牙刷销售额呈现了不断增长的趋势，尤其是在2023年，在大部分月份都比前一年同期有所较大幅增长，显示了成人电动牙刷品类在抖音电商平台上的持续受欢迎程度。总体来看，成人电动牙刷市场仍在持续发展和增长，但市场竞争可能会更加激烈。

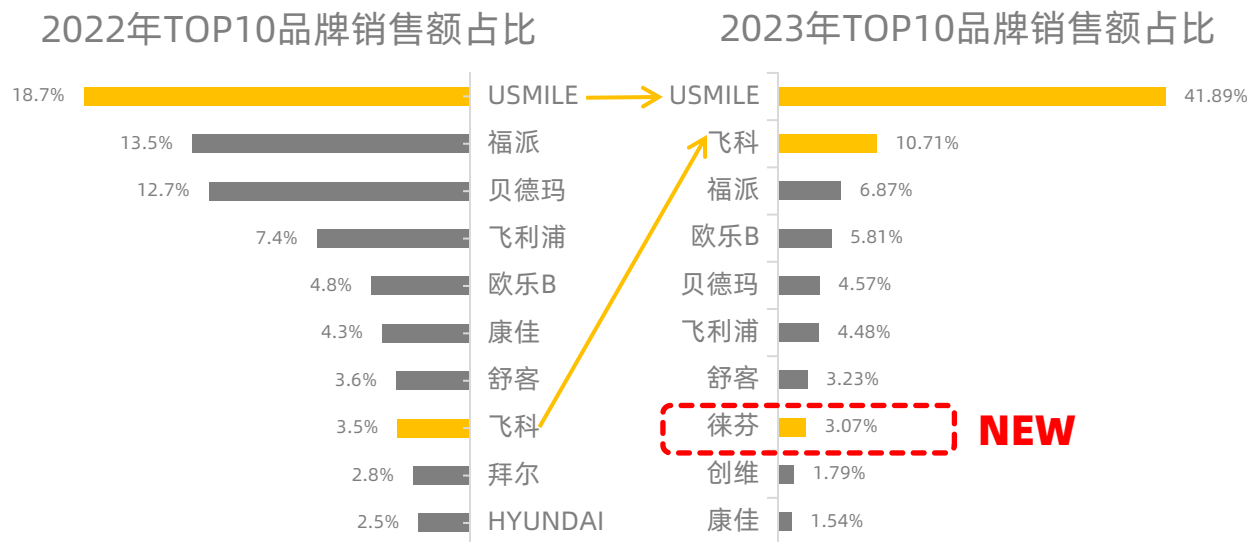
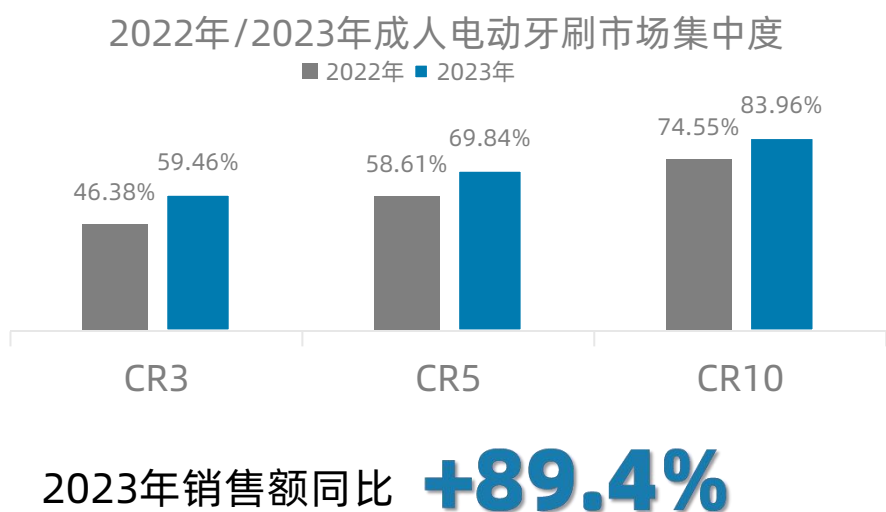
2021年-2023年抖音电商成人电动牙刷品类销售



竞争格局

市场竞争更为激烈，龙头品牌继续扩大优势，市场垄断程度有所增加，但仍有一些新锐品牌能脱颖而出

2023年，成人电动牙刷市场在集中度方面，CR3、CR5和CR10的值较2022年均有所提升，表明市场的集中度增加，少数品牌的份额更为显著。TOP10品牌中USMILE、飞科、福派等品牌的份额在2023年有较大幅度的提升，尤其是USMILE品牌，而新入局的徕芬品牌也在市场中脱颖而出；总体来看，市场竞争更加激烈，市场垄断程度有所增加。



品牌表现

USMILE品牌遥遥领先，飞科、飞利浦等头部依旧强势，徕芬品牌携新品入局并崭露头角



2021年，USMILE品牌表现突出，成为领头羊，2022年，随着福派、飞利浦等品牌的入局及发力，电动牙刷市场已然群雄逐鹿，2023年，USMILE销售额显著增长，进一步巩固了其市场地位，福派和飞科等品牌在这段时间内保持了一定的市场份额，但销售额与USMILE的差距较大；另一方面，新兴品牌徕芬也开始在市场上崭露头角。

2021年-2023年抖音成人电动牙刷市场销售额整体趋势

— USMILE — 飞科 — 福派 — 欧乐B — 飞利浦 — 贝德玛 — 舒客 — 徕芬 — 创维 — 美的



*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考。

热卖
爆品

USMILE品牌持续输出爆品，占领市场稳固地位，徕芬新品引关注，上市即爆品



2023年，USMILE品牌的产品有多款入围前十，如Y10、P10和P10PRO等均表现突出；飞科品牌的FT7105系列也取得了令人瞩目的销售业绩，值得关注的是，10月份刚上市的徕芬品牌扫振电动牙刷也跻身榜单TOP10；以及欧乐B Pro3电动牙刷的均价较高，但其销量仍较为可观；贝德玛、福派等品牌以其高性价比同样获得消费者的喜爱。



- 商品：usmile小圆屏电动牙刷 Y10
- 上市时间：2023.5
- 价格：¥ 269-534



- 商品：usmile电动牙刷 P10
- 上市时间：2020年
- 价格：¥ 178-419



- 商品：Laifen扫振电动牙刷
- 上市时间：2023.10
- 价格：¥ 299-499

2023年抖音成人电动牙刷市场商品销售额TOP10

TOP10商品	品牌	均价	销量指数
usmile笑容加小圆屏电动牙刷成人深层清洁软毛刷头情侣送礼 Y10	USMILE	356	249
usmile笑容加电动牙刷清洁声波成人软毛刷男女情侣送礼新升级 P10	USMILE	242	204
FLYCO/飞科智能电动牙刷软毛USB充电FT7105男女成人情侣推荐-FK	飞科	184	153
usmile笑容加电动牙刷清洁声波成人软毛刷充电款情侣送礼 P10PRO	USMILE	305	88
usmile笑容加成人电动牙刷男女情侣送礼声波清洁软毛P1 zb【XY】	USMILE	164	149
usmile笑容加电动牙刷清洁声波成人软毛刷充电款男女情侣送礼P4	USMILE	230	76
贝德玛成人声波式电动牙刷	贝德玛	56	295
【店铺爆款】欧乐B Pro3电动牙刷男女士成人软毛清洁净白减震呵护	欧乐B	432	37
Laifen扫振电动牙刷光感白防水家用便携磁吸	徕芬	288	53
【到手两支】福派软毛电动牙刷充电式防水家用情侣款套装	福派	59	240

