

市场洞察：电动牙刷市场竞争激烈， 企业如何突出重围

China Electric Toothbrush Industry

中国電動歯ブラシ業界

报告标签：儿童电动牙刷、日用品、清洁用品
2025年5月30日

Q1：中国电动牙刷包括哪些细分种类？目前市场现状如何？

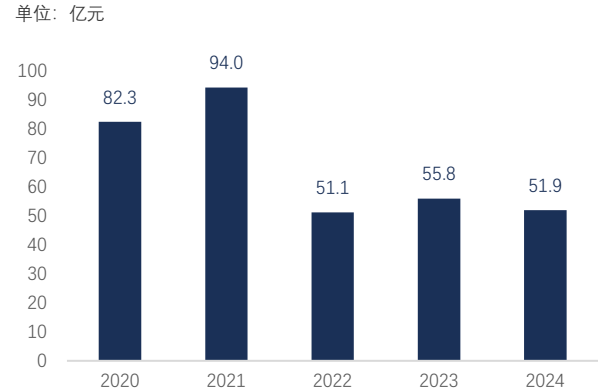
■ 电动牙刷定义与分类

电动牙刷是一种通过电动机芯的振动或旋转运动，带动刷头产生高频震动，从而实现清洁牙齿功能的口腔护理工具。相较于传统手动牙刷，其清洁效率更高，能更有效地清除牙菌斑、减少牙龈问题，且使用时对操作技巧的要求较低，适合不同年龄段的人群。

图表1：中国电动牙刷分类

分类	原理	特点	适用人群
旋转式电动牙刷	通过电机驱动刷头做圆形旋转运动，利用摩擦力清洁牙齿表面	清洁力较强，尤其对牙齿表面的污渍去除效果明显，但噪音相对较大，且长期高频使用可能对牙釉质产生一定磨损（需注意使用力度）	适合牙齿表面污渍较多、口腔清洁需求较高的人群，但敏感牙龈者需谨慎选择
声波震动式电动牙刷	电机带动刷头高频震动（振动频率通常在每分钟16000-40000次以上），使刷毛产生垂直于刷柄方向的高频摆动，同时带动口腔内的牙膏和水流产生“空化效应”，深入牙缝和牙龈沟清洁	清洁范围更广，不仅能清洁牙齿表面，还能有效清除牙缝和牙龈边缘的牙菌斑，且对牙釉质的损伤较小，噪音较低	适合大多数人群，包括敏感牙龈、牙齿敏感者
超声波电动牙刷	通过高频振动（频率超过20kHz）产生超声波，利用超声波在液体中的空化作用、机械作用和热效应，破坏牙菌斑的结构并清洁牙齿	理论上清洁效率更高，且可能具有一定的抑菌效果，但实际使用中超声波的传导效果受刷头设计影响较大，目前市场普及率相对较低	对清洁效果有特殊需求（如牙周病患者）的人群，但需注意选择正规产品

图表2：中国电动牙刷销售额情况，2020-2024年



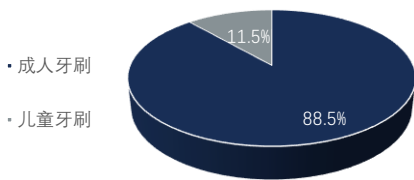
来源：奥维云网，头豹研究院

■ 中国电动牙刷受到多方面影响，市场较疲软。

2020-2021年中国电动牙刷市场处于稳定上升态势，但2022-2024年市场销售额相比较之前出现一定缩小，主要原因包括以下方面：1) 产品同质化严重：大量企业涌入市场，产品高度同质化，缺乏显性差异化技术创新。2) 智能化痛点未解决：虽然电动牙刷增加智能化功能，但部分功能存在定义不规范、浅层化、概念化的问题；3) 从市场竞争层面来看，电动牙刷行业走向低迷，多个品牌承压不力，品牌数量大幅洗牌，从658个在售品牌减少到不足300个在售品牌。4) 2020-2021年宏观环境所致，健康需求激增，提前消耗了大量潜在消费者，使得后续市场需求增长乏力。此外，部分消费者认为养成良好的口腔卫生习惯和掌握正确的刷牙方法后，电动牙刷并非必要，导致市场需求受到一定影响。

