

华信人咨询 · 洞察2025

HXR Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年一~三季度牙贴美白市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Tooth Whitening Strips Category Market Insights

2025年11月

华信人咨询
HXN CONSULTING

华信人咨询作为中国领先的市场研究机构，自2016年成立以来，始终深耕市场研究领域，并成为市场地位背书权威部门推荐单位，累计完成各类专业咨询项目600+逾项，以深厚积淀持续赋能企业战略决策。

9年来，依托对超过15,000个消费品类长期监测及千万级线上商家的动态追踪，结合对海量消费者样本需求特征与偏好的深刻洞察，华信人咨询持续在各类细分赛道构建专业、精准的市场研究体系。在消费需求持续迭代、市场竞争日益复杂的背景下，洞悉品类趋势成为企业制胜未来的关键。

2025年上半年，面对中国市场的新格局与消费趋势的变化，华信人咨询发布《洞察2025：消费趋势系列报告》。旨在通过专业的市场扫描与前瞻分析，揭示各品类的核心发展趋势、竞争态势及消费者行为变迁，为行业参与者提供权威的数据支撑与明晰的战略指引，助力把握2025年市场先机。

CONTENTS

目录

1

核心发现

2

品类洞察

3

消费洞察

核心发现1：女性青年主导牙贴消费，偏好中端价格



女性消费者占比62%，26-35岁群体占41%，为核心消费力量



消费决策高度自主，个人决策占比67%，外部影响较小



价格接受度集中在50-100元区间，占比38%，偏好中端产品

启示

✓ 聚焦女性青年市场

针对26-35岁女性群体开发产品和营销策略，强化产品吸引力，提升市场渗透率。

✓ 优化中端产品定价

将主力产品定价在50-100元区间，匹配消费者偏好，增强购买意愿和品牌竞争力。

核心发现2：消费低频且注重实效，美白效果驱动购买



使用频率低，半年使用一次占比34%，季度使用占比23%



产品规格以短期装为主，14天装占31%，7天装占28%



美白效果明显是核心购买驱动力，占比28%，高于价格和便利性

启示

✓ 强化产品实效宣传

突出产品快速美白和温和不刺激的特性，通过真实用户案例增强可信度，吸引消费者。

✓ 开发短期使用套装

推出7-14天短期装产品，满足低频使用需求，降低尝试门槛，提升复购率。

核心发现3：线上渠道主导信息获取和购买，社交推荐影响大



信息获取主要依赖电商平台推荐(31%)、社交媒体种草(25%)和口碑(18%)



购买渠道高度集中线上，淘宝/天猫(38%)、京东(27%)合计占65%



社交分享以微信朋友圈为主(42%)，真实用户体验分享最受信任

启示

✓ 加强线上营销布局

深化与主流电商平台合作，利用大数据进行精准推荐，提升产品曝光和转化率。

✓ 激发社交口碑传播

鼓励用户在微信朋友圈等平台分享使用体验，通过KOL和真实用户内容增强信任感。

核心逻辑：聚焦年轻女性自主消费，提升美白效果与体验



1、产品端

- ✓ 强化快速美白效果，满足即时需求
- ✓ 优化使用体验，减少牙齿敏感不适



2、营销端

- ✓ 利用社交平台真实用户分享
- ✓ 与牙科专家合作提升专业可信度



3、服务端

- ✓ 改善退货流程，提升满意度
- ✓ 加强智能售后与效果追踪服务

CONTENTS

目录

1

核心发现

2

品类洞察

3

消费洞察

2.1 研究说明

2.2 市场规模

2.3 品牌榜单

2.4 价格洞察

2.5 品类热词

1、研究内容

Research Contents

- 剖析 2025年一~三季度各月天猫、京东、抖音的市场情况；
- 评估 整体及各平台 CR10 市场集中度；
- 洞察 牙贴美白线上市场不同价位产品销量与销售额占比，品牌布局；
- 分析 热词词云，洞察市场趋势与消费者需求。

2、研究对象

Research Object

- 研究对象为天猫、京东、抖音三大线上平台上销售牙贴美白品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对牙贴美白的购买行为；
- 牙贴美白市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

