

机密

中国漱口水行业 消费趋势白皮书

2023年9月



中国牙病防治基金会
CHINA ORAL HEALTH FOUNDATION

FROST & SULLIVAN

沙利文

BOP

波普专研®



报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系沙利文独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经沙利文事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，沙利文保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。沙利文开展的所有商业活动均使用“沙利文”的商号、商标，沙利文无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表沙利文开展商业活动。

FROST & SULLIVAN

沙利文

目录

- 1 中国口腔护理市场概况
- 2 中国漱口水市场概况
- 3 漱口水五大趋势深度洞察





01

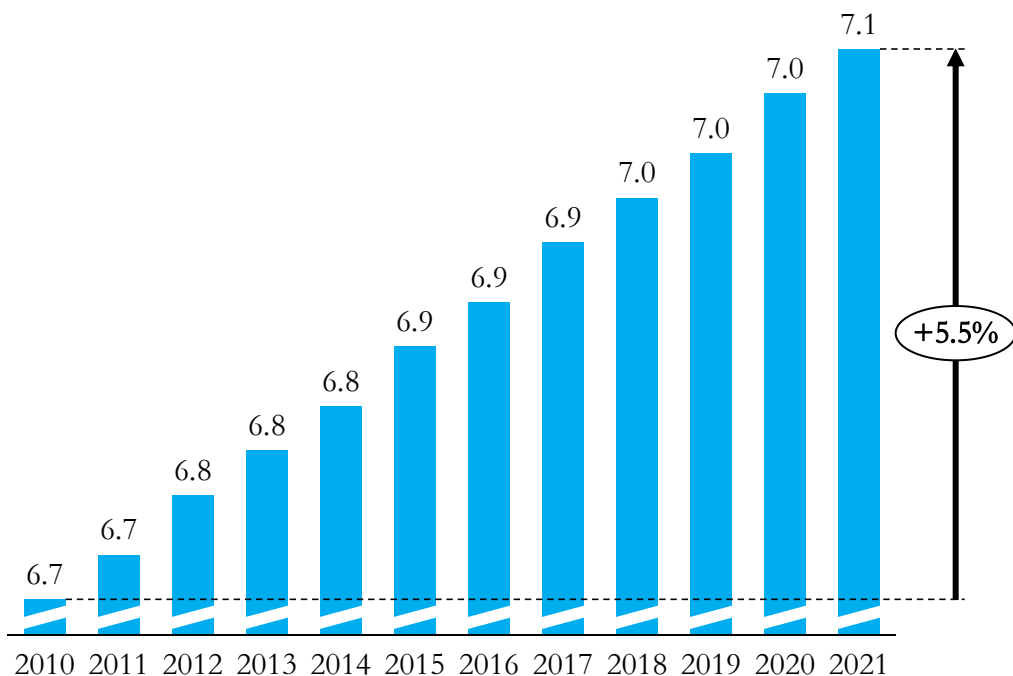
中国口腔护理市场概况

中国口腔疾病患病人数已超7亿，国民口腔问题多样复杂

中国口腔疾病患者基数较大，在2021年总患病人群达到7.1亿人次¹。国民口腔问题多样，以牙疼、牙渍、口腔异味和牙龈出血等口腔症状为代表。龋病、牙周疾病、牙颌畸形、牙齿缺失、口腔黏膜病等口腔疾病在社会群体中累计患病率高达90%以上²。

中国口腔疾病患者人数

亿人, 2010-2021



口腔困扰

牙疼、牙黄、牙渍、牙垢等

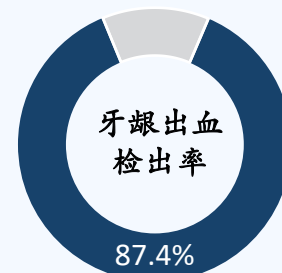
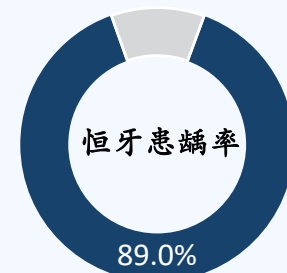
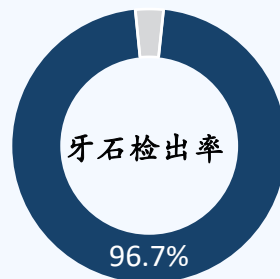
口腔问题表征

口臭、牙龈出血、牙本质敏感、
口干症、牙裂

口腔疾病

龋病、牙周病、口腔黏膜病、牙
齿缺失、牙颌畸形

中国35岁至44岁居民口腔问题检出率



国家卫生计生委发布的全国第四次口腔健康流行病学调查报告显示，中国35岁至44岁居民口腔健康仍有待提高，其中牙石检出率高达96.7%²，恒牙患龋率达到89.0%，牙龈出血检出率为87.4%。

国家积极加强口腔疾病防治体系建设，强化口腔健康教育和口腔疾病防治干预措施

如今，是否拥有一副健康的口腔，已经成为衡量身体健康和生活质量的重要指标之一。国家层面对“健康口腔”的全力支持，这将提高居民的口腔健康意识及口腔疾病的知晓率、就诊率，人群口腔健康素养水平和健康行为形成率大幅提升。

国家层面有关口腔健康的重点政策解读

时间	机构	政策名称	重点内容
2019.07	健康中国行动推进委员会	《健康中国行动（2019-2030年）》	推动营养健康科普宣教活动常态化，鼓励全社会共同参与全民营养周、三减三重(减盐、减油、减糖，健康口腔、健康体重、健康骨骼)等宣教活动。
2019.01	国家卫生健康委办公厅	《健康口腔行动方案（2019-2025年）》	立足全人群，全生命周期的口腔健康管理，不同生命阶段的主要口腔问题；孕妇产妇、儿童青少年、职业人群、老年人等重点人群，进行分类指导。
2017.09	原国家卫生计生委、国家体育总局、等五部门	《全民健康生活方式行动方案（2017-2025年）》	提出“三减三健”（减盐、减油、减糖、健康口腔、健康体重、健康骨骼），强调健康口腔的重要性
2017.02	发改委	《中国防治慢性病中长期规划（2017-2025年）》	全面加强口腔保健疾病的预防工作。加大牙周病、龋齿等口腔常见病干预力度，实施儿童局部用氟，窝沟封闭等口腔保健措施，12岁儿童患龋率控制在30%以内。
2016.10	国务院	《“健康中国2030”规划纲要》	提出全民健康生活方式行为，健康口腔专项行动，到2030年基本实现以县（市、区）为单位全覆盖；明确要求加强口腔卫生，将12岁儿童患龋率控制在25%以内（到2030年）。

2019年-2025年健康口腔行动工作指标（单位：%、颗）

主要指标	基数 (2016年)	2020年	2025年	属性
12岁儿童龋患率（%）	34.5%	控制在32.0%以内	控制在30.0%以内	预期性
12岁儿童龋齿充填治疗比（%）	16.5%	20.0%	24.0%	预期性
儿童窝沟封闭服务覆盖率（%）	19.4%	22.0%	28.0%	预期性
成人每天两次刷牙率（%）	36.1%	40.0%	45.0%	倡导性
65-74岁老年人存留牙数（颗）	22.5	23	24	预期性

数据来源：国务院、发改委等相关政府网站；弗若斯特沙利文分析

口腔健康与全身健康息息相关，研究表明口腔生态系统的平衡对维护人类健康意义重大

口腔是一个非均质环境，口腔内的微生物不仅直接参与口腔局部及远端器官疾病的发展，还可以通过与其他人体微生物的交互作用间接影响人类健康。动脉粥样硬化斑块中可检出口腔共生菌，而牙周袋内梭杆菌、链球菌、奈瑟菌的水平更是与血浆胆固醇水平密切相关。例如，大量研究证明，牙周炎能通过龈下菌斑生物膜中的微生物及其产物引起全身炎症及免疫反应，可能成为一些全身疾病的危险因素。因此，口腔生态系统的平衡对人类健康维护的意义重大。

口腔健康与全身健康的关系

动脉粥样硬化:

牙周细菌等物质可能进入血液循环，引起高凝血，增加血栓风险。动脉粥样硬化斑块中可检出口腔共生菌；而牙周袋内梭杆菌、链球菌、奈瑟菌的水平更是与血浆胆固醇水平密切相关。

呼吸疾病:

口腔细菌进入血液并侵袭呼吸道，如牙周炎可增加慢阻肺患病几率

消化疾病:

牙周病可能通过破坏肠道上皮屏障、改变肠道菌群以及诱发或者加重炎症反应而导致消化道疾病加重

类风湿性关节炎:

牙周细菌和毒素进入血液循环系统，增加心脏病患病几率。

心脏病:

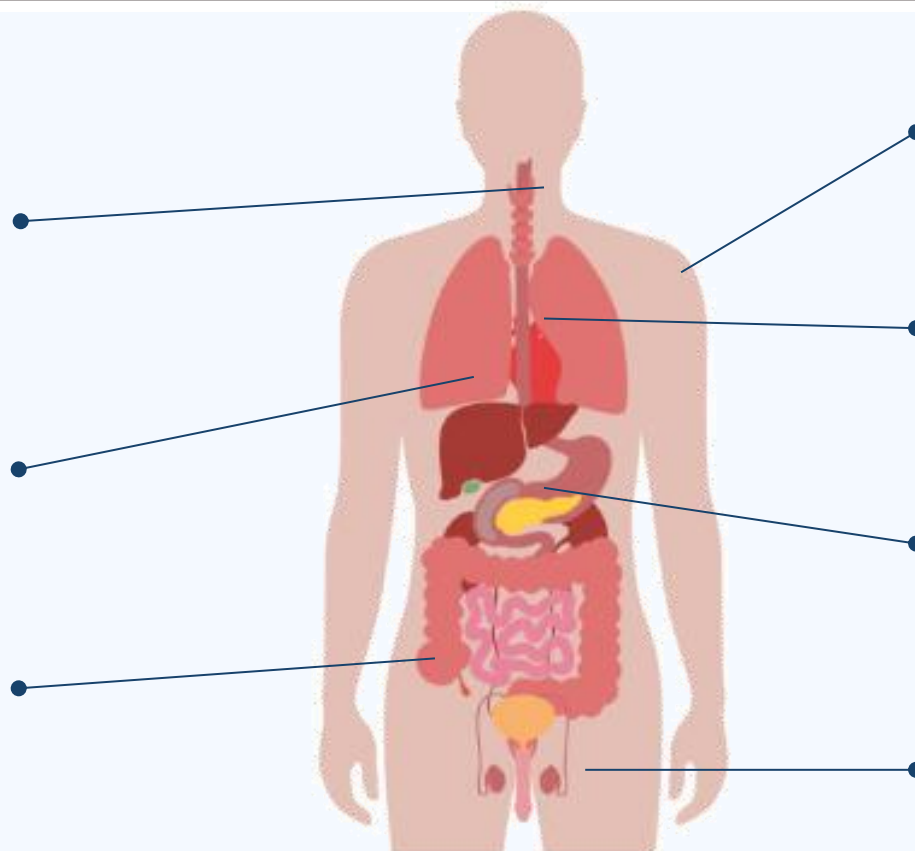
牙周细菌和毒素进入血液循环系统，增加心脏病患病几率。

糖尿病:

患者唾液葡萄糖浓度升高，pH值降低，口腔自洁力减弱，病原微生物滋生，易诱发口腔黏膜炎、龋齿

前列腺癌:

牙周病患者发生前列腺癌风险是非牙周炎患者群的1.17倍



资料来源: [1]何金枝, 徐欣, 周学东. 口腔微生物与全身健康研究进展[J]. 微生物与感染, 2017, 12(03):139-145. [2]黄培勃, 彭显, 徐欣. 口腔挥发性硫化物的产生与针对性防治的研究进展[J]. 国际口腔医学杂志, 2021, 48(05):592-599. [3]孙惠, 陈龙, 彭程琪等. 牙周病发病因素及防治方法研究进展[J]. 通化师范学院学报, 2022, 43(08):65-69. DOI:10.13877/j.cnki.cn22-1284.2022.08.011 [4]谭亮, 王家林, 田鹏. 消化系统恶性肿瘤与微生物菌群失调关系的研究进展[J]. 山东医药, 2020, 1165(7):115-118 [5] American Academy of Periodontology Research, Science, and Therapy Committee. Treatment of Plaque-induced Gingivitis, Chronic Periodontitis, and Other Clinical Conditions [J]. Pediatr Dent, 2016, 38(6):402411. [6]《口腔微生物与全身健康研究进展》 [7]《牙周微生态与心脑血管疾病研究进展》