Q2：中国电动牙刷细分品类市场情况是怎样的？

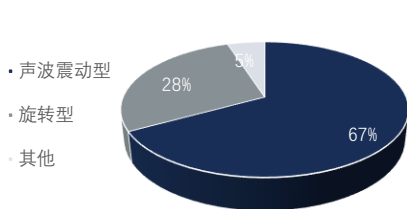
图表3：中国电动牙刷细分品类情况——按照年龄群体划分，2024年



■ 儿童牙刷细分品类成为市场新的增长赛道

2024年儿童电动牙刷成为增长最快的细分赛道，销量同比增长45%，占比提升至11.5%。但成人电动牙刷仍占据主要市场份额，中高收入群体（月入1万元以上）贡献了60%的高端机型销量。

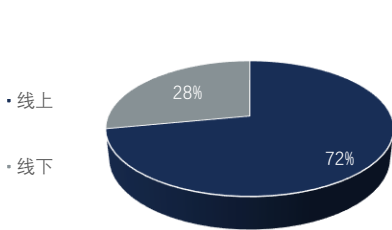
图表4：中国电动牙刷细分品类情况——按照技术路线划分，2024年



■ 2024年中国电动牙刷按技术路线细分，声波震动型占主导地位，旋转型其次，其他技术类型占比较小。

经过多年的发展，声波震动技术在电动牙刷领域已经相当成熟，消费者对其认可度高。各大品牌也在不断优化该技术，提升产品性能和质量。而部分国际知名品牌在旋转型领域有较长时间的推广，消费者对这些品牌的信任度较高，如飞利浦、欧乐B等品牌的旋转型电动牙刷在市场上有一定的用户基础。

图表5：中国电动牙刷细分品类情况——按照销售渠道划分，2024年



■ 2024年中国电动牙刷销售渠道中，线上渠道占比达72%，成为销售主战场。

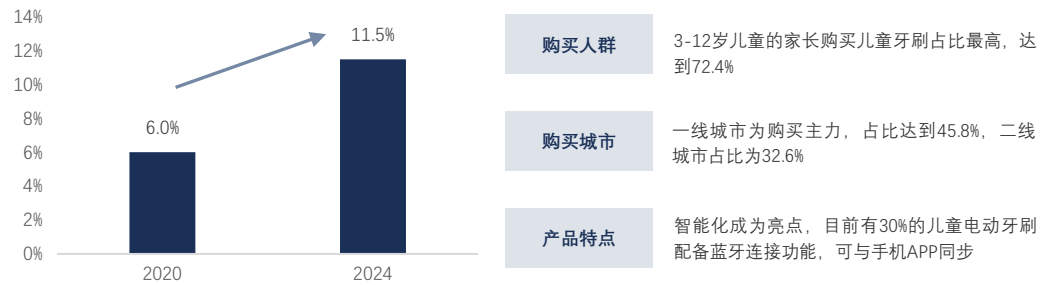
天猫、京东等传统电商平台凭借其庞大的用户基础、完善的物流配送体系和良好的购物信誉，吸引了大量消费者购买电动牙刷。抖音、快手等直播电商平台在2024年为电动牙刷销售贡献了30%的增量。直播带货的模式激发消费者的购买欲望。此外，大型连锁超市如沃尔玛、家乐福、大润发等，是线下销售的重要渠道之一，消费者对产品的外观、质量等有更直观的感受。

■ 此外，按功能细分的中国电动牙刷各品类，包括智能型、基础清洁型、护龈型、美白型等。目前，智能化成为电动牙刷的重要发展趋势，包括配备可视化屏幕、APP 互联、牙齿健康数据监测分析、个性化护理方案推荐等功能的产品，受到消费者的青睐。

来源：奥维云网，头豹研究院

Q3：为什么中国市场中，儿童牙刷细分品类成为新的市场增长赛道？

图表6：中国儿童牙刷占比变化，2020-2024年



■ 由于消费者意识、智能化、市场以及政策等方面的推动，中国儿童电动牙刷成为当下市场新的增长品类。

消费者意识提升：家长对孩子口腔健康的重视程度日益提高，认识到从小培养良好口腔卫生习惯的重要性。电动牙刷相比传统牙刷，能更有效地清洁牙齿，帮助孩子更好地保持口腔清洁，预防龋齿等口腔问题。同时，随着消费能力的提升，家长们也更愿意为孩子的口腔健康投资，愿意购买价格相对较高的儿童电动牙刷。

产品设计优化：儿童电动牙刷在设计上充分考虑了儿童的特点。刷头通常较小，适合儿童口腔的大小，能够更好地深入口腔各个部位进行清洁；刷毛柔软，不会伤害儿童娇嫩的牙龈和牙齿。此外，产品外观设计往往十分可爱，采用卡通形象、鲜艳的色彩等元素，还会播放有趣的音乐或设置有趣的互动功能，增加孩子刷牙的趣味性，让孩子更愿意主动刷牙。