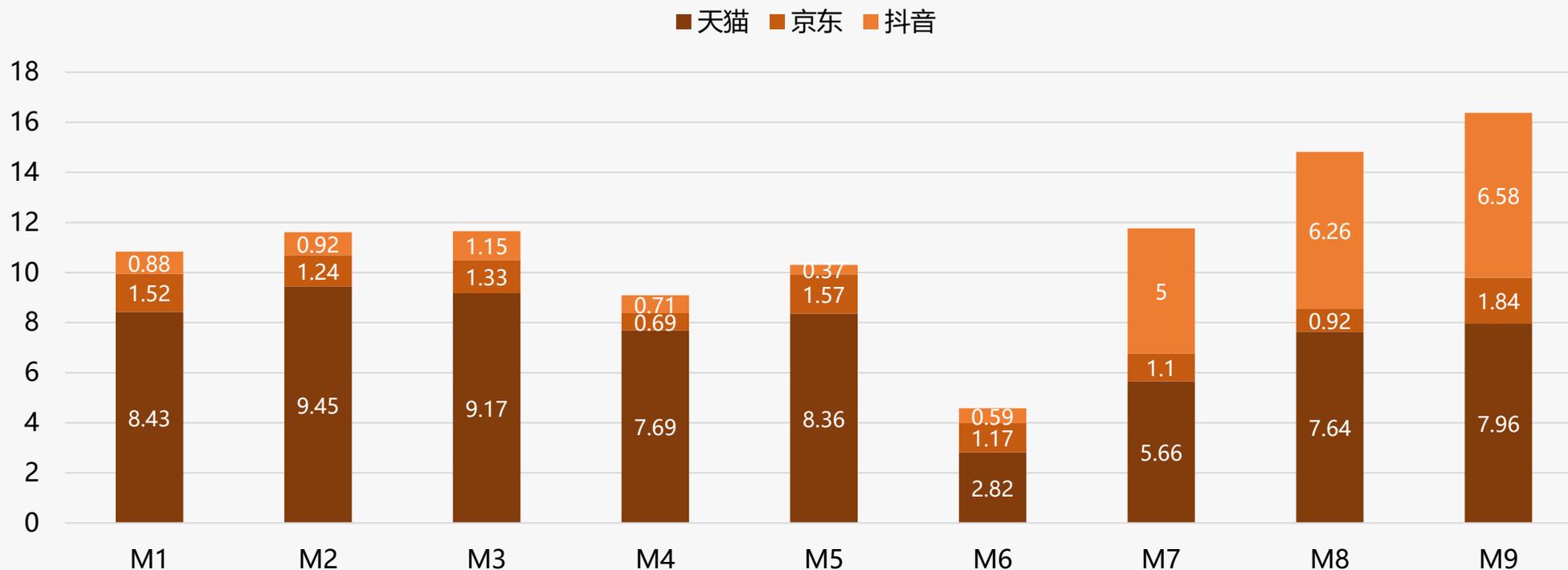
Research Method

- 数据分析法：收集并整理天猫、京东、抖音线上销售数据，运用数据分析工具与技术，计算牙贴美白品类销售额、销售占比、CR10 等关键指标，量化分析市场规模、品牌竞争与价格情况
- 对比分析法：对比不同月份、不同平台牙贴美白品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

抖音崛起天猫主导京东萎缩

- ◆从平台份额看，天猫以6.0亿元（60.3%）稳居主导，抖音3.3亿元（33.1%）增长迅猛，京东仅0.7亿元（6.6%）份额萎缩。抖音在M7-M9连续三个月反超天猫，显示渠道格局正从传统电商向内容电商倾斜，品牌需加速布局短视频平台以抢占增量市场。
- ◆从平台增速看，抖音同比增长647%，天猫和京东分别下滑5.6%和22.4%。抖音在M7单月销售额达0.5亿元，占该月总额的42.6%，显示其流量转化效率极高，建议品牌优化直播带货和KOL合作以提升周转率。