数据来源: 弗若斯特沙利文分析

口腔微生物菌群的变化是导致多种口腔疾病的关键因素

口腔内细菌的繁殖能引发各类口腔疾病。根据中国牙病防治基金会2019年发布的《中国居民口腔健康指南》，龋齿和牙周疾病是危害我国居民口腔健康的两种最常见的疾病，治疗复杂、治疗时间长、花费金额高。因此通过有效的口腔护理步骤和护理产品，能预防和清除口腔有害菌群的形成，从而维护口腔健康。

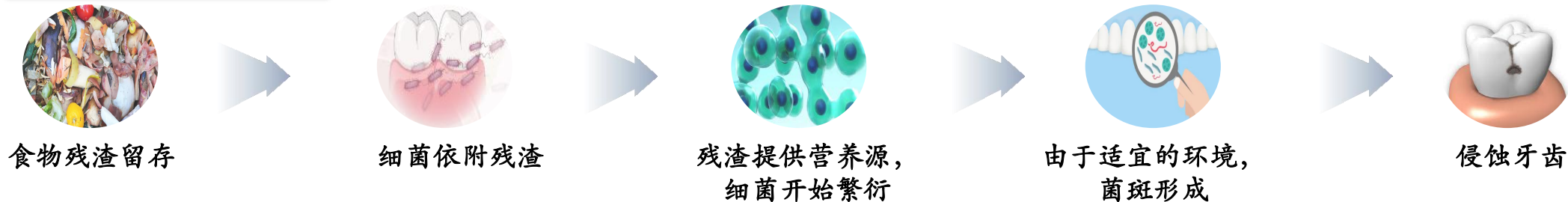


资料来源：[1]黄培勃, 彭显, 徐欣. 口腔挥发性硫化物的产生与针对性防治的研究进展[J]. 国际口腔医学杂志, 2021, 48(05):592-599. [2]孙惠, 陈龙, 彭程琪等. 牙周病发病因素及防治方法研究进展[J]. 通化师范学院学报, 2022, 43(08):65-69. DOI:10.13877/j.cnki.cn22-1284.2022.08.011. [3]李帅. 关于口腔溃疡的预防[J]. 人人健康, 2022, No. 578(21):20. [4]王亚娟, 张淑霞, 马瑞娟. 复发性口腔溃疡与口腔和消化道菌群微生态相关性分析[J]. 黑龙江医药科学, 2021, 44(06):169-171+190. [5]《2015口腔医学新进展》

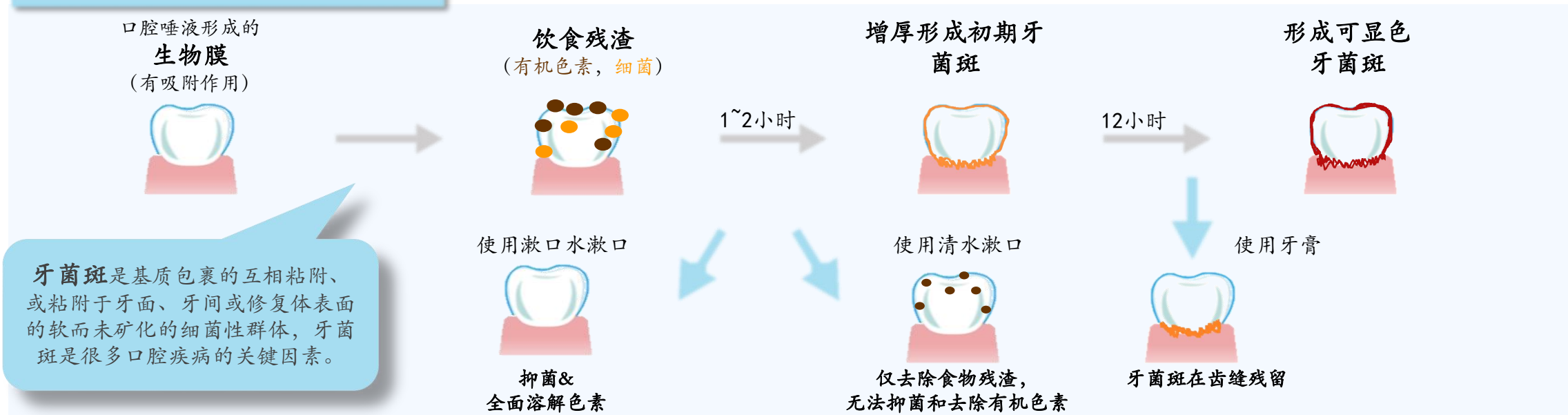
数据来源：弗若斯特沙利文分析

口腔内未及时清洁的食物残渣是细菌在短时间大量繁殖的营养源

食物残渣带来的危害



典型案例——牙菌斑的形成过程



牙菌斑是基质包裹的互相粘附、或粘附于牙面、牙间或修复体表面的软而未矿化的细菌性群体，牙菌斑是很多口腔疾病的关键因素。

资料来源：[1]何金枝, 徐欣, 周学东. 口腔微生物与全身健康研究进展[J]. 微生物与感染, 2017, 12(03): 139-145.

[2]乌日汉, 郭小娟, 王怡等. 牙菌斑生物膜的形成与控制[J]. 微生物学报, 2018, 58(11): 1950-1960. DOI: 10. 13343/j. cnki. wxsb. 20180205. [2]孙惠, 陈龙, 彭程琪等. 牙周病发病因素及防治方法研究进展[J]. 通化师范学院学报, 2022, 43(08): 65-69. DOI: 10. 13877/j. cnki. cn22-1284. 2022. 08. 011.

数据来源：弗若斯特沙利文分析

■ 仅采用物理方法对去除牙菌斑的作用有限，需要使用漱口水等方式作为补充进行深度清洁

牙菌斑的控制方法主要分为机械方法和化学方法两大类。机械方法主要有：刷牙；使用牙线、牙签，牙间刷和牙龈按摩器等。化学方法主要有：表面活性剂（如氯己定）、酚类化合物、重金属盐类、酶类化合物以及天然产物等（如茶多酚类等）¹。

机械方法



通过物理机械方法去除口腔内菌斑，方式有刷牙、使用牙线牙签等。

刷牙和邻间刷只能去除大部分的菌斑，但遗留在窝沟点隙和邻间隙里的牙菌斑仍然要靠漱口水的作¹。



化学方法

- 刷牙存在一定局限，只能清除牙面上40%~50%的菌斑，邻面只能去除30%的菌斑，对于清除口腔软组织表面的菌斑作用有限。而漱口水可深入口腔各部位，包括牙刷难接触的牙龈边缘及牙缝间。
- 根据研究，功效型漱口水可以减少牙缝间细菌达44%，减少引起口臭的细菌达90%，减少牙菌斑达56%²。

漱口水分组 ³	人数	菌斑指数
某非处方漱口水	19	2.38 ± 0.82
洗必泰	19	1.75 ± 0.49
安慰剂	19	3.68 ± 0.82

资料来源：[1] 《2015口腔医学新进展》[2]《口腔健康与护理预防》[3] 尚姝环等. "Listerine(R)漱口水抑制牙菌斑再生效果的临床研究." 口腔医学研究 23. 006(2007):694-696.

数据来源：弗若斯特沙利文分析

正确的口腔护理顺序应遵循牙间隙清理、刷牙、舌面清洁、漱口等步骤

饭后及时漱口可有效清洁口腔，预防龋病；牙病防治基金会专家建议洗牙可减少牙结石堆积以预防牙周疾病，宜每年至少一次。

日常口腔护理



牙间隙清理（据情况）

如有需求，刷牙前要先进行牙间隙处的清理，可以采用牙线以及冲牙器等等，按顺序把每个牙缝冲洗干净。



正确刷牙

使用水平震颤的刷牙方式刷牙，牙刷刷毛要和牙齿呈四十五度角，轻轻把牙刷毛伸入牙龈沟内，保证在每颗牙面刷5次左右。



舌面清洁

牙刷轻轻地蘸一点清水然后再轻轻的刷舌面。



反复漱口

反复漱口多次，把残留游离菌斑等漱出

专业口腔护理



“…正常洗牙建议一年一次，当然可根据个人平时对牙齿的维护情况适当延长或缩短时间。比如有些人平时对牙齿比较重视，有良好清洁习惯，牙结石堆积少，这样可以1年半至2年进行一次牙齿洁治。如果平时没有较好的口腔卫生习惯，可能会使牙结石快速形成，建议半年就进行一次洗牙…”

-----中国牙病防治基金会 于讲师

数据来源：中国牙病防治基金会；弗若斯特沙利文分析

口腔护理产品品类多、适用场景广，在维持国民口腔健康中发挥着巨大作用

根据国家标准《口腔清洁护理用品的分类和术语(GB/T35919-2018)》，口腔清洁护理用品是指以洗刷、含漱、涂擦、喷洒、贴或者其他类似的方法，作用于人的牙齿、口腔黏膜或义齿，以达到清洁、减轻不良气味、修饰、维护，使之保持良好状态的日用产品。口腔清洁护理用品按类型分为牙膏、牙刷、口腔清洁护理液、牙粉、牙签、牙线、牙齿美白剂、牙贴等。

药用类产品



药用漱口水



药用凝胶



药用喷雾

消费类产品



漱口水



牙膏



牙线



口喷



牙刷



牙贴



消费者使用场景

社交场景



专业护理场景



日常护理场景



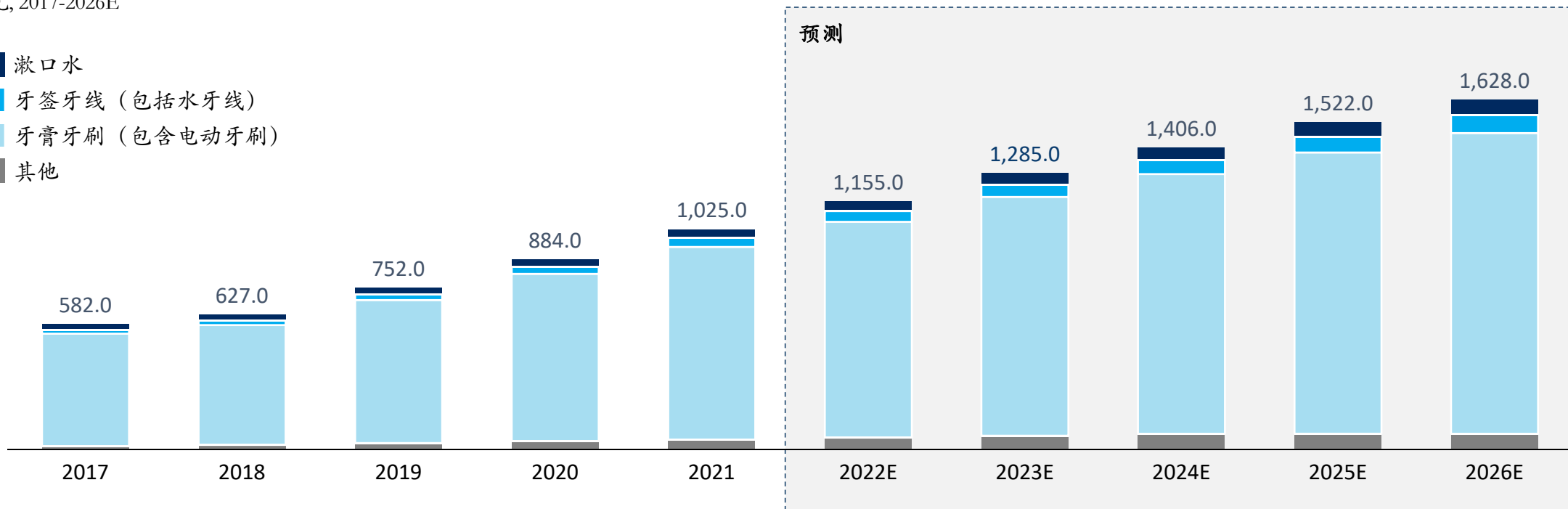
2021年中国口腔护理用品整体市场突破千亿，漱口水等新兴产品市场份额显著增加

随着居民饮食结构的改变以及中国老龄化程度的加深，国内拥有口腔问题的人口将越来越多，口腔护理用品的需求将日益增加。沙利文预测，在传统口腔护理产品市场规模维持稳定增长，其他口腔护理用品市场需求逐步得到释放的情况下，未来中国口腔护理用品行业整体市场规模将保持持续增长，预计到2026年市场规模有望突破1,628亿元。