智能化需求增长：根据奥维云网显示，2024年儿童电动牙刷用户对于智能化需求较高，APP以及智能屏显占比相对于去年同期都有较大提升。智能功能如刷牙时间提醒、刷牙区域提醒等，有助于帮助孩子掌握正确的刷牙方法和时间，培养良好的刷牙习惯。

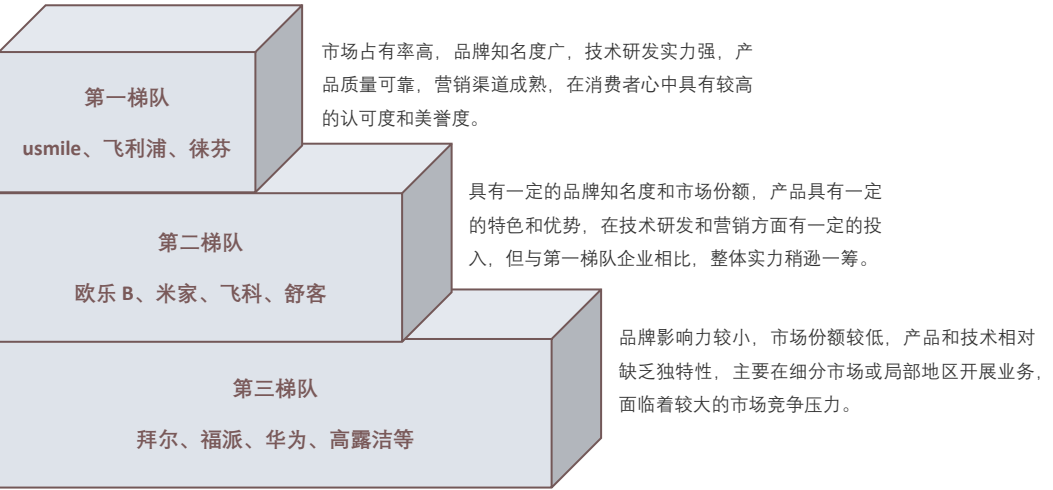
市场竞争推动：电动牙刷市场竞争激烈，品牌为扩大市场份额，纷纷加大在儿童细分领域的布局和投入。一方面，推出各种针对儿童的产品系列和款式；另一方面，通过广告宣传、社交媒体推广等方式，提高儿童电动牙刷的知名度和市场影响力，从而推动了该细分市场的快速发展。

政策支持：2023年国家卫生健康委员会发布了《儿童口腔健康行动计划》，鼓励家庭使用电动牙刷等高效清洁工具，提高儿童口腔健康水平。国家市场监督管理总局发布了《儿童电动牙刷质量标准》，规定了儿童电动牙刷的材料、设计、性能和全要求，还出台了《儿童电动牙刷生产许可证管理办法》，要求生产企业必须取得生产许可证才能进行生产和销售。

来源：奥维云网，头豹研究院

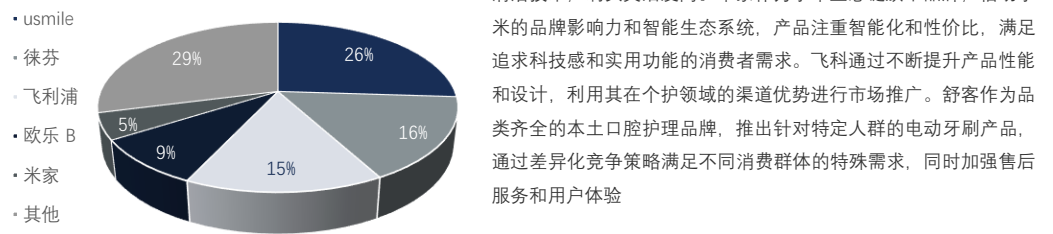
Q4：2024年，中国小家电市场竞争格局是怎样的？

图表7：中国电动牙刷竞争格局，2024年



■ 在第一梯队中，usmile将年轻消费者作为目标群体，注重产品设计和用户体验，通过社交媒体营销和KOL合作等方式，与消费者之间的情感纽带。飞利浦将技术创新和产品品质放在首位，不断推出新品并对现有产品进行升级，同时注重线上线下渠道的整合与拓展，巩固高端形象。徕芬凭借高速吹风机积累的品牌影响力对电动牙刷市场进行精准定位，在性价比和用户体验方面表现出色，通过一系列有效的市场策略提升市场份额。