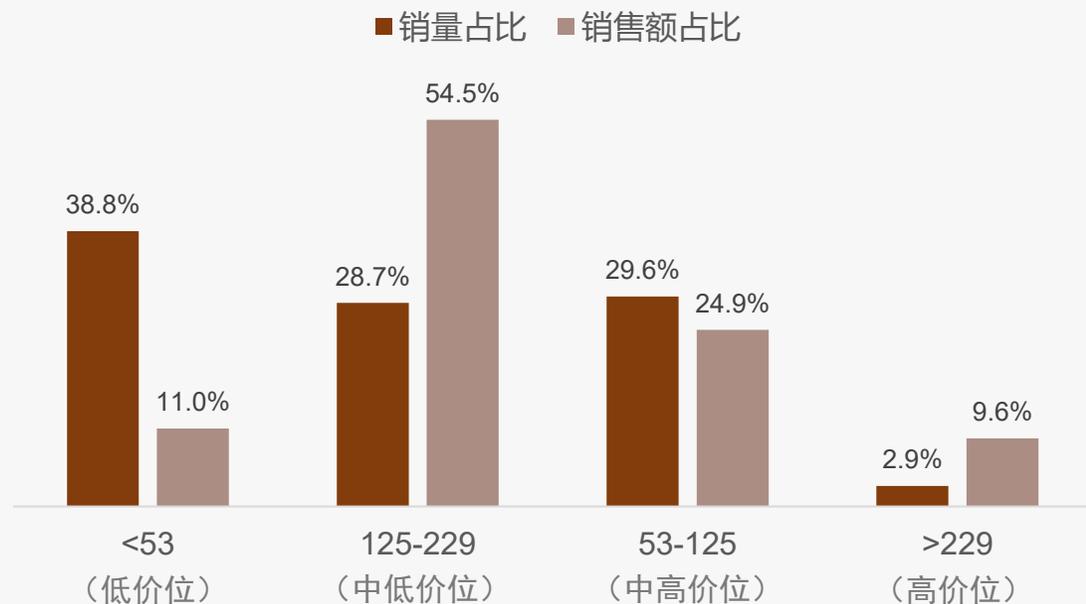
2025年一~三季度牙贴美白品类线上销售规模（百万元）



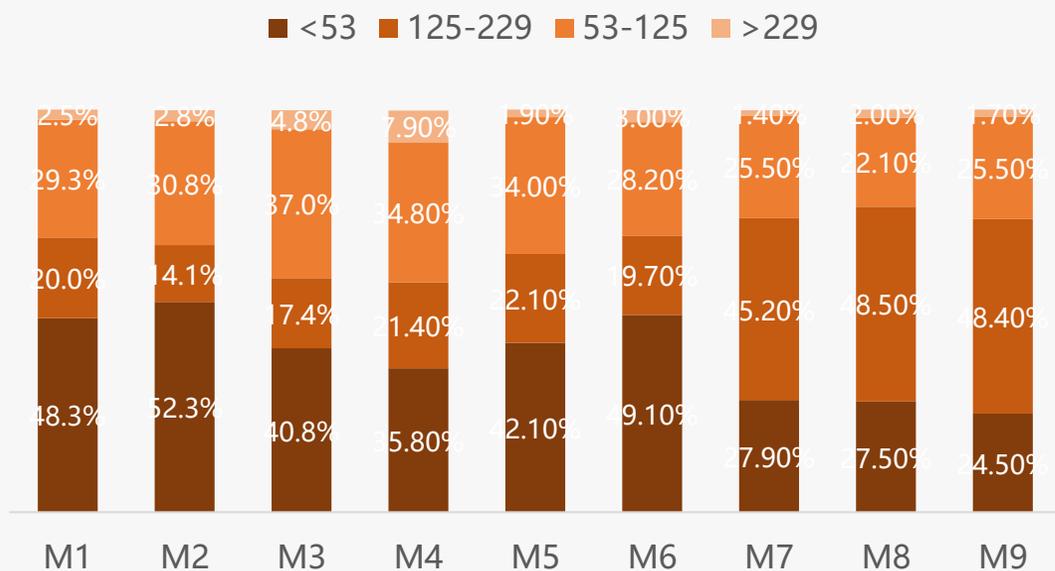
牙贴市场高端化 中端主导利润增长

- ◆从价格带结构看，125-229元区间贡献了54.5%的销售额，但销量占比仅28.7%，表明该价格段是核心利润区，产品溢价能力强；而<53元区间销量占比38.8%但销售额占比仅11.0%，显示低价产品以量取胜但利润贡献低，存在结构性失衡。
- ◆月度销量分布显示，M7-M9月125-229元区间销量占比跃升至45%以上，较上半年均值21.8%显著提升，反映三季度消费升级趋势明显，可能与季节性营销或高客单价新品投放相关。价格迁移趋势分析表明，<53元区间销量占比从M1的48.3%降至M9的24.5%，而中高端区间（53-229元）合计占比从49.3%升至73.9%，消费者正从低价向中高端迁移，市场成熟度提升。