中国口腔护理用品市场规模，按产品类型，按零售口径计

亿元, 2017-2026E

- 漱口水
- 牙签牙线（包括水牙线）
- 牙膏牙刷（包含电动牙刷）
- 其他

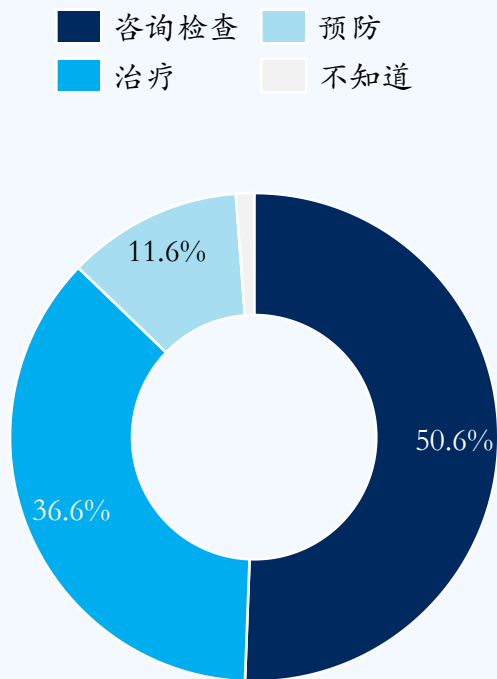


数据来源：弗若斯特沙利文分析

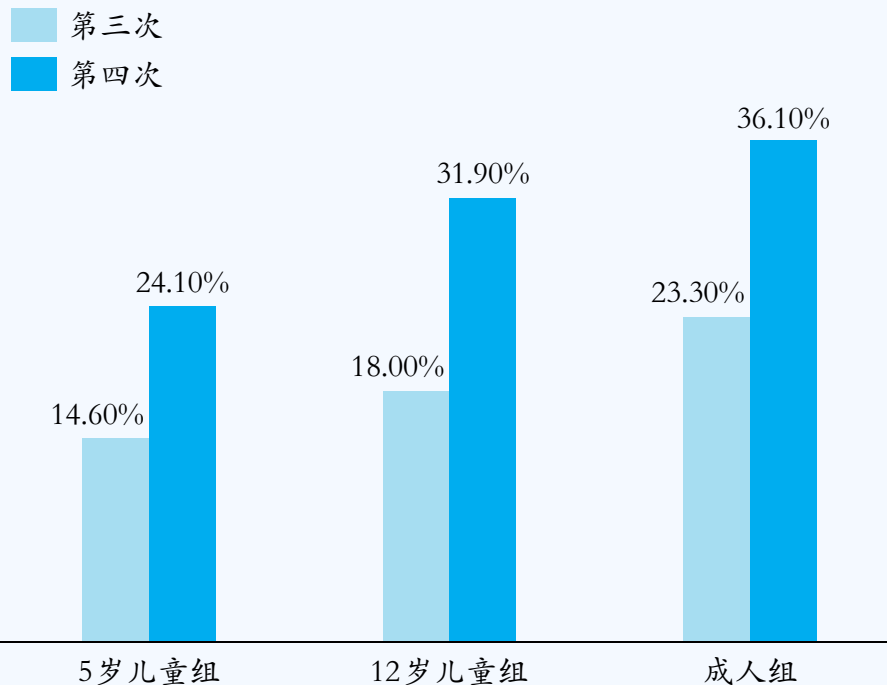
中国居民口腔护理理念较10年前有所提高，但以“预防”为主的口腔理念仍有扩展的空间

根据全国3~5岁年龄儿童就医原因分析，以“预防”为目的的仅有11.6%。虽然根据第三次和第四次中国居民健康调查每天两次刷牙率对比，我国居民两次刷牙率有所上升，但基数仍处于较小位置，以“预防”为主要口腔清洁仍在人群中渗透率较低。

全国3~5岁年龄组就医原因构成比¹



第三次和第四次中国居民健康调查每天两次刷牙率对比²



✓ 口腔疾病在我国人群中非常普遍，虽然近几年人们的口腔意识有所提高，但是，口腔护理的卫生习惯还是需要不断的提升。

✓ 预防口腔疾病很重要，口腔护理不到位会导致口腔疾病，严重的可能影响全身健康。

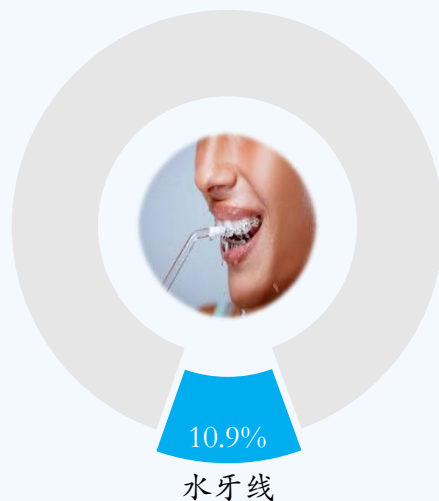
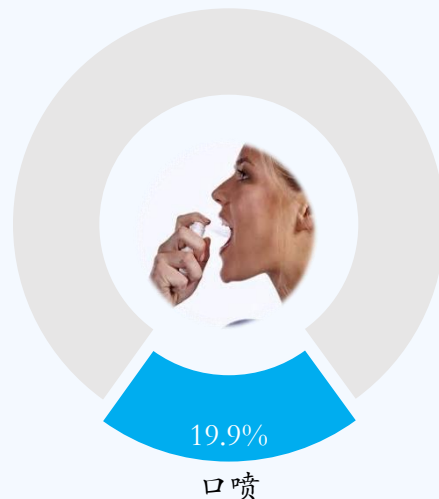
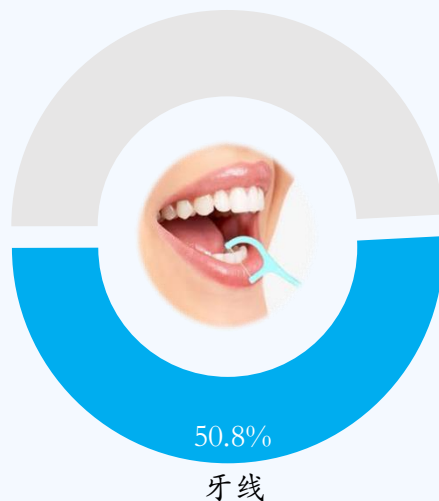
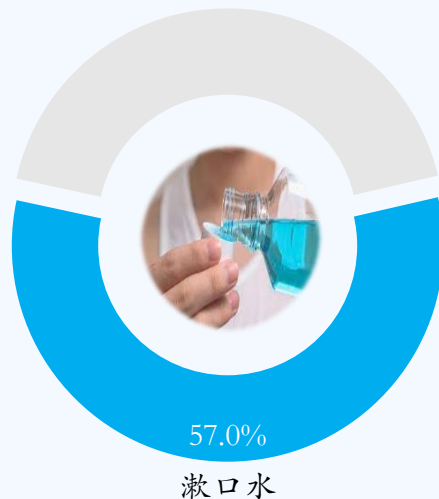
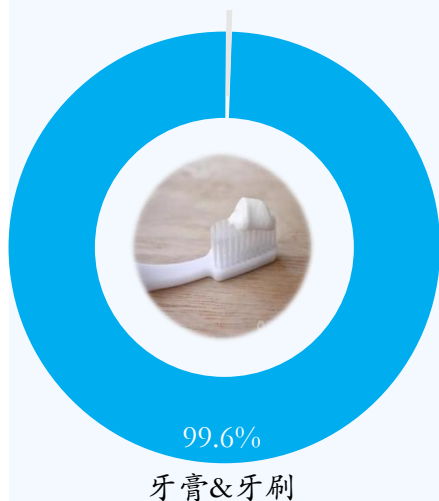
——四川某知名口腔医院主任

随着国民对口腔护理的重视和相关产品渗透率上升，漱口水已成为除牙膏牙刷外最强劲的品种

根据消费者调查，牙膏、牙刷是中国口腔护理用品最主要的品类，居民对使用牙膏和牙刷产品已经形成良好的概念。近年来，随着口腔健康理念的普及居民健康意识有所提高，漱口水和牙线等产品也渐渐进入中国居民的日常生活。未来随着居民饮食结构的改变以及中国老龄化程度的加深，国内拥有口腔问题的人口将越来越多，口腔护理用品的需求将日益增加，各大产品的渗透率将进一步提高。

居民过去一年内固定使用的口腔护理产品（产品渗透率）

N=2500



数据来源：弗若斯特沙利文分析

The background of the slide features a photograph of two young women lying on their backs, smiling broadly. They are surrounded by various flowers, including white daisies and yellow dandelions. One woman is wearing a floral-patterned top. A white circular graphic containing the number '02' is positioned in the upper right area.

02

中国漱口水市场概况

漱口水产品形态多样，其中便携式漱口水使用场景尤为丰富

漱口水是一种口腔清洁产品，按照产品形态可分为水溶液、浓集物和特殊方式类，其中水溶液漱口水又可按产品包装分为中大瓶装、小瓶装和便携装。便携装漱口水使用场景丰富，全面覆盖居家、办公、差旅和约会等社交场景。

漱口水定义



口腔清洁护理液，也叫漱口水、含漱液，作为日常口腔卫生的一个补充方式，正在被越来越多的人使用¹

漱口水产品形态



水溶液，纯的或用水稀释的溶液；按照包装形式分为条状液态、瓶装液体、果冻装液体



浓集物，用大量的水稀释才可使用



特殊方式，如粉末和片剂，使用时放入水中溶解

漱口水使用场景



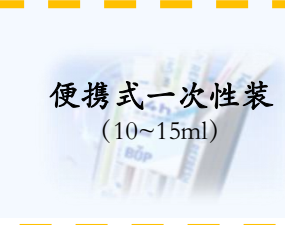
中瓶与大瓶装
(250ml和500ml为主)

适用场景：适合居家、办公室、学校等场所日常护理使用



旅行装小瓶装
(60~100ml)

适用场景：适合约会、差旅等，一瓶可使用2~3次



便携式一次性装
(10~15ml)

适用场景丰富：约会、差旅、办公室等外出场景，一次性使用

漱口水主要三大功能：深层清洁口腔、清除口腔异味和减少牙菌斑



- 用漱口水不仅可以清理食物残渣，还能解决牙菌斑问题，因此口腔患有疾病时和日常的口腔健康维护中都建议使用。

——北京某三甲口腔医院牙周科 主治医师

漱口水的功能一：深层清洁口腔

漱口水的功能二：减少牙菌斑

★ 漱口水的功能三：清除口腔异味

生理性口臭

病理性口臭

非口源性口臭

口源性口臭

口腔微生物通过消化口腔内的滞留物质而产生挥发性硫化物(VSCs)及其他异味物质，从而导致口臭。口臭气味的主要成分是硫化氢和甲基硫醇³



深层清洁口腔的机理

- 大多数(85%)的口臭起源于口腔里的缝隙，这些是牙刷很难刷到的地方。而漱口水是液体，具有流动性，可以轻松地进入口腔缝隙将食物残渣清洁出来



减少牙菌斑的机理

- 漱口水中的抗菌剂通过化学的方法影响牙菌斑的形成，如阻止细菌向口腔表面黏附、影响细菌的活力、扰乱已经存在的菌斑等⁴



清除口腔异味的机理

- **机械清洁食物残渣：**物理性地冲刷走口腔内附着于舌苔的滞留物质，让细菌赖以生长的“土壤”流失，并带走口腔内脱落的口腔黏膜细胞，减少挥发性硫化物(VSCs)的产生
- **抑菌 & 遏制异味物的产生：**口腔中的异味物主要来自于VSCs，漱口水中添加的不同成分可以有效遏制VSCs的生成，例如高氧化性的成分可以将VSCs中的硫化物氧化成无臭无味的硫酸盐，创造了更多富含氧气的口腔环境，抑制舌头上厌氧菌的过度生长，从而明显降低VSC值

资料来源：[1]黄志强,程永波.口腔微生态环境及口腔微生态源性口臭的治疗研究进展[J].山东医药,2021,61(35):112-115.

[2]张倩霞,王胜朝.益生菌与口腔微生态调控的研究进展[J].微生物学通报,2021,48(06):2195-2202. DOI:10.13344/j.microbiol.china.200986. [3]《口腔预防医学》p.108.