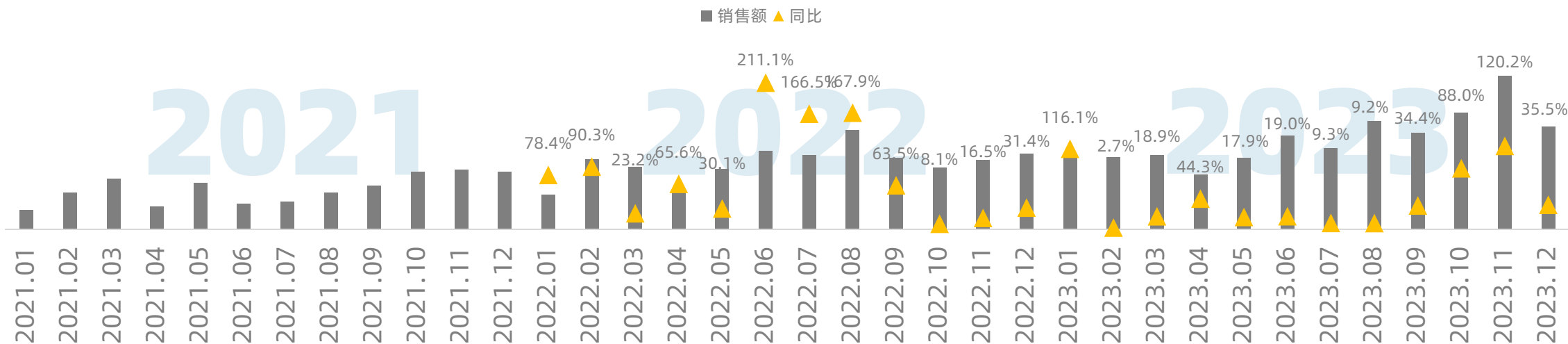
细分品类——儿童电动牙刷

(电商表现 / 竞争格局 / 品牌表现 / 热卖爆品)

儿童电动牙刷市场呈稳定增长趋势， 儿童口腔健康备受关注，充满了更多机遇与潜力

2021年-2023年，儿童电动牙刷市场呈现出稳定的增长趋势，表现出相对稳定的需求和市场容量。预计在未来，该市场仍将保持稳定增长的态势，特别是随着对孩子口腔健康关注的增加，以及消费者对更多智能功能、更优质产品的需求增加，市场可能会进一步扩大。

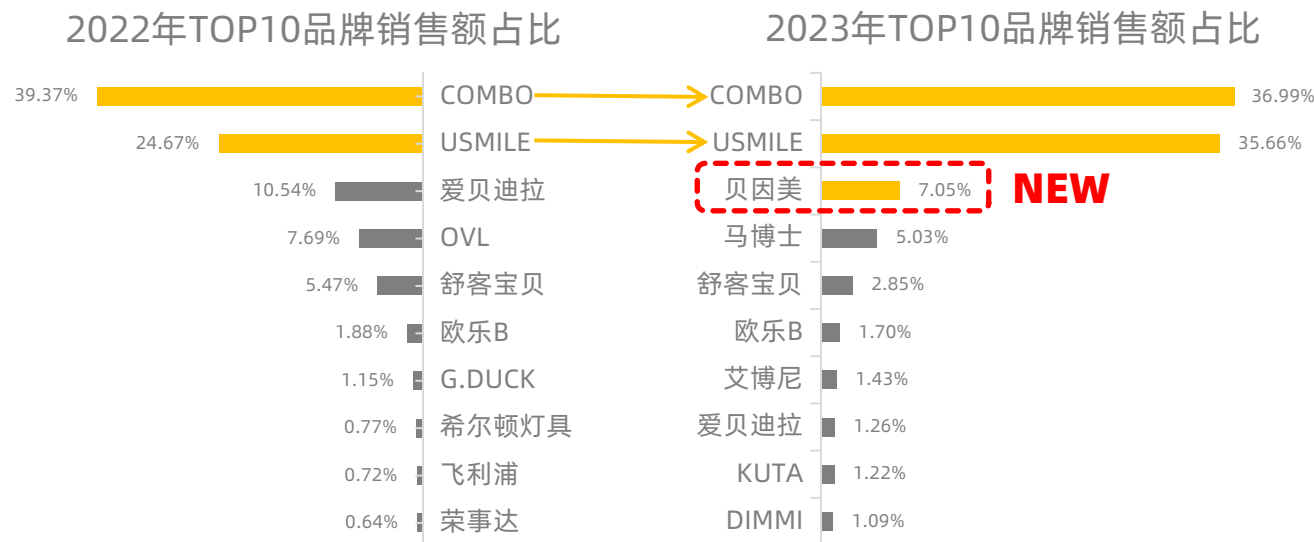
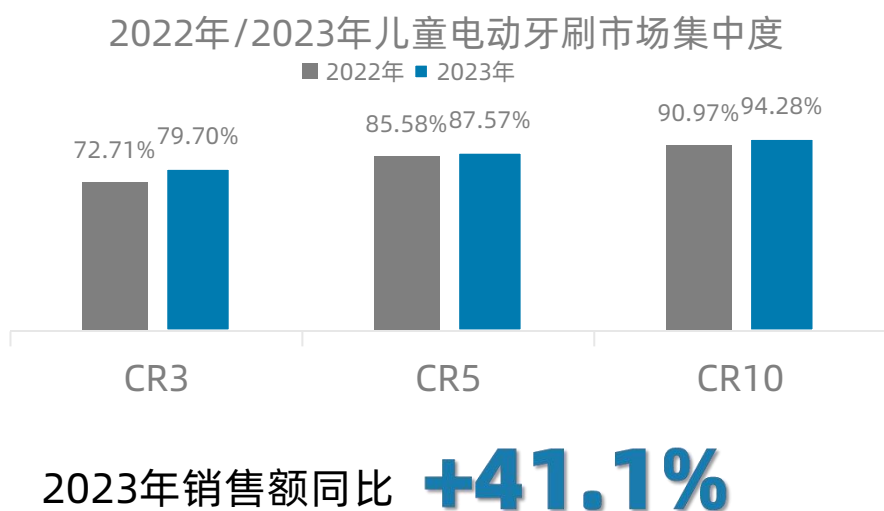
2021年-2023年抖音电商儿童电动牙刷品类销售



竞争格局

市场竞争逐渐白热化， 领头品牌稳固领先地位，贝因美、欧可林等新兴品牌崭露头角

2023年，儿童电动牙刷市场在集中度方面，CR3、CR5和CR10的集中度指标均呈现上升趋势，市场集中度持续增强，少数头部品牌的市场份额持续扩大；USMILE和COMBO依然是市场的主导品牌，而马博士和舒客宝贝等品牌在TOP10中表现突出；一些新兴品牌如贝因美、欧可林、ZOY ZOII等，也在市场中逐渐崭露头角。

