



口腔护理：薇美姿 一站式口 腔护理新星



公司简介：薇美姿集团为领先的专业化一站式口腔护理产品提供商。成立于 2014 年，公司成功打造舒客、舒客宝贝两大口腔护理品牌，为消费者提供一站式口腔护理产品，2020 年公司以 47 亿元的零售额位列中国口腔护理市场行业第四。2021Q3 集团营收为 12.30 亿元，调整后净利润达 1.28 亿元，同比增长 56.7%。2020/2021Q3 毛利率达 58.1%/62.8%，净利率达 9.4%/10.5%。

行业概况：中国口腔护理市场不断扩容，细分赛道高速扩张。2020 年我国口腔护理市场规模达 884 亿元，过去五年 CAGR 15.5%，预计至 2025 年市场零售规模将增长至 1522 亿元，期间 CAGR 达 11.5%。行业特征呈现：1) 渠道线上化；2) 需求专业化；3) 消费高端化趋势。我国口腔护理市场渗透率提升空间广阔：2020 年中国电动牙刷渗透率为 8.7%，远低于同期美/日水平的 50.0%/30.0%。头部公司市占提升空间广阔：2020 年国内口腔护理市场行业 CR5 合计市占率达 33.9%，其中薇美姿占据 5.3%，位列行业第四。

竞争优势：差异化定位品牌高度，流量打法加速消费触达。1) 品牌定位中高端市场，突出打造专业化形象：精准洞见科学化行业趋势，突破“一支牙膏”思维定势，打造“一站式口腔护理”品牌，以专业品牌定位率先进驻中高端市场。2) 儿童口腔护理龙头，布局未来消费者教育：旗下品牌舒客宝贝率先关注儿童口腔护理市场，下一代消费者教育成果显著，2020 年市占率达 20.4%，位列行业第一。3) 3D 营销模式加速流量聚集，持续

投放占领消费心智：营销策略以暴力打法迅速汇聚短期流量，辅助长期广告投放提升品牌曝光度。公司 21Q3 销售费用率达 41.31%，长期远超可比同业。4) 线下渠道加速迭代，线上渠道蓄势待发：看好强营销力与品牌力支撑的渠道结构改善，公司已于天猫、京东、抖音、小红书等主流平台布局 32 家自营网店及 48 名线上经销商，2021Q3 线上渠道收入达 5.33 亿元，同比增长 14.0%，占总营收比重 56.69%。

未来规划：研发+营销+渠道三位一体全面布局。1) 营销与品牌建设：加强线上平台营销以及线下投放户外广告，提升品牌知名度。2) 投入产品研发：从人才、设备、实验室、外部合作等方面加强基础研究能力构建，投入新品牌或新品牌类别开发。3) 加强线下渠道：加强线下销售及经销网络，通过专柜站式及线下产品路演加强与消费者的互动。4) 投资收购：投资在欧小众口腔护理公司，与公司现有品牌形象及现有产品组合形成协同效应。5) 业务数字化：对内以消费者洞察支持营销及销售活动，对外与外部业务实现生产及供应链精细化管理、提高经营效率。

风险提示：行业竞争加剧；新品研发不及预期；获客成本上升；产品

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_37792