[4]《2015口腔医学新进展》p.338

数据来源：弗若斯特沙利文分析

漱口水中的洗必泰、CPC、度米芬等具有抗菌作用，可以有效改善口腔异味和遏制牙菌斑的生成

成分	特征	机理	功能
洗必泰	✓ 可溶性 ✓ 白色结晶性粉末	• 是一种广谱杀菌剂 • 能与唾液糖蛋白结合，使牙齿吸附蛋白减少，干扰菌斑形成	• 对革兰阳性菌及阴性菌有效，从而遏制口腔细菌的增生 • 改善口腔异味 • 减少口腔感染
CPC	✓ 可溶性 ✓ 无色无味 ✓ PH值为中性	• 是阳离子的胺基化合物 • 作为表面活性剂，主要通过降低表面张力而起到抑制和杀灭病原菌的作用	• 在极低的剂量水平下对革兰氏阳性菌和真菌均表现出良好的抗菌功效 • 在漱口水及牙膏产品中推荐添加量0.05~0.1%，可以帮助遏制牙菌斑的生成
度米芬	✓ 可溶性 ✓ 白色或微黄色结晶	• 是阳离子表面活性广谱杀菌剂，其作用在碱性中增强	• 有良好的抗菌功效，能有效抑制大肠杆菌、金黄色葡萄球菌等致病菌

注：洗必泰溶液长期使用可能会出现牙面染色，味苦，轻度黏膜刺激等，应遵医嘱⁵



洗必泰是被牙医广泛认可的控制牙菌斑和牙龈炎的成分，但通常被用于医用或药用漱口水中，需要在医生的指导下使用。

-----口腔健康与护理预防蓝皮书

资料来源：[1]黎伟东，邹忌. 口腔护理用品中常见的两种抗菌剂，广州 510000. [2]张倩霞，王胜朝. 益生菌与口腔微生态调控的研究进展[J]. 军事口腔医学国家重点实验室 710032. [3]张迪，刘长虹. 西吡氯铵含片对口源性口臭患者口腔内致病菌的影响[J]. 南方医科大学附属医院口腔医院, 510280. [4]王卫，邓倩. 洗必泰在口腔护理中应用的 Meta 分析[J]. 徐州市口腔医院 221002. [5] 《口腔预防医学》p. 88

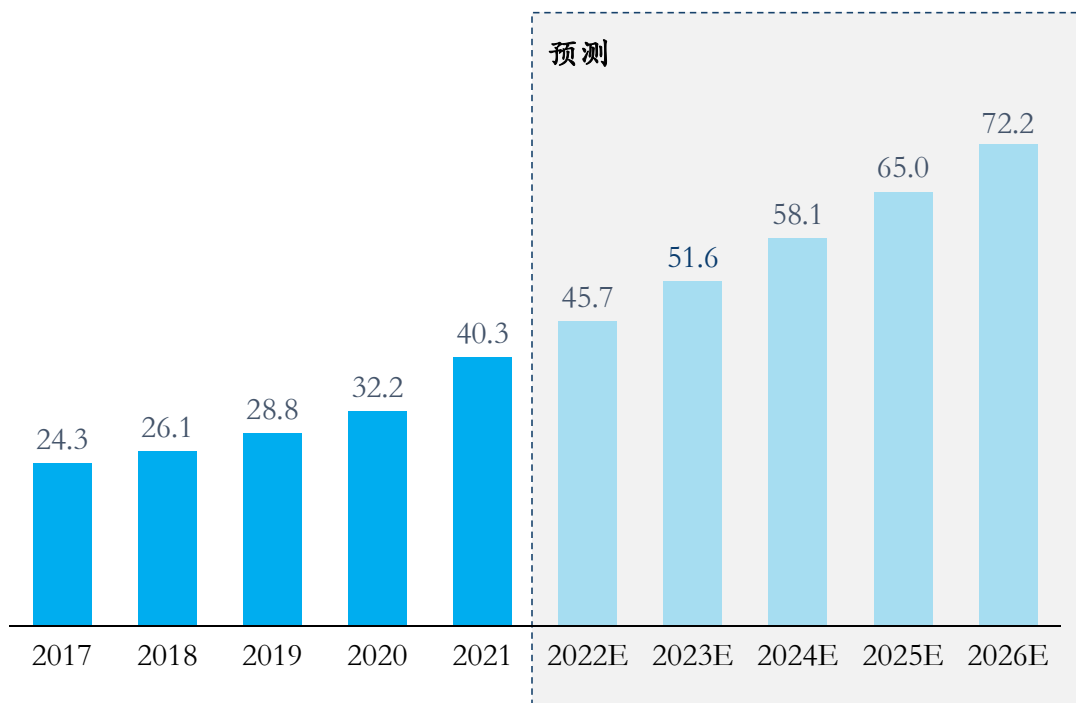
数据来源：弗若斯特沙利文分析

■ 随着国民口腔护理理念提升，条装漱口水增长尤为迅速，市场规模预计2026年突破20亿元

中国漱口水整体市场由2017年的24.3亿元增长至2021年的40.3亿元，年复合增长率达到13.4%。随着漱口水产品渗透率不断提高，预计到2026年，整体漱口水市场规模将达到72.2亿元。条装漱口水在2021年达到4.8亿元，预计2026年增长至22.8亿元，年复合增长率为36.6%，便携式条装漱口水发展势头强劲。

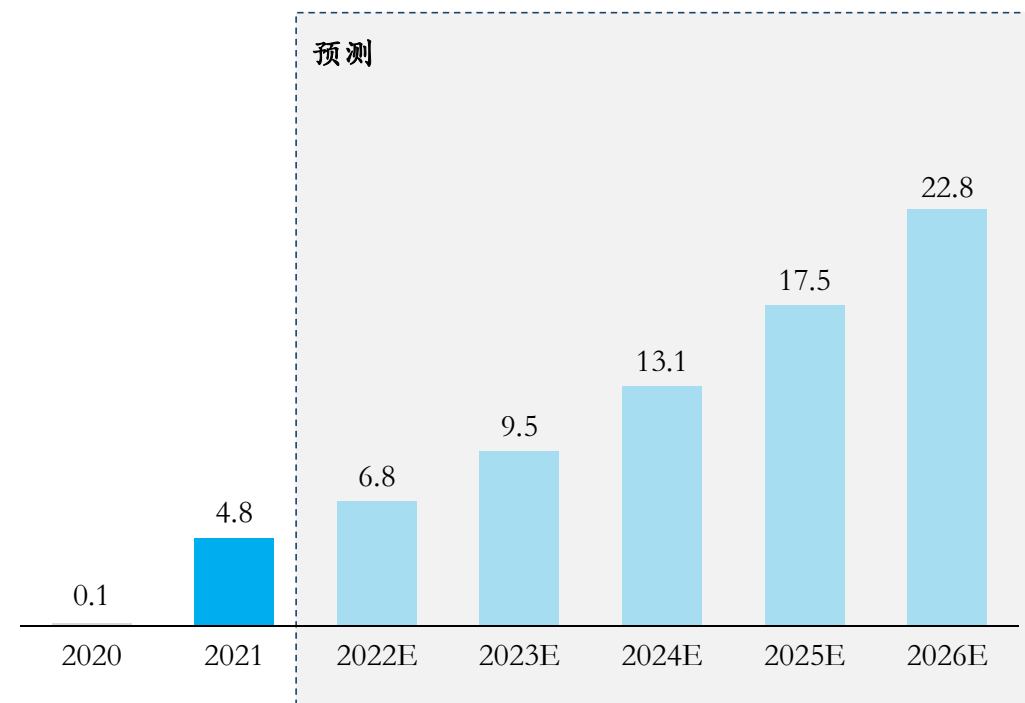
中国漱口水市场规模，按零售口径计

亿元, 2017-2026E



中国条装漱口水市场规模，按零售口径计

亿元, 2020-2026E



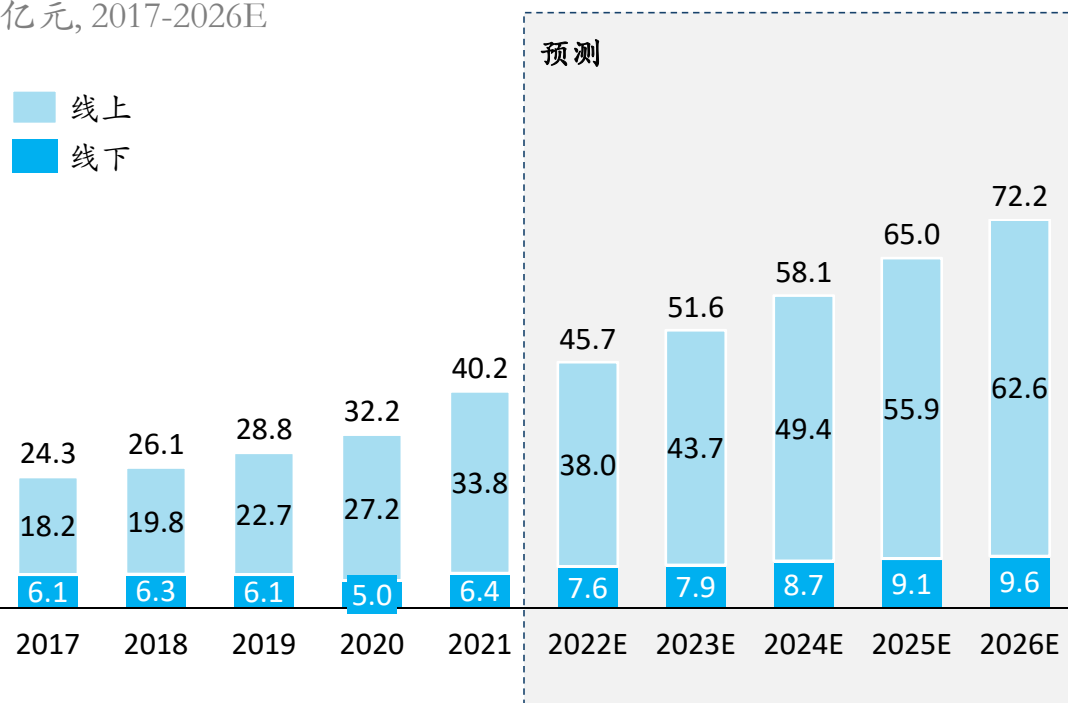
数据来源：弗若斯特沙利文分析

■ 零酒精漱口水增长迅猛，预计2026年市场份额近60%成为主流产品

由于电商平台能发挥出价格、地域等优势，拉近产品与消费者的距离，因此线上渠道是漱口水产品销售的主要渠道。中国含酒精漱口水凭借杀菌性强、口感劲爽等特征受到消费者的喜爱，在2020年之前占据主要市场份额。但随着2020年主打零酒精、口感温和的国产漱口水品牌进行产品推广和市场渗透，零酒精漱口水强势崛起，市场规模从2017年的6.1亿元快速攀升到2021年的22.1亿元，年复合增长率达到38.1%，预测在未来零酒精漱口水将逐步占据主流市场，到2026年将达到43.3亿元的市场规模。