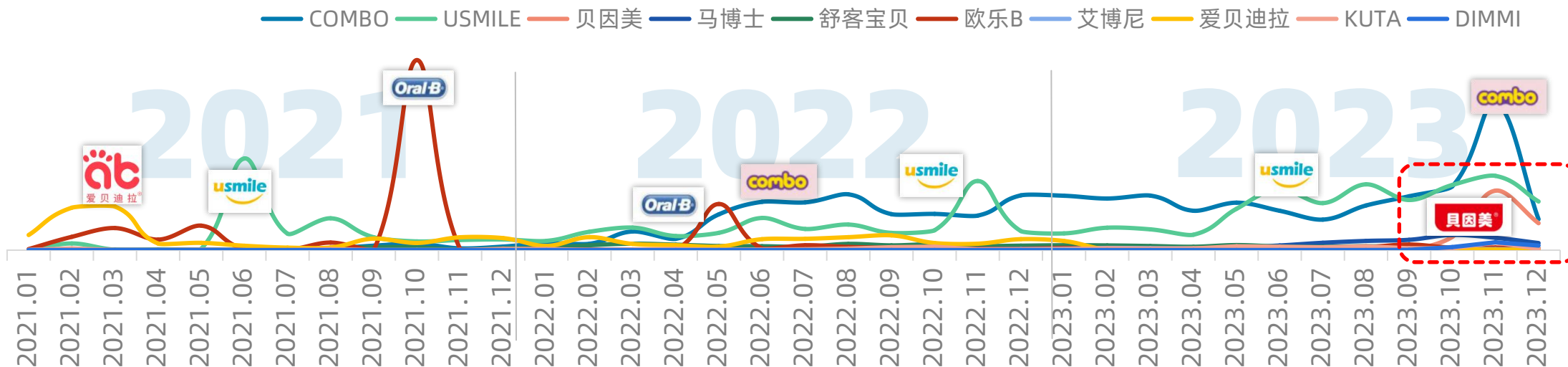


品牌表现

USMILE品牌稳居领导地位，马博士等品牌涌现增长潜力， 贝因美品牌强势发力，后来居上跻身市场前列

2021年，USMILE在大部分月份占据领先地位，销售额普遍较高；2022年，USMILE和COMBO成为销售额最大的两个品牌，表现持续稳定；2023年，USMILE仍然是市场的领头品牌，销售额持续保持较高水平；爱贝迪拉、COMBO等品牌也在市场上保持了一定地位；贝因美品牌在2023年也有了一定的增长，成为新兴品牌之一。

2021年-2023年抖音儿童电动牙刷市场销售额整体趋势



热卖
爆品

USMILE品牌爆款单品领跑，COMBO品牌前十占据五席， 贝因美品牌低价热销异军突起成爆品



2023年，USMILE 品牌拥有多款畅销产品，如Q10、Q3S等，在销售额和销量方面处于领先地位；COMBO品牌在前十榜单中就占用5席，在市场上占据相当的份额和竞争力；其他品牌如 艾博尼、欧乐B、舒客宝贝 等也在特定型号的产品中有着相对出色的表现；贝因美品牌虽然价格相对较低，但销售量较高，显示出一定的市场份额。



- 商品：usmile笑容加电动牙刷Q10
- 上架时间：2021.10
- 价格：¥ 199-389



- 商品：COMBO儿童电动牙刷小章鱼
- 上架时间：2021.01
- 价格：¥ 168-258



- 商品：贝因美儿童电动牙刷
- 上架时间：2023.10
- 价格：¥ 0-19.9

2023年抖音儿童电动牙刷市场商品销售额TOP10

TOP10商品	品牌	均价	销量指数
usmile笑容加电动刷牙防水软毛刷头儿童3-12岁防蛀小圆屏小帽刷 Q10	USMILE	325	715
[粉丝专享]COMBO儿童电动牙刷婴儿声波洁牙器软毛1-6岁小章鱼	COMBO	151	630
贝因美儿童电动牙刷3-15岁声波震动卡通电动牙刷智能防水充电式t	贝因美	192	363
COMBO小章鱼儿童电动牙刷1-6岁孩子充电式软毛牙刷可爱【官方直播】	COMBO	19	3,328
COMBO[国货正品]小章鱼1-6岁儿童电动牙刷含氟软毛便携可爱	COMBO	305	141
usmile笑容加电动刷牙防水软毛刷头儿童3-12岁充电款自动小帽刷 Q3S	USMILE	226	172
COMBO【官方正品礼袋装】1-6岁小章鱼儿童电动牙刷含氟软毛刷头	COMBO	215	148
COMBO[国货正品]1-6岁小章鱼儿童电动牙刷充电式软毛自动超声波	COMBO	192	143
SAKYKIDS/舒客宝贝儿童磁悬浮声波F2电动牙刷充电软毛清洁PR家用	舒客宝贝	203	107
【达人推荐】usmile笑容加儿童声波电动牙刷小帽刷软毛防水 Q3S	USMILE	51	404

- ◆ **行业品类表现:** 2023年, 口腔护理市场出现了不同品类的多元化需求增长, 一些细分领域如牙粉、牙线则出现了显著的增长趋势, 基础产品如牙刷、牙膏保持了良好的增长态势, 科技驱动下, 抖音电商“电动牙刷”成市场新增长引擎。
- ◆ **电商销售表现:** 2021年-2023年, 电动牙刷市场在抖音电商平台呈现出了持续增长的态势, 特别是2023年的销售额呈现出爆发式增长, 其中多个月份的销售额同比增幅都超过了100%, 电动牙刷市场潜能显露, 蕴含巨大机遇与挑战;

◆ 细分市场表现:

➤ 成人电动牙刷

- **市场竞争格局:** 2023年, 电动牙刷市场在集中度方面, CR3、CR5和CR10的值较2022年均有所提升, 市场竞争更为激烈, 龙头品牌继续扩大优势, 市场垄断程度有所增加, 但仍有一些新锐品牌能脱颖而出;
- **市场品牌表现:** 2021年, USMILE品牌表现突出, 成为领头羊, 2022年, 随着福派、飞利浦等品牌的入局及发力, 电动牙刷市场已然群雄逐鹿, 2023年, USMILE销售额显著增长, 进一步巩固了其市场地位, 福派和飞科等品牌在这段时间内保持了一定的市场份额; 同时, 值得关注的是徕芬品牌携新品入局并崭露头角;
- **市场热卖爆品:** 2023年, USMILE品牌的产品有多款入围销售榜前十, USMILE品牌持续输出爆品, 占领市场稳固地位; 同时, 徕芬品牌新品引关注, 上市即爆品, 以及欧乐B品牌Pro3电动牙刷均价虽高, 但其销量仍然可观;

➤ 儿童电动牙刷

- **市场竞争格局:** 2023年, 儿童电动牙刷市场竞争逐渐白热化, USMILE和COMBO依然是市场的主导品牌, 贝因美、欧可林等新兴品牌崭露头角;
- **市场品牌表现:** 2021年, USMILE在大部分月份占据领先地位, 销售额普遍较高; 2022年, USMILE和COMBO成为销售额最大的两个品牌, 表现持续稳定; 2023年, USMILE仍然是市场的领头品牌, 销售额持续保持较高水平; 爱贝迪拉、COMBO等品牌也在市场上保持了一定地位; 贝因美品牌在2023年也有了一定的增长, 成为新兴品牌之一。
- **市场热卖爆品:** 2023年, USMILE品牌爆款单品领跑, COMBO品牌COMBO品牌在前十榜单中就占用5席, 在市场上占据相当的份额和竞争力; 贝因美品牌贝因美品牌虽然价格相对较低, 但销售量较高, 低价热销异军突起成爆品;

