

唇齿间の腔调

95后线上牙膏&牙刷用品
消费研究

CBNDATA

第一财经商业数据中心

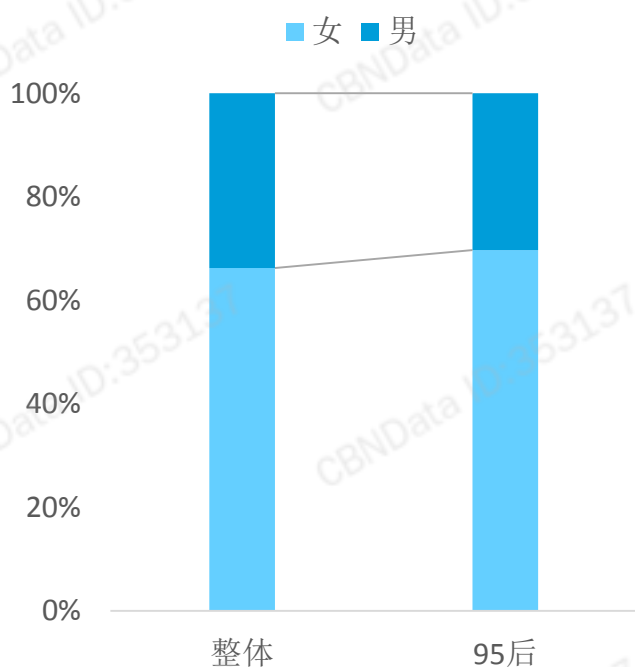
TABLE OF CONTENTS 目录

- Part1 : 95后“膨胀”之势 日渐足以挂齿
- Part2 : “刷”来张口 电力做主
- Part3 : 早晚洗刷刷 “膏”丰亮洁来一套
- Part4 : 铁齿铜牙OUT 唇红齿白当道
- Part5 : 小年纪也有大口气 充满薄荷气息

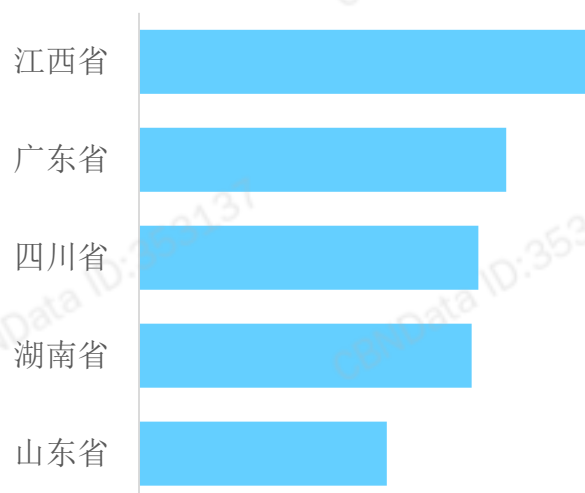
95后“膨胀”之势 日渐足以挂齿

如今时兴自称“膨胀”青年，不是自信心爆棚，而是各方面实力突围。在线上牙膏及牙刷用品市场上，又见证了95后近一年的“膨胀”之势：不论是消费人数在整体中的占比，还是在整体中的消费占比均显增势。其中，95后妹子们在线上牙膏及牙刷用品上的剁手热情，不仅远超95后汉子，且相较于整体女同胞更显领“刷”的女子力。此外，从地域偏好来看，江西省的95后们护齿意识较高。

2017.07-2018.06 95后vs.整体在牙膏及牙刷用品上按性别的消费占比



2017.07-2018.06 95后牙膏及牙刷用品偏好Top5省份



数据来源：CBNDATA消费大数据-2017年7月至2018年6月

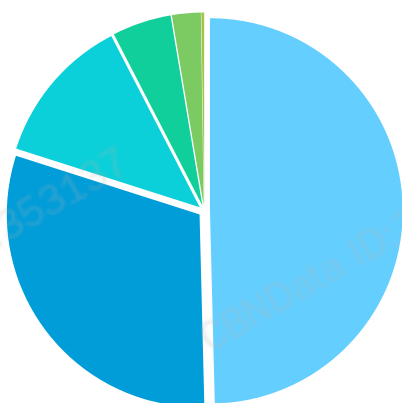
偏好度 = (各代际不同性别不同属性消费占比 - 整体人群不同属性消费占比) * 100, 大于0为偏好, 否则为不偏好