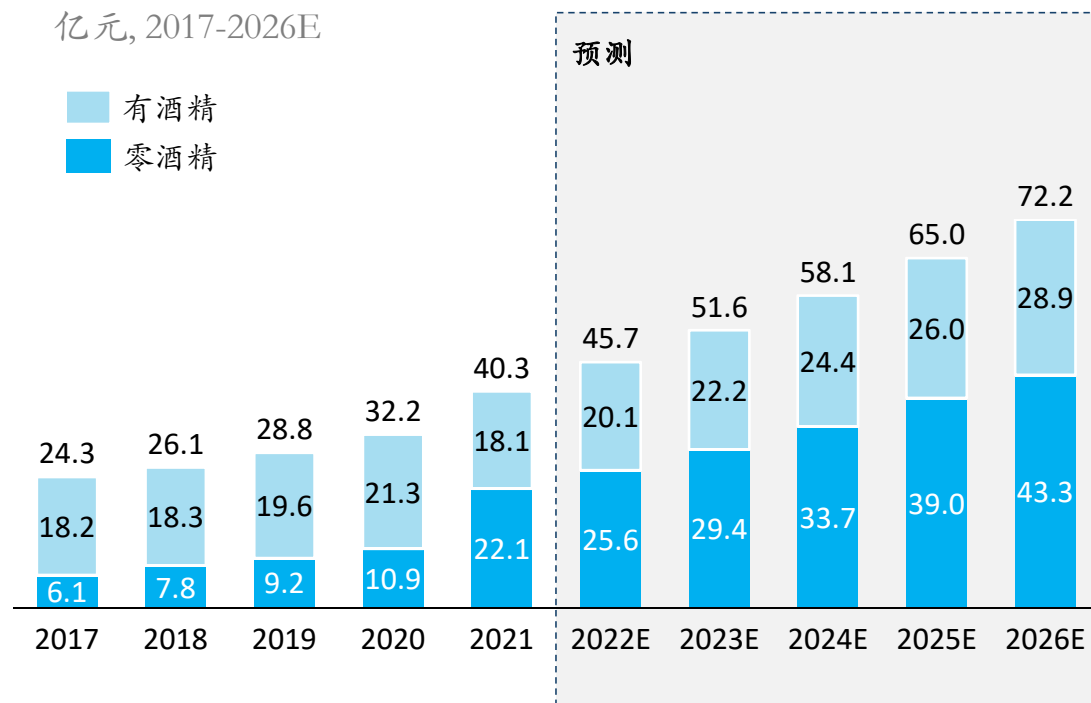
中国漱口水市场规模，按渠道划分，按零售口径计

亿元, 2017-2026E



中国漱口水市场规模，按产品类型划分，按零售口径计

亿元, 2017-2026E

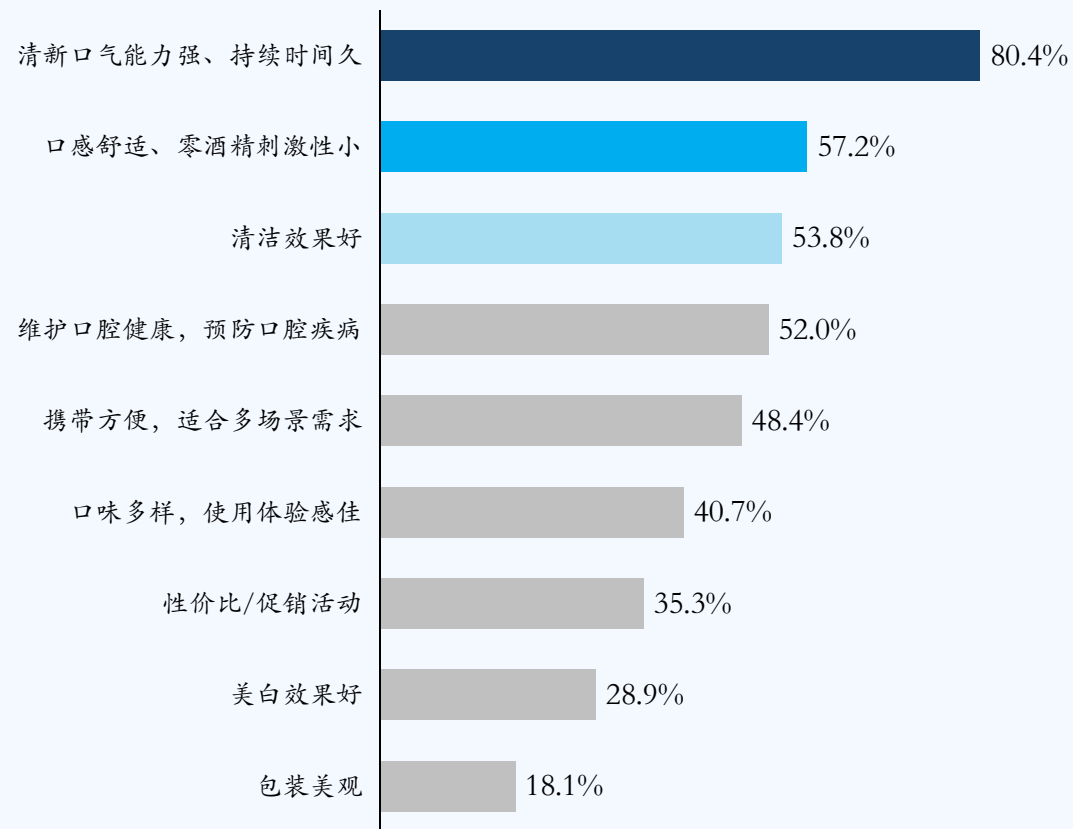


数据来源：弗若斯特沙利文分析

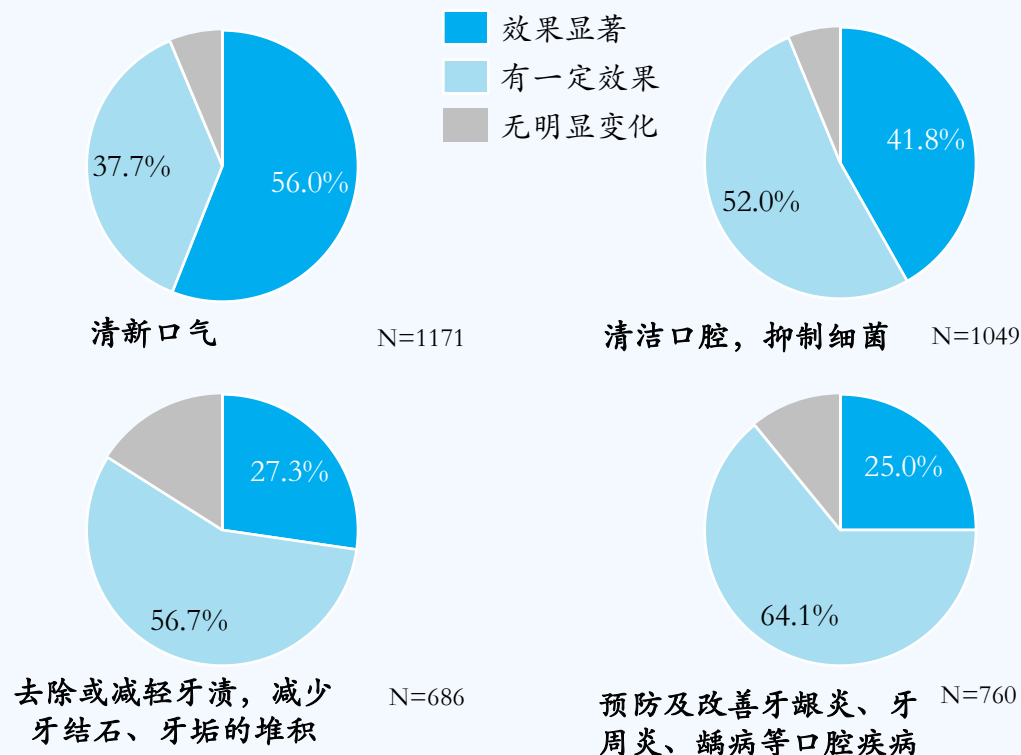
80.4%的消费者购买漱口水时考虑其清新口气能力强的功效，且超九成的消费者反馈良好

消费者选购漱口水考虑的因素

N=1426



消费者对漱口水功效的反馈

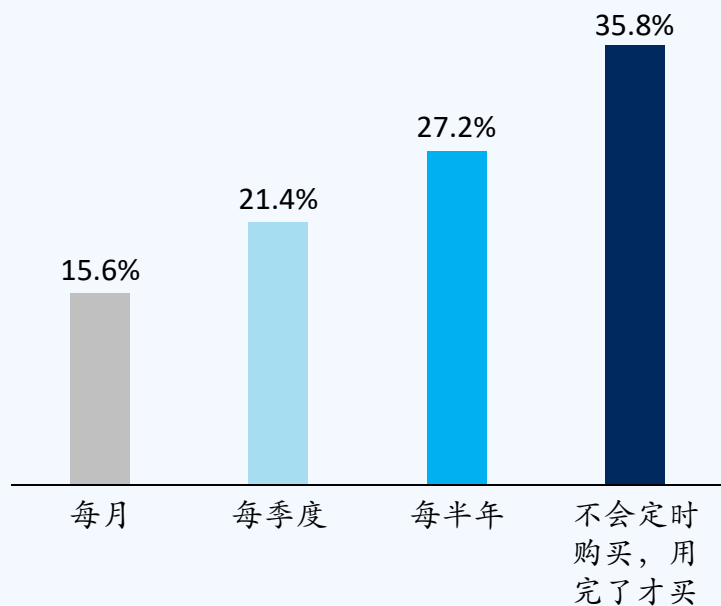


数据来源：弗若斯特沙利文分析

大部分漱口水消费者展现了用完之后购买以及购买总金额控制在百元以内的消费习惯

消费者购买漱口水的频率

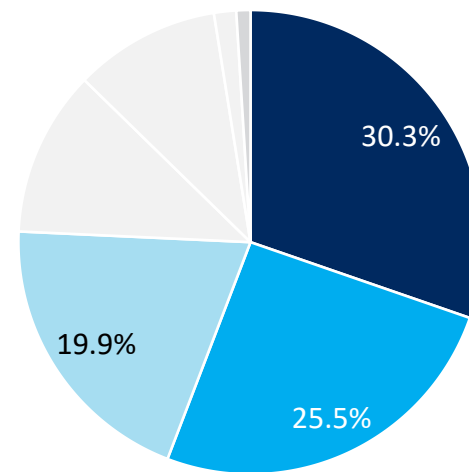
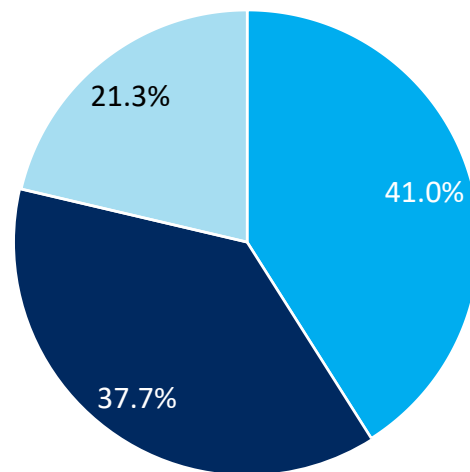
N=1426



消费者购买漱口水的量和金额

N=1426

- 小于1瓶 (约500ml或对应40条条装漱口水)
- 2瓶 (约1,000ml或对应80条条装漱口水)
- 3瓶及以上 (约1,500ml或对应120条条装漱口水)
- 25-49元
- 50-74元
- 75-99元



数据来源：弗若斯特沙利文分析

■ 漱口水常用规格为家庭大包装，使用习惯较为良好，超三成的消费者使用频率为每天一次

根据弗若斯特沙利文口腔健康护理产品消费者调查报告显示，消费者最常购买的漱口水规格为家庭装大瓶产品，便携装的购买率也较高。在使用频率上，35.2%的消费者每天使用一次漱口水，每周3~5次使用的人群占比为18.7%。

漱口水规格使用调研

N=1426



家庭装，500ml左右

61.0%



便携装，10~15ml左右

50.4%

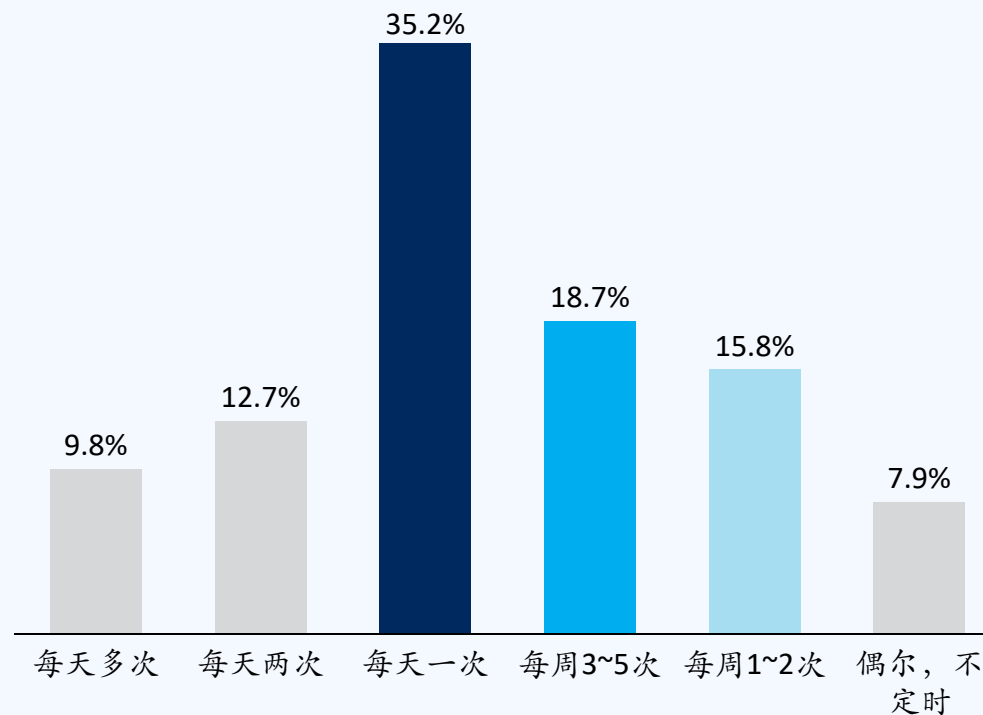


小包装，250ml左右

43.1%

漱口水使用频率

N=1426



数据来源：弗若斯特沙利文分析

便携式袋装漱口水最为常见，年轻的高收入人群是便携漱口水的主要消费者

超7成便携式漱口水产品消费者主要集中在25岁至39岁，年轻消费群体口腔护理理念更为先进；此外，消费者群体以办公室白领、专业技术人员（工程师等）、个体户为主，呈现出高素质、高学历、高收入等特征。