03

行业趋势洞察

Trend Insights

带货趋势洞察

产品定位趋势

产品价格趋势

目标消费群体

产品卖点洞察

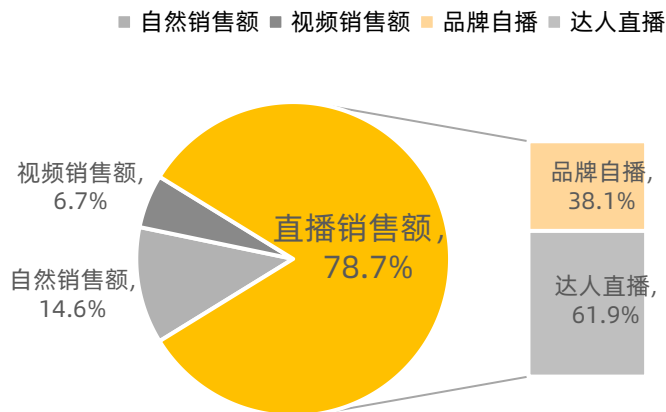
PART-THREE

带货趋势

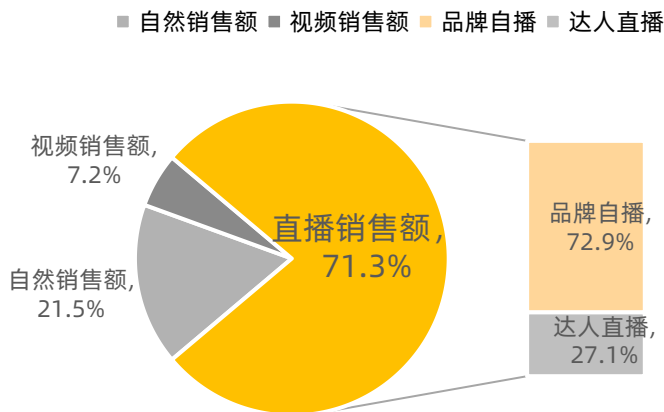
电动牙刷销售贡献仍以直播为主， 货架销售比例增加，品牌自播成主流展现较大潜力

2023年相较于2022年，自然销售额占比有所增加，直播销售额整体有所下降，但仍然是主要的销售渠道之一。在直播类型中，品牌自播销售额占比大幅度增加，视频销售额的比例则保持了相对稳定的态势。越来越多品牌布局自播矩阵，为品牌带来了可观的销售额。

2022年抖音电动牙刷行业
销售构成占比



2023年抖音电动牙刷行业
销售构成占比



	2023年
自播品牌数	108
自播号	近300个
自播场次	超3万
场均自播时长	9.7小时
场均销售额	超1万

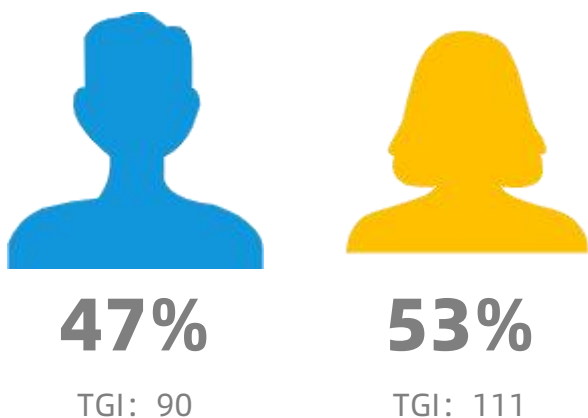
*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，自然销售额：除去直播和视频带货外所产生的销售额，主要是商品卡/货架的销售额，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考。

消费群体

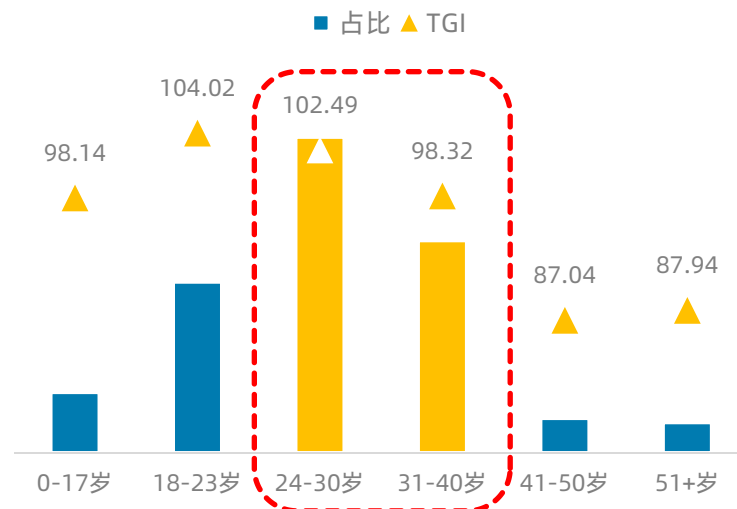
女性电动牙刷消费倾向高于男性， 24-40岁成消费主力军，主要分布在新一线和二三线城市

2023年电动牙刷消费群体性别分布呈现男女接近的趋势，其中女性占比略高；在年龄分布方面，24-40岁的年轻群体占据了较大比例，其中24-30岁的群体占38.24%，24-30岁的群体占25.73%。就城市线分布而言，各城市级别的消费占比相对均衡，但主要集中在新一线和二三线城市。

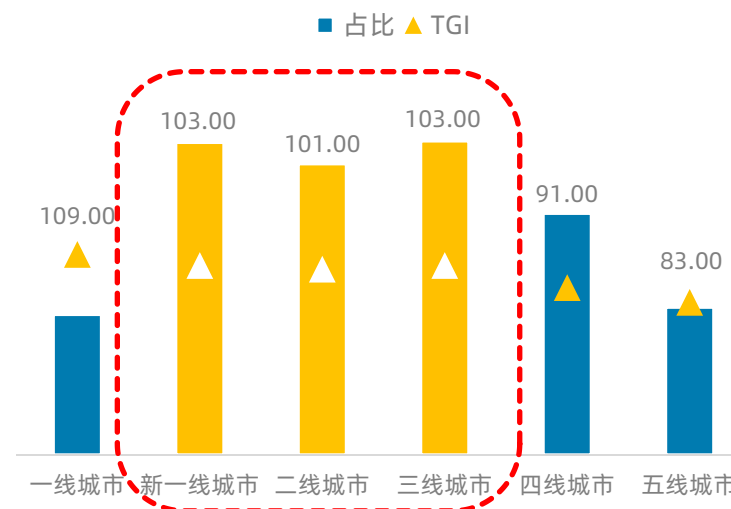
2023年电动牙刷消费群体性别分布



2023年电动牙刷消费群体年龄分布



2023年电动牙刷消费群体城市线分布



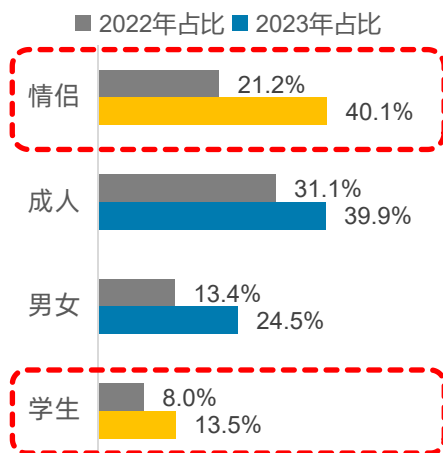
*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考。