“刷”来张口 电力做主

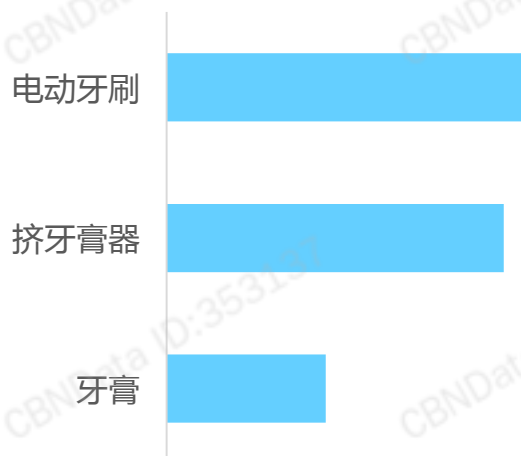
“饭来张口”已然成为不少年轻御宅族们的生活常态，刷牙也不例外。从电动牙刷在95后的线上牙膏及牙刷购买规模中占据半壁江山，不难发现他们的口腔清洁有多离不开“小电器”的加持。此外，从近一年的线上牙膏及牙刷细分品类市场规模的同比增速来看，不仅电动牙刷走俏，更可见挤牙膏器的增势，不仅得益于“懒”人经济，其他如牙刷架等牙刷及牙膏的辅助工具，均是对时下年轻人“仪式感”追求的满足。

2017.07-2018.06 95后在牙膏及牙刷细分用品上的消费分布

- 电动牙刷
- 牙刷/口腔清洁工具
- 牙刷架/牙刷座
- 牙膏
- 牙刷头
- 挤牙膏器



2017.07-2018.06 95后在牙膏及牙刷细分品类消费同比增速Top3用品

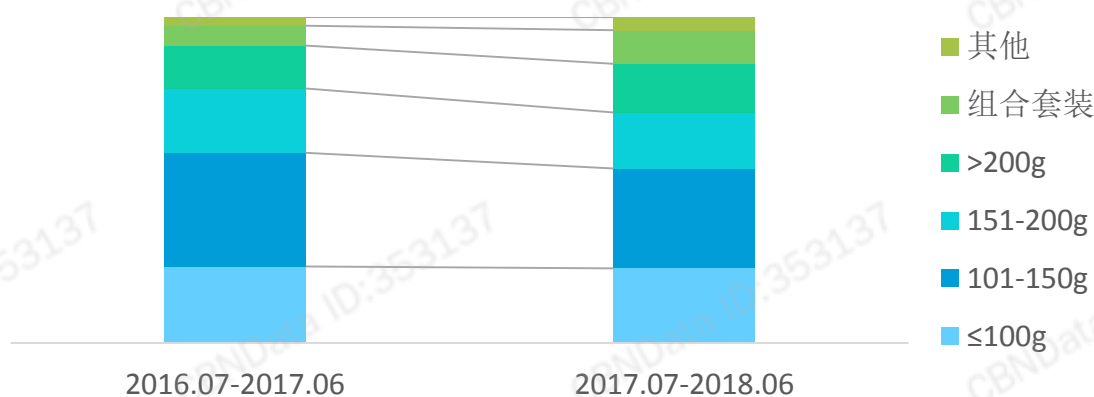


数据来源：CBNDATA大数据 - 2017年7月至2018年6月

早晚洗刷刷“膏”丰亮洁来一套

“你有freestyle吗”都已是陈年老梗，善变95后们的牙膏shopping观，自然也要有所“刷”新。相较于上一年同期，95后们为牙膏组合套装分配了更多的金力份额，且相比之下，对不同净含量的单支牙膏日渐不感冒。其中，95后的小男生尤其偏爱牙膏的组合套装。

2016.07-2018.06 95后在不同净含量牙膏上的消费分布



2017.07-2018.06 不同代际间不同性别对牙膏净含量偏好度

偏好度	70前		70后		80后		90后		95后	
	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男
≤100g	-2.54	-0.61	-0.54	-0.88	2.78	0.09	-1.40	-3.17	-0.62	-1.94
101-150g	0.77	-0.92	0.21	-1.93	-1.11	-2.12	3.12	-1.20	5.27	-2.21
151-200g	0.39	0.79	-0.33	1.17	-1.10	0.71	-0.25	1.71	-0.44	1.46
>200g	1.96	2.62	0.77	2.08	-0.05	2.15	-0.88	2.02	-5.63	-1.94
组合套装	-0.12	-0.64	-0.08	0.13	-0.92	-0.45	-0.56	1.05	1.01	3.72
其他	-0.46	-1.24	-0.03	-0.58	0.39	-0.37	-0.02	-0.42	0.41	0.90