便携式漱口水规格使用调研

N=614



便携式袋装 (10~15ml)

65.1%



便携式小瓶装(20ml左右)

44.3%



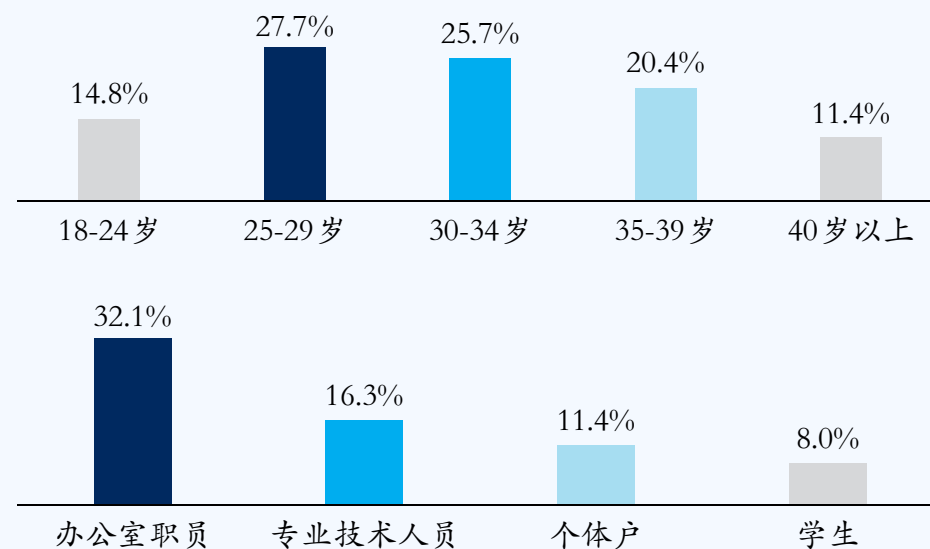
便携式果冻装

16.0%

便携式漱口水消费者人群画像

N=614

- 随着便携式漱口水的的外观更精美，功能更全面，使用者会向更年轻的年龄层拓展。
- 办公室职员是购买便携漱口水的主力人群。受过良好教育，收入更高的人群倾向于选择便携漱口水。

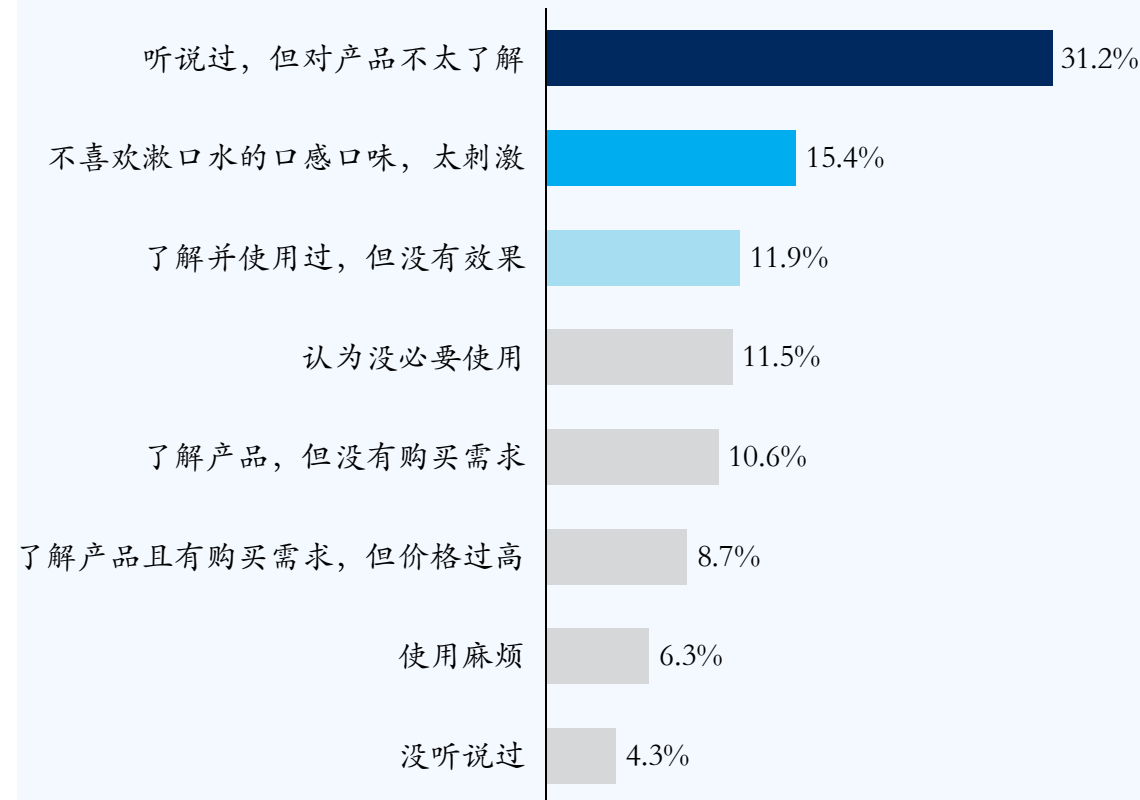


数据来源：弗若斯特沙利文分析

对漱口水产品不了解是消费者不选择漱口水的主要原因，在充分了解功能后消费者购买意愿增强

消费者不选择漱口水的原因

N=1074



对于没有使用过漱口水的消费者对尝试漱口水的意愿分析

N=1074

- 对于能够清新口气、清洁口腔、维持口腔健康的漱口水，消费者购买意愿

88.2% 愿意尝试

- 消费者对便携式漱口水的尝试意愿

84.5% 愿意尝试

- 如果未来出现新功能、新效果的漱口水，消费者购买意愿

82.2% 愿意尝试

数据来源：弗若斯特沙利文分析

中国漱口水及便携漱口水市场八大驱动因素 (1/2)

居民消费不断升级

居民不断提高的收入水平为漱口水行业提供蓬勃发展的基础，随着中国居民可支配收入的增长，人们倾向于选择更科学和完善的口腔护理方式，具体表现在除了牙膏、牙刷等主流清洁口腔的产品外，漱口水以及便携式漱口水逐步受到大众的喜爱。

使用场景不断丰富

不断衍生的使用场景驱动漱口水产品矩阵的丰富。例如差旅人士由于行李较多，存放条件有限，便携漱口水最大的特点就是包装小，方便携带，一次使用一粒，也很卫生，因此会优先选择便携漱口水；小孩子喜欢吃零食又不喜欢刷牙，妈妈们会优先选择口感、包装好的漱口水品牌。

零售渠道的多样化

零售渠道的多样性促进了漱口水的渗透率。随着互联网的普及，消费者也更倾向于选择舒服便捷的购物方式，购买漱口水的渠道从传统的线下渠道例如商超、药店、便利店拓展到了线上的渠道，网络购物推动了中国漱口水市场的发展。

政策利好的推动

国家层面的宣传普及和政策战略，利好整体漱口水行业发展。随着《“健康中国2030”规划纲要》、《中国防治慢性病中长期规划（2017—2025年）》、《健康口腔行动方案（2019-2025）》的发布，人群口腔健康素养水平和健康行为形成率大幅提升，口腔健康服务覆盖全人群、全生命周期，更好满足人民群众健康需求。



数据来源：弗若斯特沙利文分析

中国漱口水及便携漱口水市场八大驱动因素 (2/2)

科普类短视频的发展

抖音、快手、小红书等短视频和社交媒体的火爆，带来了相关口腔知识分享型博主的火热。博主们将有关口腔健康的相关知识分享在社交媒体上，在一定程度上对大众进行了相关口腔卫生知识宣传，对漱口水等品类的市场认知渗透率起到积极正面的作用。

国民口腔健康意识不断增长

根据弗若斯特沙利文的消费者调研，针对口腔问题，76.8%的消费者会主动搜索保护牙齿的护理知识，73.6%的消费者会关注相关口腔护理产品，58.4%的消费者会使用健康类APP或论坛。国民对于口腔护理意识主动性不断增强，保护意识不断增加。

口腔疾病人数基数大

据公开资料显示，我国口腔疾病的患病率超过了90%，成年人龋齿率高达88%，口腔健康问题有年轻化的趋势，漱口水作为一个保护口腔的产品受到了越来越多年轻人的欢迎。

精细化的口腔护理产品功能

居民基于自身牙齿健康情况衍生出了更精细化的产品功能需求，拉动了市场进一步发展。牙齿的健康维护产品从之前的牙膏和牙刷拓展到了漱口水、牙线、牙缝刷、假牙清洁、口喷等类目。



数据来源：弗若斯特沙利文分析

03

漱口水五大趋势深度洞察



功效至上 口腔清洁是重点

通过口腔深度清洁保持口气清新

成分创新 维护口腔微生态

通过添加益生菌、度米芬等有效成分，维持口腔菌群平衡

口味多元 茶香口味受青睐

清爽茶香、草本清新更符合国人口味受到青睐

零酒精 温和适口不刺激

零酒精漱口水使用人群占比超六成

方便携带 使用场景多样化

便携式的漱口水可以在外出用餐后及时清洁口腔，抑制细菌

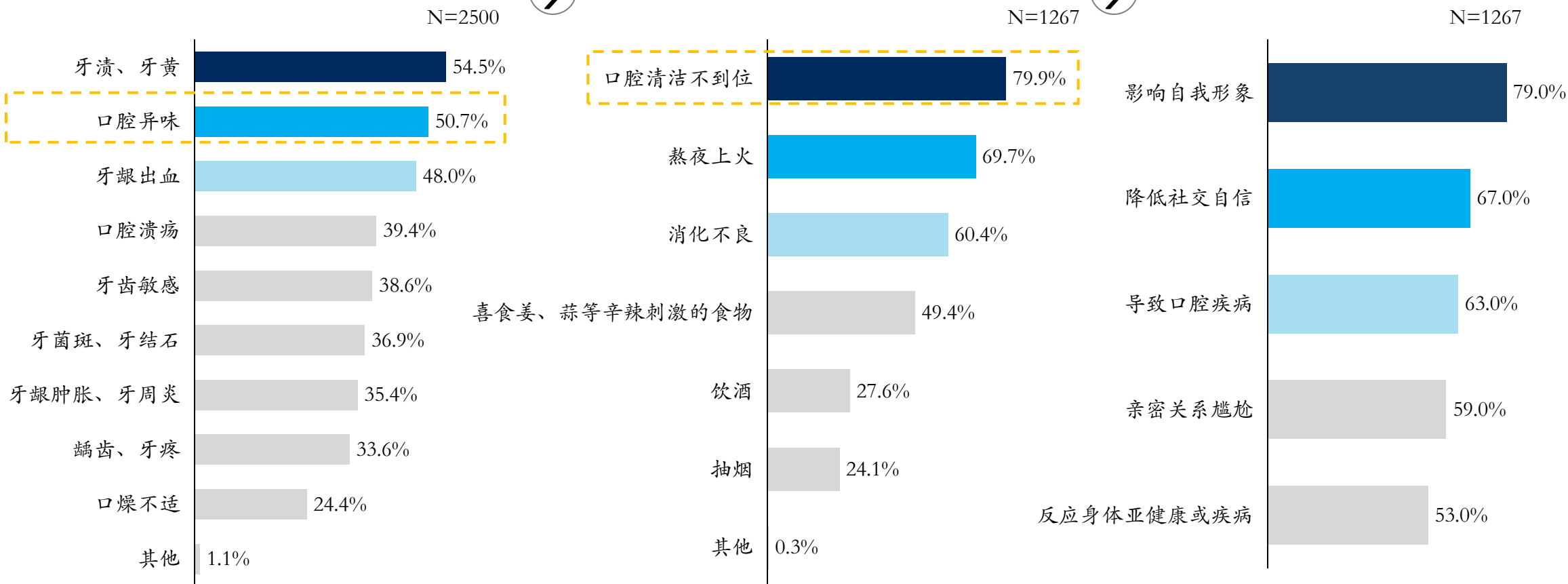
■ 趋势一：造成口腔异味的主要原因之一是口腔清洁不到位

针对困扰居民的口腔异味问题，高达79.9%的受访者认为口腔清洁不到位是有异味的主要原因。口腔异味对生活的影响不仅是身体层面，包括导致口腔疾病、反映身体亚健康或疾病，更重要的是对居民的社交生活形成影响，包括影响自我形象、降低社交自信和亲密关系尴尬等。