产品 定位

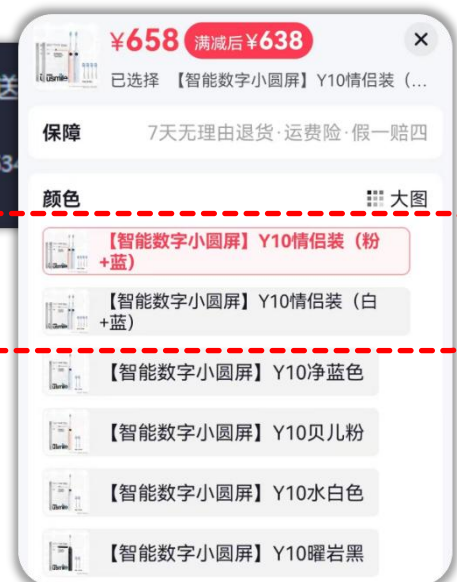
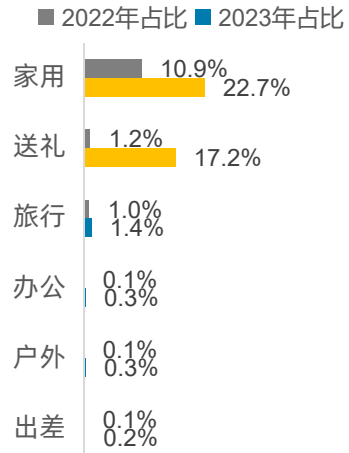
成人电动牙刷产品，“情侣”成众多品牌主要目标人群， 品牌相继推出了情侣礼盒套装，由此延展出“送礼”的消费场景

2023年，情侣成众多品牌主要的目标人群，其提及率提升至40.1%；此外，学生群体的提及率也有所增长；另外，随着我国老龄化程度不断加剧，中老年人群体也具备较大的发展潜力，值得品牌进一步开发和关注；品牌针对主要目标人群情侣推出的礼盒套装，引领了送礼场景的消费趋势。

消费人群定位词



消费场景定位词



产品 定位

儿童电动牙刷产品，家长对口腔护理更精细化， 目标人群细分化，品牌产品卖点随之出现“分层式”发展

2023年，随着家长对孩子口腔健康管理更精细化，儿童电动牙刷市场目标人群呈现细分化趋势；这种细分化的趋势促使品牌和产品不再仅仅局限于通用的功能卖点，而是针对不同年龄段、不同口腔护理需求的儿童提供更精准、个性化的产品和服务。比如，欧乐B品牌将2-12岁的婴幼儿分成了两大阶段，即乳牙期（2-6岁）和换牙期（6-12岁）等。

消费人群定位词

儿童

小孩

宝宝

婴幼儿

学生

小学生

青少年

...

消费人群年龄定位词

3-12岁

3-6-8-10-12-15岁

3岁以上

...



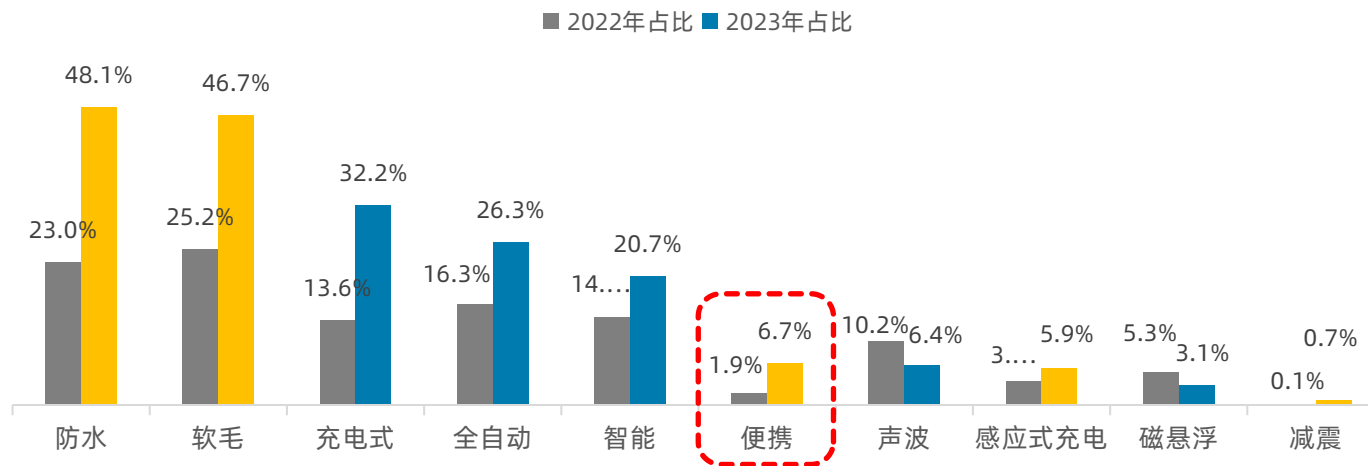
产品 卖点

成人电动牙刷产品，软毛、防水等依旧是热门卖点，“便携”卖点逐渐被品牌采用

2023年，“软毛、防水、充电式、全自动”功能仍然是各品牌电动牙刷主要的卖点；值得注意的是，“便携”功能卖点在2023年增长明显，从1.9%上升至6.7%，由此可见，随着消费群体的场景需求的变化，众多品牌也在不断调整优化产品的创新及卖点；同时，感应式充电、减震等舒适性便利性卖点也得以被品牌挖掘。



成人电动牙刷TOP1500商品卖点热词频次分布



产品 卖点

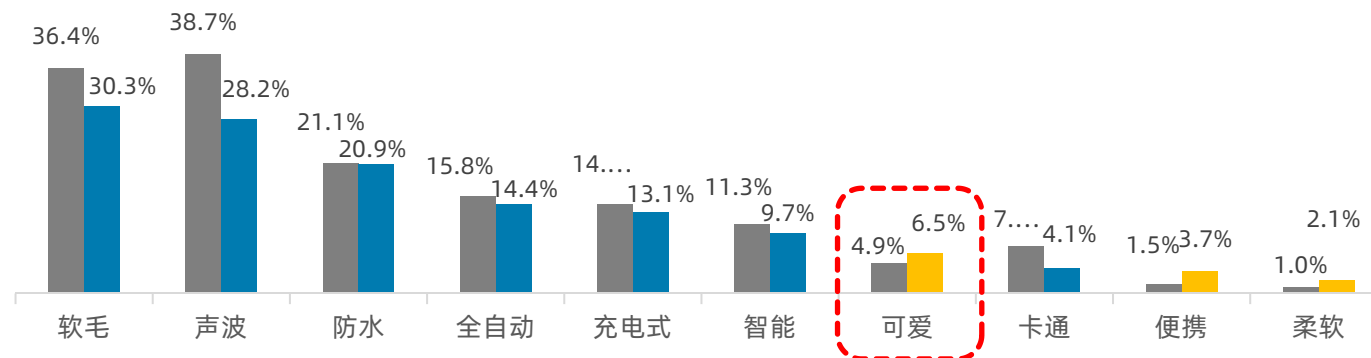
儿童电动牙刷产品，软毛、声波、防水仍是主要卖点，“外观颜值”成为一大吸引卖点

2023年，在儿童电动牙刷TOP1500商品中，“软毛”和“声波”等仍然是主要的卖点热词；其他功能如防水、全自动、充电式和智能也仍然占据一定比例；有趣的是，“可爱”的卖点在2023年的占比有所增加，同时，“便携”、“柔软”等卖点也得以被品牌挖掘。