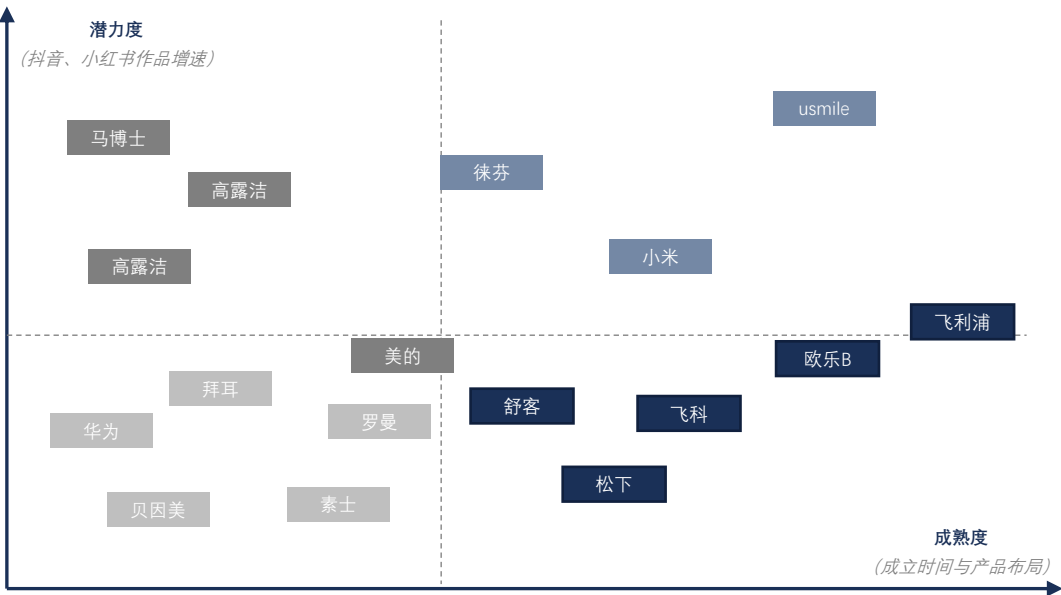
图表8：中国电动牙刷企业市场份额，2024年



来源：奥维云网，头豹研究院

Q5：中国电动牙刷市场中，头部企业的潜力度与成熟度分别是怎样的？

图表9：中国电动牙刷潜力度与成熟度对比，2024年



■ 电动牙刷行业内已形成一定的品牌集中度，usmile、徕芬、飞利浦、欧乐 B、小米等头部品牌在电动牙刷市场中占据主要优势，无论从潜力度还是成熟度来看，头部品牌在抖音、小红书等线上平台热度较高，且成立时间与产品布局均较为成熟。

国际品牌如飞利浦、欧乐 B 等凭借技术积累和品牌影响力占据高端市场；本土头部品牌 usmile、徕芬、小米等通过技术创新、高性价比和本土化设计等策略，在中高端和大众市场具有较强的竞争力；同时，还有众多本土新兴品牌和传统个护品牌拓展的电动牙刷业务，在中低端市场竞争。

头部电动牙刷企业形成了较为成熟的营销渠道和模式，线上通过电商平台、社交媒体、直播带货等方式进行销售和推广，线下则在超市、便利店、药店等渠道进行铺货，满足了不同消费者的购买习惯。企业注重品牌营销和用户体验优化，通过广告宣传、网红直播、内容营销、IP 联名等多样化的营销手段，提升品牌知名度和产品销量。总体来看，中国电动牙刷企业竞争格局潜力度较大，具有广阔的发展空间和增长潜力，同时在品牌竞争、行业标准、营销渠道等方面逐渐成熟，市场竞争更加规范和有序。

来源：奥维云网，头豹研究院

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，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

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，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。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，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。在法律许可的情况下，头豹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。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹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，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹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。

头豹业务合作

数据库/会员账号

可阅读全部原创报告和
百万数据，提供数据库
API接口服务

定制报告

行企研究多模态索引
引擎及数据库，募投可研、
尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行
现状梳理和趋势洞察，
输出全局观深度研究报
告

招股书引用

研究覆盖国民经济19+
核心产业，内容可授权
引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评
估和调研确认，助力企
业品牌影响力传播

行研训练营

依托完善行业研究体系，
帮助学生掌握行业研究
能力，丰富简历履历

报告作者



陈夏琳
首席分析师
sharlin.chen@leadleo.com



文上
行业分析师
oria.wen@leadleo.com

业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com



商务咨询与深度合作

深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街
道华润置地大厦E座4105室

邮编：518057

上海办公室

上海市静安区南京西1717号
会德丰国际广场 2701室

邮编：200040

南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济
开发区兴智科技园B栋401

邮编：210046