居民常见口腔问题

居民口腔有异味的原因

口腔异味对生活造成的困扰



■ 趋势一：消费者青睐具备清新口气、清洁抑菌、预防及改善口腔疾病等功能的漱口水

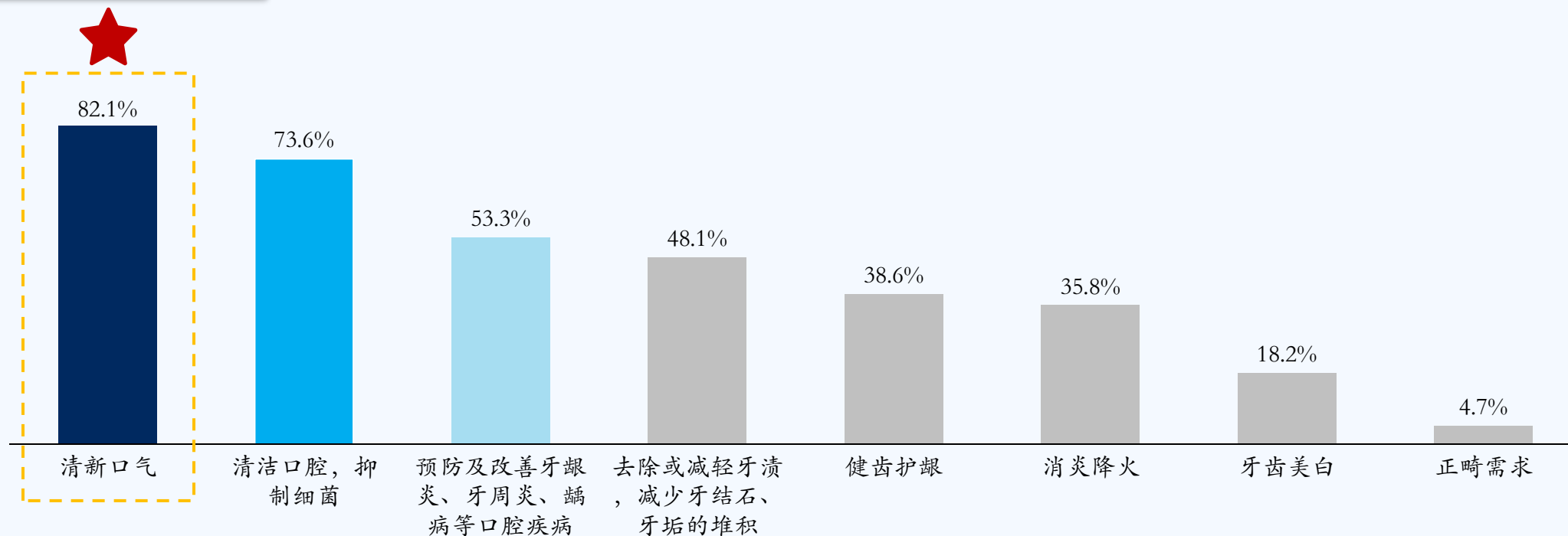


漱口水是日常口腔护理中重要的环节之一，能够深入口腔中的清洁死角清除残余食物，从而抑制细菌增长，加上薄荷醇、芳香烃等成分的作用，从根源上可以消除口腔异味，清新口气。

——北京某三甲口腔医院
牙周科主治医师

消费者购买漱口水的原因

N=1426

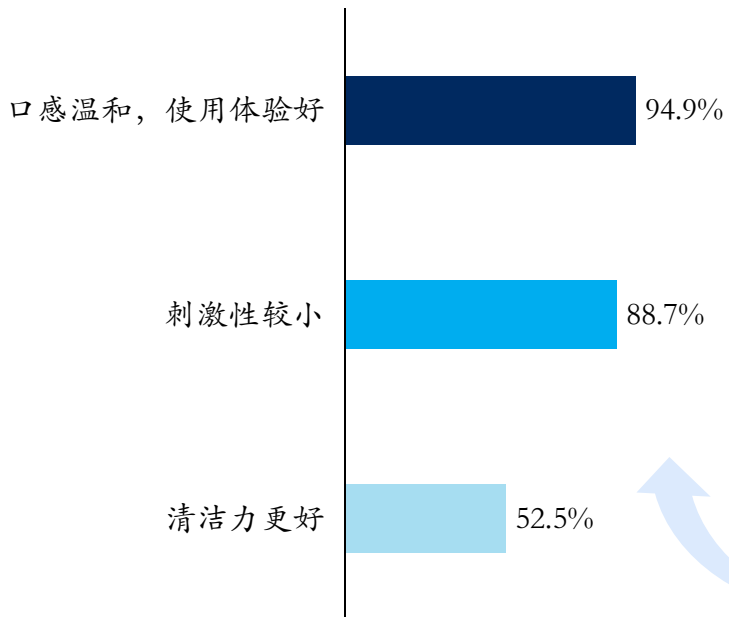


数据来源：弗若斯特沙利文分析

■ 趋势二：超六成消费者选择零酒精漱口水，因为其口感温和，使用体验好和刺激性较小

选择零酒精漱口水的原因

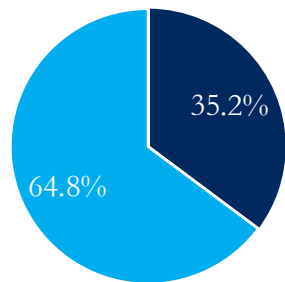
N=924



最常用的漱口水类型

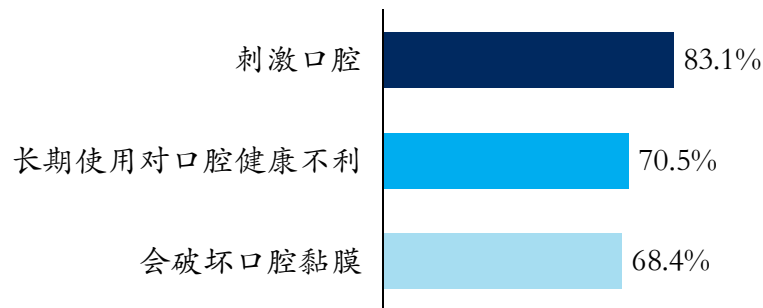
N=1426

■ 有酒精漱口水
■ 零酒精漱口水



不选择有酒精漱口水的原因

N=924



- 部分人使用含酒精成分的漱口水，可能会感到口腔、嘴唇干燥不适，甚至暂时失去味觉，建议口腔常感干燥的人不要使用。

——北京某三甲口腔医院 牙周科 主治医师

长期使用有酒精漱口水会导致口腔粘膜受损、变薄，口干等问题，也会使得有害菌例如奈瑟氏菌属数量增加，从而破坏口腔微生态。

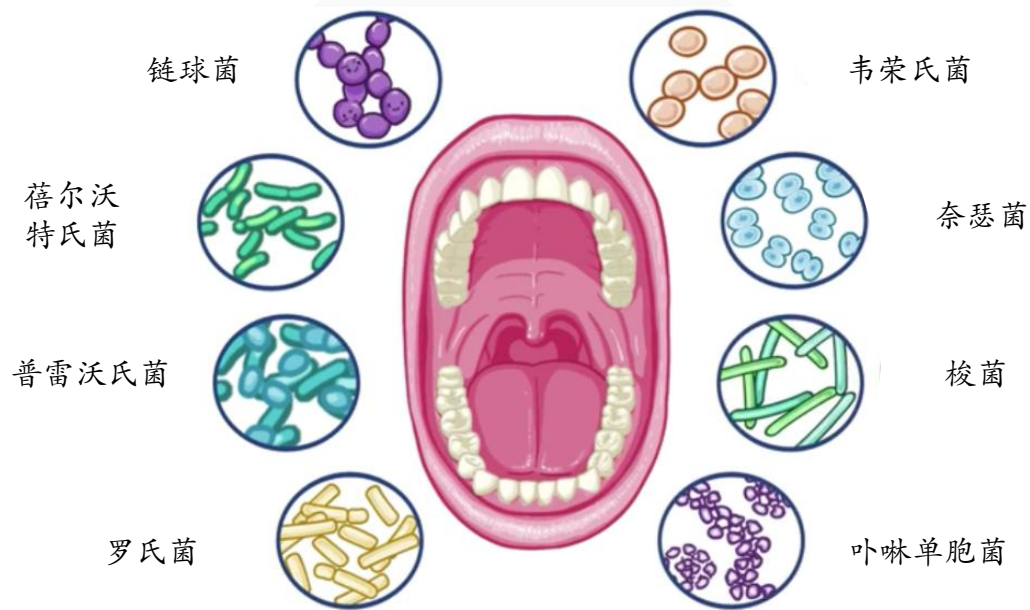
数据来源：弗若斯特沙利文分析

趋势三：口腔微生态易受口腔微环境，例如营养源、PH值和温度等因素的影响

口腔微生态是一个复杂且完整的生态系统，定植了大约700多个不同的微生物物种，包括细菌、病毒、真菌、支原体等。

牙周局部具有适宜微生物生长的温度、湿度及营养。口腔营养源、PH值和温度等口腔微环境对细菌、病毒等生长、代谢等产生广泛的影响。

口腔微生态



营养源

日常摄入的食物、唾液、脱落上皮细胞以及细菌滋生的代谢产物均可作为菌群的营养来源。革兰阴性厌氧菌能利用食物残渣产生带有腐败性气味的多种有机胺类和脂肪酸等代谢产物，导致口臭。

PH值

口腔局部PH值的变化将有利于中间型普氏菌、牙龈卟啉单胞菌等致病菌的生长繁殖导致口腔生态失衡，进一步致病。

温度

口腔局部温度升高可导致致病菌，例如中间型普氏菌、牙龈卟啉单胞菌水平增加，而有益菌例如黄褐二氧化碳噬纤维菌水平降低。

资料来源： [1] Zhang, Z.; Yang, J.; Feng, Q.; Chen, B.; Li, M.; Liang, C.; Li, M.; Li, Z.; Xu, Q.; Zhang, L.; et al. Compositional and Functional Analysis of the Microbiome in Tissue and Saliva of Oral Squamous Cell Carcinoma. Front. Microbiol. 2019, 10, 1439. [2] Wypych, T.P.; Wickramasinghe, L.C.; Marsland, B.J. The influence of the microbiome on respiratory health. Nat. Immunol. 2019, 20, 1279 – 1290. [3] Park Se-Young, Hwang Byeong-Oh, Lim Mihwa et al. Oral-Gut Microbiome Axis in Gastrointestinal Disease and Cancer. [J]. Cancers (Basel), 2021, 13 [4]周村,章锦才.牙周微生态研究进展[J].中国微生态学杂志,1998(04):46-48.