儿童电动牙刷TOP1500商品卖点热词频次分布

■ 2022年占比 ■ 2023年占比

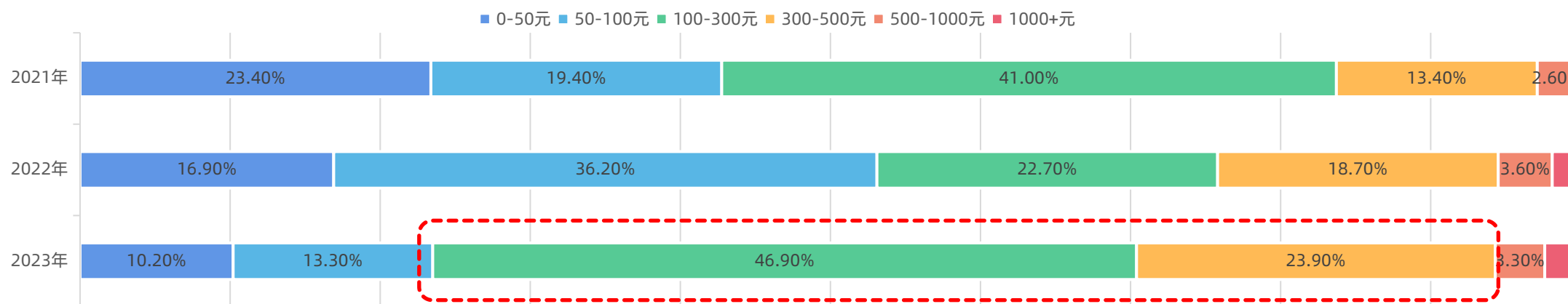


产品价格

成人电动牙刷产品，呈高端化消费趋势， 消费者追求高品质产品，拉动高价位区间销售增长

低价位区间（0-100元）销售额贡献在2021年到2023年间持续下降，中价位区间（100-300元）一直是主要销售额的贡献者，值得关注的是，中高价位区间（300-500元）及高价位（500-1000元）在这三年中持续增长，总体趋势显示出消费者对品质、功能和技术创新的产品有更高期待，愿意为更多功能和更好品质的产品支付更高的价格。

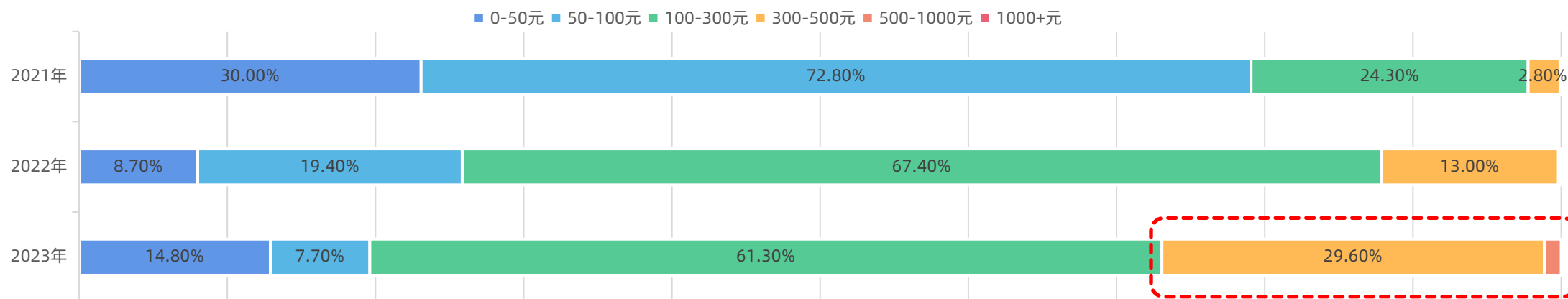
2021年-2023年成人电动牙刷各价格带销售额贡献分布



儿童电动牙刷产品，中高价位销售额飙升， 消费者品质意识提升，高端产品销售有望迎来增长期

低价位区间（0-50元）的销售额贡献在2021年到2023年间有所下降，而中高价位区间（300-1000元）的销售额贡献有所上升，尤其是300-500元这个价格带，其销售额贡献在这段时间内呈现明显增长。总体来看，家长对儿童口腔健康的关注不断增加，对品质和功能更高端产品的需求逐渐增加，愿意为更好的产品品质和功能支付更高价格。

2021年-2023年儿童电动牙刷各价格带销售额贡献分布



- ◆ **带货趋势：** 2023年相较于2022年，自然销售额占比有所增加，直播销售额整体有所下降，但仍然是主要的销售渠道之一。在直播类型中，品牌自播销售额占比大幅度增加，视频销售额的比例则保持了相对稳定的态势。越来越多品牌布局自播矩阵，为品牌带来了可观的销售额。
- ◆ **消费趋势：** 2023年电动牙刷消费群体性别分布呈现男女接近的趋势，其中女性占比略高；在年龄分布方面，24-40岁的年轻群体占据了较大比例，其中24-30岁的群体占38.24%，24-30岁的群体占25.73%。就城市线分布而言，各城市级别的消费占比相对均衡，但主要集中在新一线和二三线城市。

◆ 产品趋势：

➤ 成人电动牙刷

- **产品定位：** “情侣”成众多品牌主要目标人群，品牌相继推出了情侣礼盒套装，由此延展出“送礼”的消费场景；此外，学生群体的提及率也有所增长，另外，随着我国老龄化程度不断加剧，中老年人群体也具备较大的发展潜力，值得品牌进一步开发和关注；
- **产品定位：** 2023年，“软毛、防水、充电式、全自动”功能仍然是各品牌电动牙刷主要的卖点；值得注意的是，“便携”功能卖点在2023年增长明显，从1.9%上升至6.7%，由此可见，随着消费群体的场景需求的变化，众多品牌也在不断调整优化产品的创新及卖点；同时，感应式充电、减震等舒适性便利性卖点也得以被品牌挖掘。
- **产品价格：** 低价位区间（0-50元）的销售额贡献在2021年到2023年间有所下降，而中高价位区间（300-1000元）的销售额贡献有所上升，尤其是300-500元这个价格带，其销售额贡献在这段时间内呈现明显增长。总体来看，家长对儿童口腔健康的关注不断增加，对品质和功能更高端产品的需求逐渐增加，愿意为更好的产品品质和功能支付更高价格。

➤ 儿童电动牙刷

- **产品定位：** 随着家长对孩子口腔健康护理更精细化，目标人群细分化，品牌产品卖点随之出现“分层式”发展；这种细分化的趋势是针对不同年龄段、不同口腔护理需求的儿童提供更精准、个性化的产品和服务。
- **产品定位：** 2023年，在儿童电动牙刷TOP1500商品中，“软毛”和“声波”等仍然是主要的卖点热词；其他功能如防水、全自动、充电式和智能也仍然占据一定比例；有趣的是，“可爱”的卖点在2023年的占比有所增加，同时，“便携”、“柔软”等卖点也得以被品牌挖掘。
- **产品价格：** 低价位区间（0-50元）的销售额贡献在2021年到2023年间有所下降，而中高价位区间（300-1000元）的销售额贡献有所上升，尤其是300-500元这个价格带，其销售额贡献在这段时间内呈现明显增长。总体来看，家长对儿童口腔健康的关注不断增加，对品质和功能更高端产品的需求逐渐增加，愿意为更好的产品品质和功能支付更高价格。

04

品牌案例解析

Case Analysis

徕芬Laifen电动牙刷新品推广

PART-FOUR



徕芬Laifen扫振电动牙刷， 新品首发当月抖音电商销售额超900万

- **简介：**2019年，创始人叶洪新带领团队创立徕芬科技，徕芬科技是一家拥有多年研发、生产经验积累的创新科技公司。公司致力于将前沿技术应用于日常生活，让更多人能够在日常产品使用中能获得颠覆性的体验。
- **理念：**徕芬坚持以技术普惠为核心的企业理念。让每一款产品从性能到使用体验都能比肩甚至超越行业第一梯队的水准的同时，通过优化生产管理、供应链及技术探索让更多人可以轻松体验的可能性。