数据来源：CBNData大数据 - 2016年7月至2018年6月

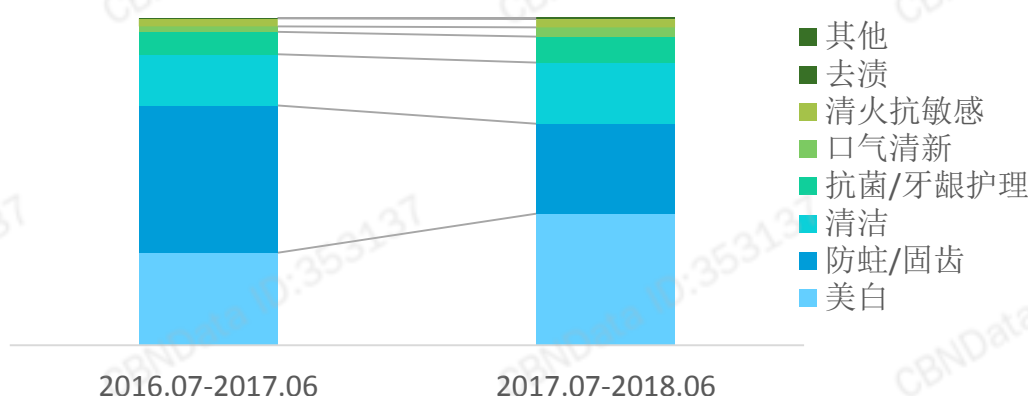
偏好度 = (各代际不同性别不同属性消费占比 - 整体人群不同属性消费占比) * 100, 大于0为偏好, 否则为不偏好, 以上红色表示偏好, 蓝色表示不偏好

大数据·全洞察

铁齿铜牙OUT 唇红齿白当道

在“颜值为王”时代熏陶之下，95后们也瞬间领悟到面子工程中牙齿的重要性。以至于95后们在不同功能牙膏上的支出分布，在近一年有了显著的“金力”转移，曾经对“防蛀固齿”牙膏的大投入，如今都转到了“美白”牙膏上。而“迁徙”大流中，95后妹子们尤为积极，看来“牙齿美白”是她们的当务之急。

2016.07-2018.06 95后在不同功能牙膏上的消费分布



2017.07-2018.06 不同代际间不同性别对牙膏功能偏好度

偏好度	70前		70后		80后		90后		95后	
	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男
美白	-3.82	-5.80	-3.09	-4.14	-1.47	-2.81	3.83	1.03	7.85	4.79
防蛀/固齿	-0.35	1.42	0.71	0.94	0.78	0.54	-1.65	-1.36	-1.06	0.28
清洁	-1.65	-2.48	-0.46	-1.21	-0.06	0.27	0.64	1.52	0.28	0.16
抗菌/牙龈护理	3.97	4.76	1.98	3.28	0.82	1.73	-1.97	-0.97	-5.65	-4.32
清火抗敏感	1.59	1.88	0.68	0.85	-0.05	0.13	-0.62	-0.58	-0.88	-0.84
口气清新	0.31	0.27	0.13	0.35	-0.07	0.13	-0.16	0.30	-0.53	0.04
去渍	-0.05	-0.07	0.05	-0.08	0.05	0.00	-0.07	0.08	0.00	-0.10

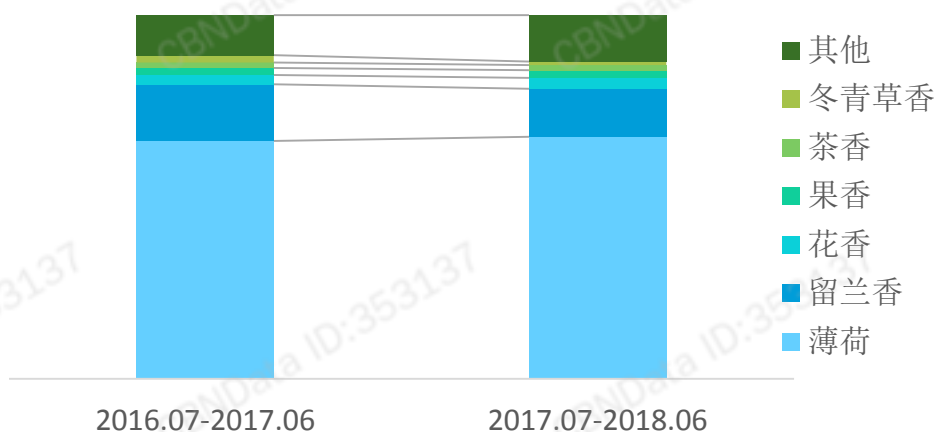
数据来源：CBNData大数据 - 2016年7月至2018年6月

偏好度 = (各代际不同性别不同属性消费占比 - 整体人群不同属性消费占比) * 100, 大于0为偏好, 否则为不偏好, 以上红色表示偏好, 蓝色表示不偏好

小年纪也有大口气 充满薄荷气息

从女明星们带火的一波波“香口丸”，可见大众对口气的在意程度，已然将其列入个人仪表之列。而从线上95后在不同香味牙膏上“金力”分布可见，他们对“薄荷”味牙膏的青睐有增不减。值得一提的是，70后的叔叔阿姨们也是“薄荷”味口气的拥护者哦。

2016.07-2018.06 95后在不同香味牙膏上的消费分布



2017.07-2018.06 不同代际间不同性别对牙膏香味偏好度

70前	70后	80后	90后	95后

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17186