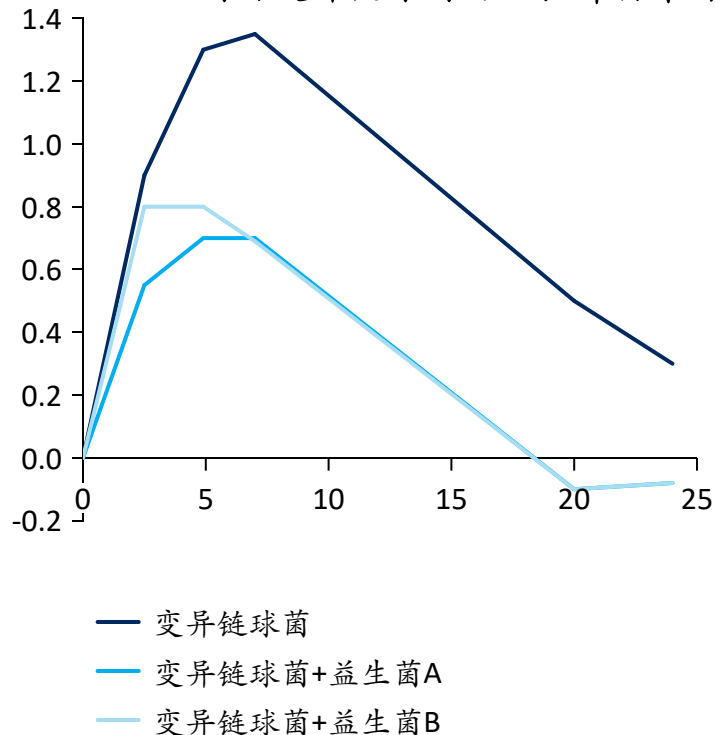
数据来源：弗若斯特沙利文分析

趋势三：消费者逐渐认同含有维护“口腔微生态”成分的口腔护理产品

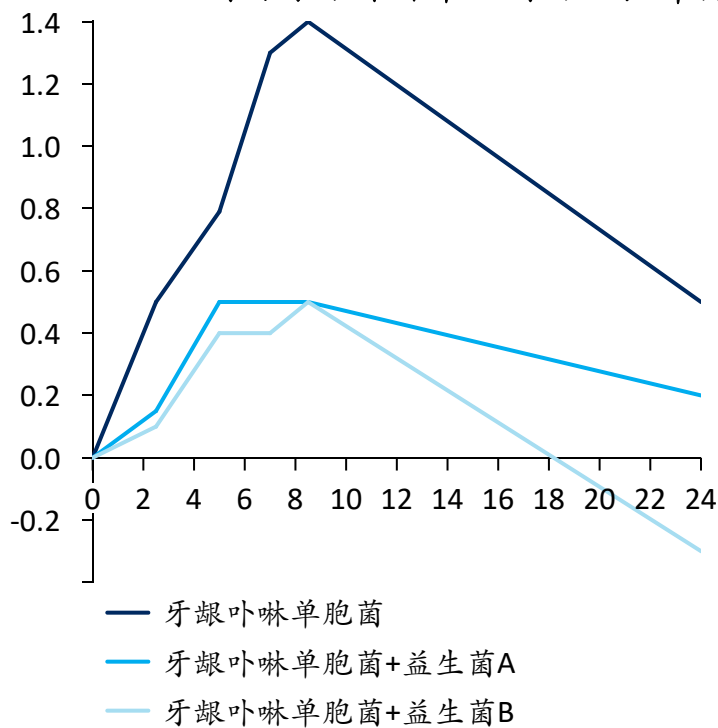
随着消费者逐渐认识到口腔微生态对牙齿健康的重要性，传统口腔护理产品开始迭代创新。益生菌、小苏打、酵素等成分逐渐融入口腔产品，快速获得消费者认同。其中，益生菌成分呈现较高增速。据公开资料，2021年天猫淘宝口腔保健类益生菌产品销量8.24亿元，同比增长118%。随着人们越发爱护牙齿，具有舒缓功效的益生菌牙膏、漱口水等快速获得消费者认同。目前已有BOP、参半、云南白药、舒克等牙齿护理大品牌入局。

益生菌对口腔致病菌生长抑制的作用

灭活益生菌对变异链球菌的生长抑制作用

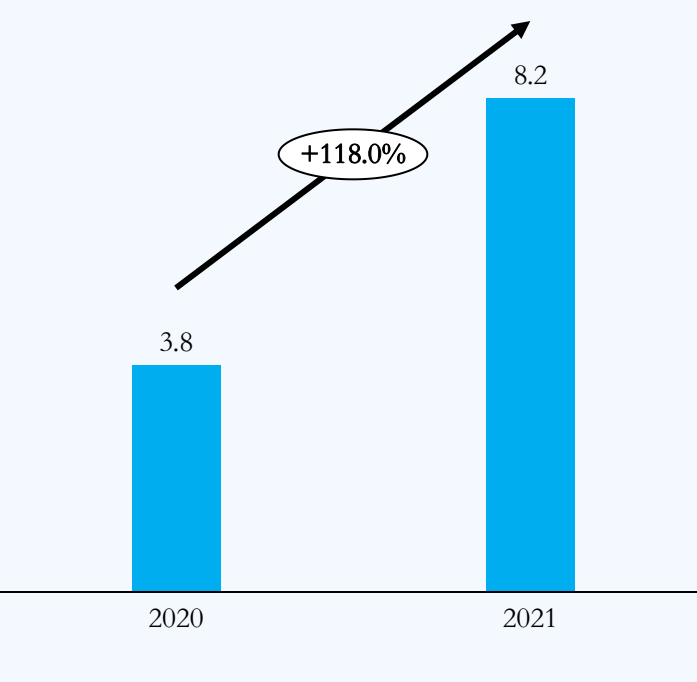


灭活益生菌对牙龈卟啉单胞菌的生长抑制作用



2021年口腔保健类益生菌产品销量大增

单位：亿元



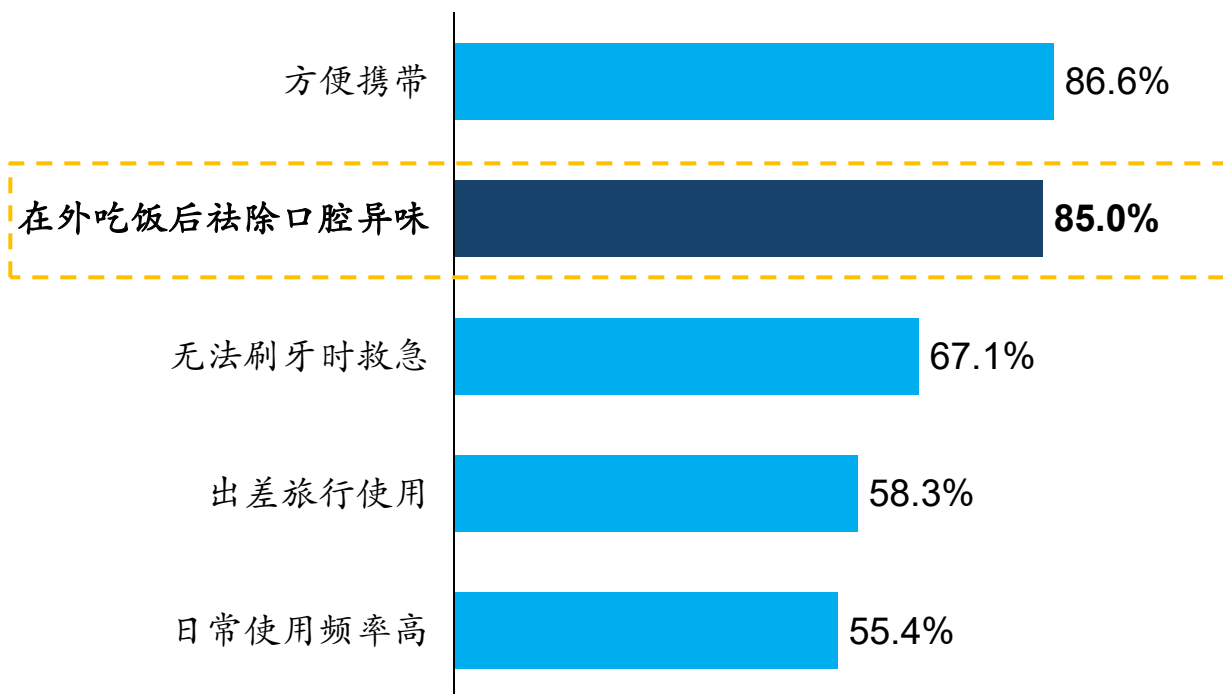
资料来源：[1]陈敏珊,郑娟,李平.口腔微生态的研究进展及益生菌在口腔护理中的应用研究[J].口腔护理用品工业,2023,33(01):4-12.

数据来源：弗若斯特沙利文分析

趋势四：消费者看重便携式漱口水轻便可应急、可多场景使用等特点

除方便携带之外，大部分消费者选择便携式漱口水是因为其可在外出饭后及时使用，保持口腔清洁。

选择便携式漱口水的原因



便携式漱口水可适用的场景



数据来源：弗若斯特沙利文分析

趋势五：随着漱口水口味潮饮化和包装潮流化，消费者更青睐清爽茶香和草本清新口味的产品

- 从漱口水的包装来说，随着Z世代人群数量的增长，年轻一代成为漱口水消费的新群体，他们在购买产品时更注重个性化的表达，根据弗若斯特沙利文研究，在过去一年内购买过漱口水的消费者中，25.1%的消费者希望包装可以在美观性上升级，未来高颜值和具有潮流属性的漱口水包装会更吸引年轻一代购买。
- 从漱口水的口味来说，薄荷口味是漱口水最经典的口味之一，其清新效果备受青睐，但许多产品辛辣刺激的口感让人望而却步。而具有果香味道的漱口水入口后味道香甜柔和，没有任何刺激感，从而越来越受到年轻消费者的喜爱。

消费者选购漱口水喜好的口味

N=1426



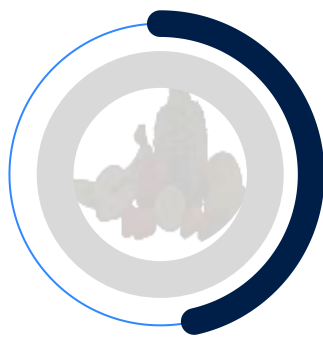
70%

清新茶香



63%

草本清新



46%

缤纷水果



43%

强劲薄荷



39%

沁人花香

数据来源：弗若斯特沙利文分析

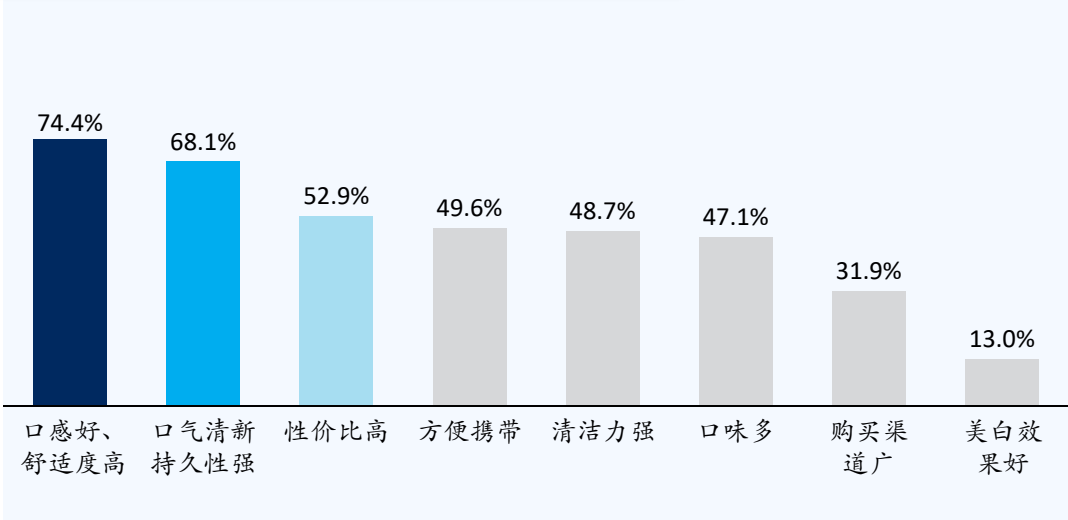
■ 口腔护理为核心事业的高露洁，以“我们的目标——没有蛀牙”这句脍炙人口的广告语，奠定了它的产品定位，漱口水在国内的销量处于前列，知名度较高



高露洁 (Colgate)
“我们的目标：没有蛀牙”

主要产品	定位	主打功能	口味	成分	产品规格	单价
	超10倍冰爽，持久清新	✓ 减少细菌 ✓ 清新口气 ✓ 减少牙菌斑	✓ 薄荷	夜息香精萃 椒样薄荷精萃 丁香油	500ml 100ml 250ml	49.9元/500ml
	便携随身，一漱清新	✓ 减少细菌 ✓ 清新口气 ✓ 预防口气	✓ 竹炭薄荷	薄荷醇	20ml*10	44.9元/10瓶

消费者最满意高露洁品牌原因分析



高露洁产品线（部分举例）

360卓效多
护漱口水



光感白漱口水



贝齿草本盐
爽漱口水



清凉薄荷
漱口水



数据来源：弗若斯特沙利文分析

■ 方法论

- 沙利文研究布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- 研究院依托中国活跃的经济环境，从社会经济、人工智能、大数据、政策导向等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

■ 法律声明

- 本报告著作权归沙利文所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得沙利文同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“沙利文研究”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，沙利文可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- 本报告的部分信息来源于公开资料，沙利文对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映沙利文于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，沙利文可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。沙利文均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，沙利文对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。