推广策略

徕芬品牌步步围绕用户，
“品牌力+产品力”两手抓，“公域+私域”内外兼修

徕芬新品打爆策略



品牌力

强势定位



技术普惠



科技形象
占领用户心智

产品力

极致产品



扫振电动牙刷



极致体验
构建用户感知

自营

私域搭建



扫振电动牙刷



精细化运营
影响用户决策及转化

合作

公域转化



品牌达人投放

徕芬Laifen扫振电动牙刷新品推广策略

(品牌定位/产品定位/种草策略/直播策略)

品牌 定位

徕芬是一家创新型科技公司，
坚定打造“高科技”的品牌形象，赢得用户心智地位



塑造创始人IP 首席产品经理人设

通过发布会演讲、王岑对话、程前的朋友圈访谈等营销打造创始人IP以及品牌形象；



树立品牌理念 技术普惠贯穿于方方面面

技术普惠，是徕芬科技核心理念；徕芬不仅将理念渗透到产品制作中，还深切贯穿于各方面；



自研创新产品 强大的科技创新能力

徕芬扫振电动牙刷上采用了自研的伺服系统，实现了“扫振一体”的刷牙效果，这也是徕芬首创的技术路线；

产品 定位

徕芬品牌自研自产极致产品，
专注于为用户提供极致体验，构建用户良好的积极感知

极致产品设计

下一代



如其名

60°扫刷/自研系统

性价比

可调模式等设计

退货包邮等服务

高科技产品感知

低价高质量感知

舒适易用感知

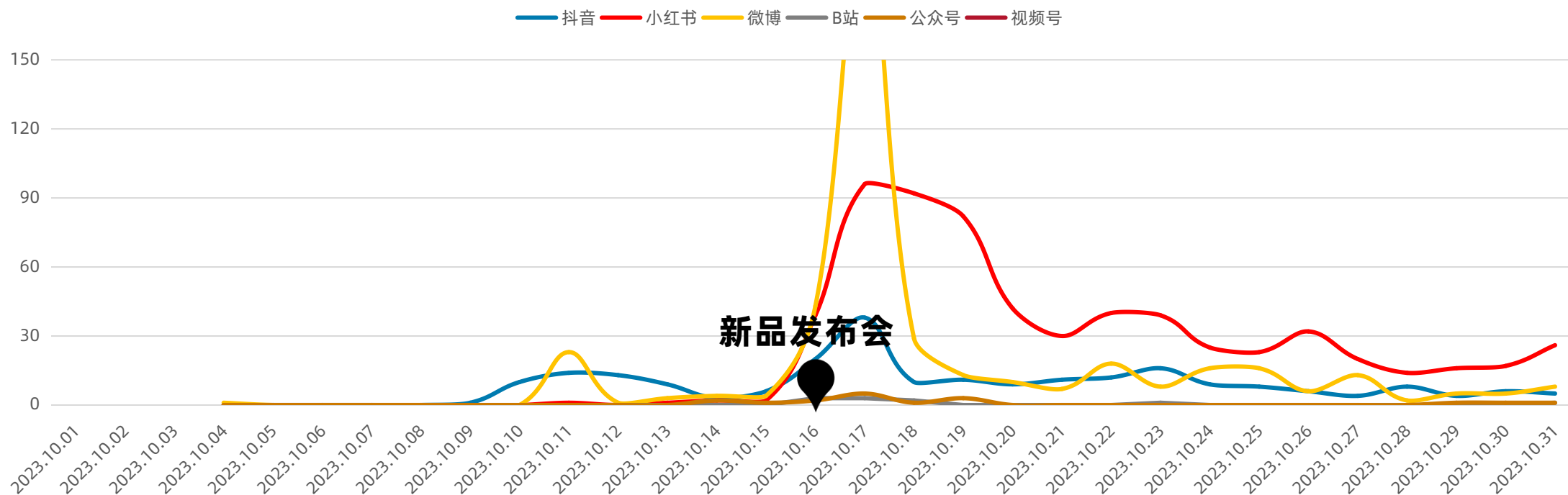
贴心服务感知

极致
用户
体验

新品 种草

多平台持续种草，抖音、小红书、微博平台为主，
引爆全网声量，实现品牌及产品的强曝光

徕芬电动牙刷2023年10月新品上市种草各平台发文量分布



种草达人

多类型达人合作，以“科技、时尚”类达人为主，覆盖多圈层人群，聚拢全域的高流量



	抖音	小红书	微博	B站	公众号
达人类型分布	科技46.7% 生活13.1% 知识咨询7.5% 职场教育4.7% 影视娱乐4.7%	护肤14.3% 生活7.6% 科技数码7.1% 家居家装6.3% 洗护香氛3.0%	科技21.5% 娱乐4.9% 时尚2.9% 情感2.4% 资讯2.2%	数码25.0% 时尚25.0% 知识25.0% 摄影25.0%	时尚15.9% 美食13.6% 科技12.5% 生活8.0% 数码5.7%
代表达人	王拂拂腰部达人 粉丝数: 837,395 生活 无聊的开箱腰部达人 粉丝数: 2,541,166 科技	科技数码说腰部达人 粉丝数: 590,154 科技 三甲皮肤Dr.赵晴腰部达人 粉丝数: 216,624 护肤	生活家居yoyo腰部达人 粉丝数: 939,151 科技怪杰头部达人 粉丝数: 1,528,825	小敏阿姨你好腰部达人 粉丝数: 241,598 爱生活的马克君尾部达人 粉丝数: 192,129 测评 实测 家电 数码 评测	品牌聚焦头部达人 粉丝数: 1,162,188 徐如意uu腰部达人 粉丝数: 406,701

*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音、小红书、微博、B站、公众号、视频号，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考。

内容策略

多元化内容，以“科技”为核心传播点，进一步深化了品牌形象、打造创始人IP、突显产品卖点等

产品科普

创始人访谈

品牌故事

产品种草

好物分享

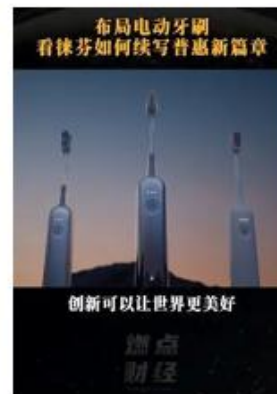
产品测评

产品发布会

财经解读

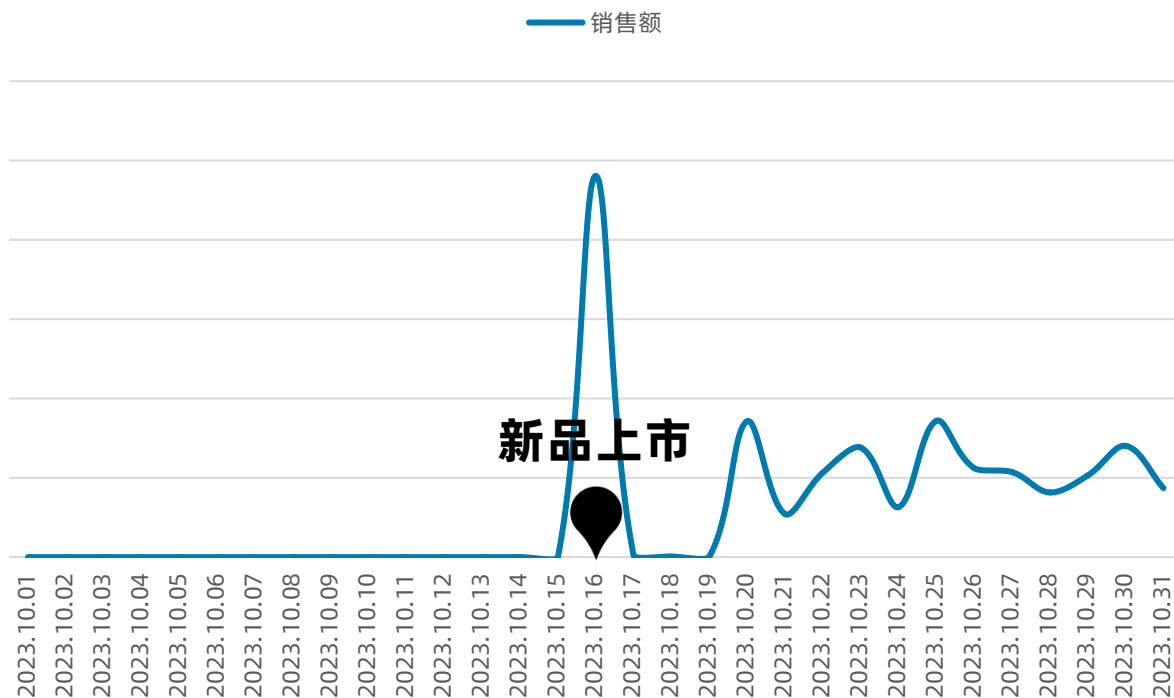
新闻资讯

...



新品首发销售以“品牌自播”为主， 原自播号精准流量高转化，新开垂类账号表现突出

徕芬电动牙刷10月新品上市抖音电商销售额分布



徕芬电动牙刷10月新品上市抖音电商品牌销售占比分布

销售来源	销售额指数	销售额占比	账号开设时间
徕芬官方旗舰店	3,147	51.9%	2020.10
徕芬扫振电动牙刷	1,348	22.2%	2023.09
徕芬官方旗舰店直播间	582	9.6%	2022.05
徕芬个护保健旗舰店	425	7.0%	2022.06
其他（商品卡）	564	9.3%	-

账号定位明确，采用精细化运营策略， 紧贴用户痛点，结合产品卖点有效种草提升转化



作品运营
科技时尚调性

直播间运营
主播、直播间布景、话术等

直播话术：紧贴用户痛点

- 能给我解决什么问题？刷的干不干净？--**打开就是巴氏刷牙法，省时省力干净**
- 巴氏刷牙法要七八分钟--**两分钟搞定**
- 电动牙刷已普及几十年，为啥还是有牙科？--**过去只有振动，徕芬自动扫刷**
- 刷头太贵了--**6只装更优惠，一只只要9块9**
- 不知道适不适合我--**定制专属刷牙方式，十个档位调节**
- 抽烟喝茶咖啡，形成色素沉淀--**三个档位，1000种方式，刷的干干净净**
- 白色耐不耐脏，会不会发霉？--**无缝压感按钮，航空级材质等**
- 有没有优惠？--**专属福利红包，同价双十一**
- 7天无理由--**180天内免费换新机、两年主机质保**

徕芬Laifen扫振电动牙刷，新品首发当月抖音电商销售额超900万

◆ 新品推广策略：

“品牌力+产品力”两手抓，“公域+私域”内外兼修；

➤ 品牌&产品定位

- ◆ **独特定位：**坚定打造“高科技”的品牌形象，赢得用户心智地位；
- ◆ **极致体验：**徕芬品牌自研自产极致产品，专注于为用户提供极致体验，构建用户良好的积极感知；

➤ 新品种草策略

- ◆ **新品种草：**多平台持续种草，抖音、小红书、微博平台为主，引爆全网声量，实现品牌及产品的强曝光；
- ◆ **种草达人：**多类型达人合作，以“科技、时尚”类达人为主，覆盖多圈层人群，聚拢全域的高流量；
- ◆ **内容策略：**多元化内容，以“科技”为核心传播点，进一步深化了品牌形象、打造创始人IP、突显产品卖点等；

➤ 新品直播策略

- ◆ **直播销售：**新品首发销售以“品牌自播”为主，原自播号精准流量高转化，新开垂类账号表现突出；
- ◆ **品牌自播：**账号定位明确，采用精细化运营策略，紧贴用户痛点，结合产品卖点有效种草提升转化；

果集 定制化洞察报告服务

果集行研以强大的社交媒体全域数据体系为依托，专注于消费品牌的社交媒体营销研究。我们聚焦六大主流社媒平台（抖音、快手、小红书、微博、微信、B站），为品牌提供趋势洞察、竞争分析、用户洞察以及社媒营销策略支持。

定制报告类型

类目趋势报告

类目赛道宏观数据呈现，
深入分析细分品类需求
与趋势



竞争环境报告

全方位呈现营销走势、
内部品牌形象和竞品
营销策略



产品认知报告

描绘消费人群特征、
系统归纳总结产品对
用户心智渗透



用户洞察报告

深度洞察用户需求，
分析总结消费意向和
偏好



内容分析报告

总结热门内容特点，
发掘最新引爆用户兴
趣的爆款话题



潜力KOL报告

全面复盘各层级达人
直播、视频种草效果



联系我们

微信：



邮箱：Chance.QU@guoji.pro

<http://www.guoji.pro>

果集·行研 Guoji Equity Research Dept

致力于消费品行业营销研究，为品牌提供趋势洞察、竞争分析、以及社媒营销策略支持



免费获取

更多品类品牌分析

冰箱 | 电视 | 洗衣机 | 空调 | 热水器 | 燃气灶 | 油烟机 | 集成灶 | 洗碗机 | 消毒柜 | 空气炸锅 | 破壁机 | 多功能料理锅 | 电热火锅 | 净水器 | 豆浆机 | 电蒸锅 | 电饭煲 | 洗地机 | 扫地机器人 | 电风扇 | 除螨仪 | 吸尘器 | 暖风机 | 挂烫机 | 空调扇 | 洗鞋机

海尔、美的、格力、小天鹅、TCL、海信、容声、老板、扬子、康佳、统帅、苏泊尔、九阳、万利达、德国蓝宝、奥克斯、华生、七彩叮当、美菱、荣事达、追觅、添可、科沃斯、海尔、美菱、德尔玛、扬子、美的、石头、UWANT、云鲸

获取更多原创报告

- 【果集·行研】厨房电器社媒电商周报(23年5月第4周)
- 【果集·行研】2023年4月个护小家电行业社媒营销分析报告
- 【果集·行研】2023年4月大家电行业社媒电商分析报告
- 【果集·行研】2023年4月生活电器行业扫地机器人品类社媒电商分析
- 【果集·行研】2022年家电行业社媒电商营销分析报告
- 【果集·行研】2022年Q1-Q3小家电社媒平台行业趋势洞察
- 【果集·行研】2022年Q1-Q3扫地机器人热门品牌社媒电商分析报告
- 【果集·行研】2022.Q1-Q3剃须刀品类爆品“飞科小飞碟”案例解析

.....

果集-社交媒体全链路服务商

果集科技是一家社交媒体全链路服务商，公司致力于将大数据、AI等新技术应用于社交媒体营销和电商领域，以数据和技术驱动品牌增长。通过行业咨询、策略系统、营销执行、运营工具四个方向，为品牌提供社交媒体全链路解决方案。



旗下产品

PRODUCTS OF GUOJI



联系 & 合作

CONTACT & COOPERATION



关注我们

领取24份抖/快/红
数据报告



商务合作

果集销售总监
余新彦



市场合作

果集市场品牌总监
何十三