2025年一~三季度牙贴美白线上不同价格区间销售趋势



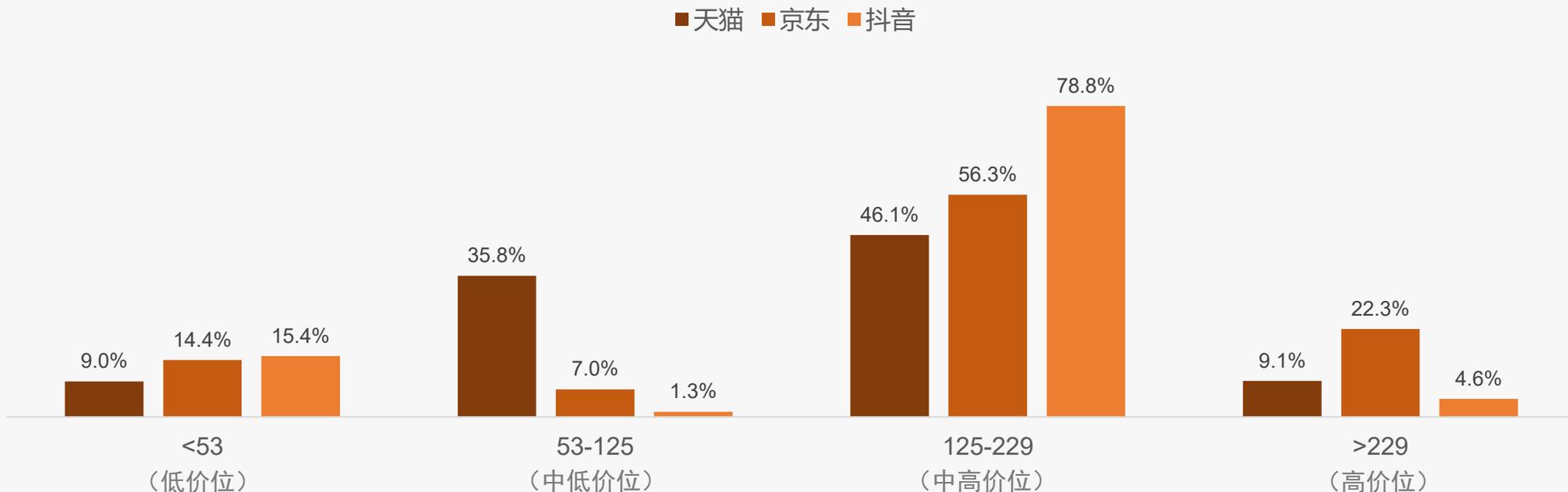
牙贴美白线上价格区间-销量分布



牙贴美白中高端主导 平台差异化布局

- ◆从价格带分布看，各平台均以125-229元区间为主销价位，其中抖音占比最高达78.8%，显示该平台消费者对中高端美白产品的偏好更强。天猫和京东在53-125元区间分别占35.8%和7.0%，反映天猫中低端市场渗透更广，而京东在>229元高端市场占比22.3%，凸显其高客单价优势。
- ◆综合各平台，125-229元价格带为行业核心，合计占比超60%，说明牙贴美白品类已形成稳定的中高端消费心智。京东在高端市场占比22.3%领先，但抖音在中高端集中度最高，提示品牌需差异化布局：天猫均衡覆盖多价位，京东强化高端突破，抖音聚焦中高端爆品。

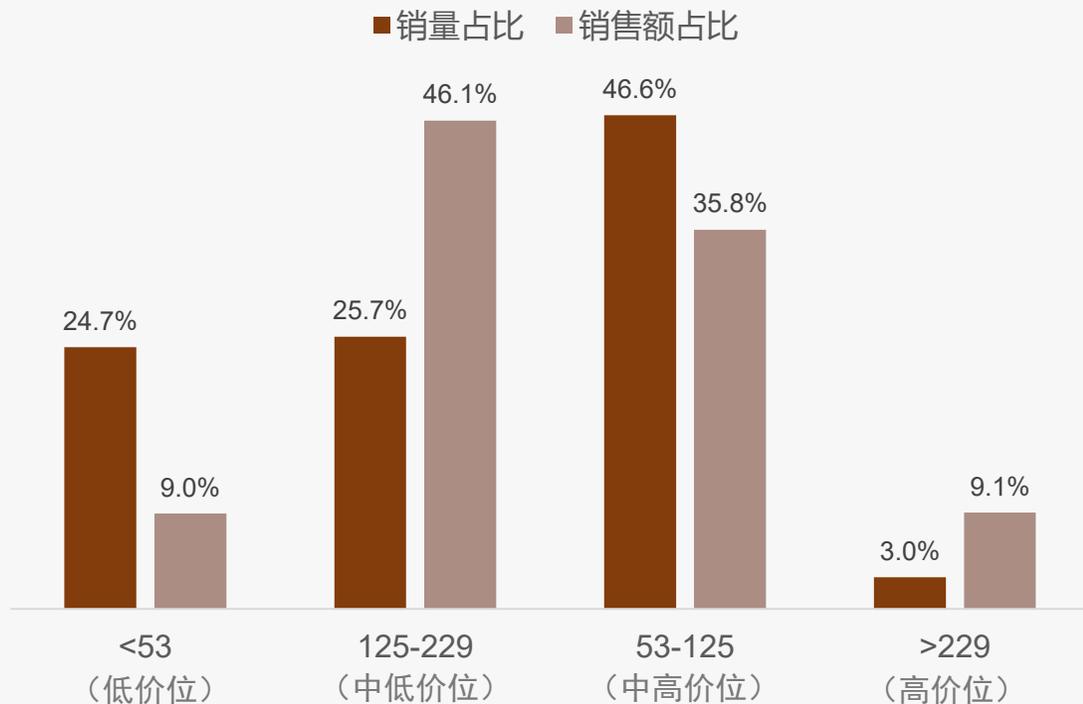
2025年一~三季度各平台牙贴美白不同价格区间销售趋势



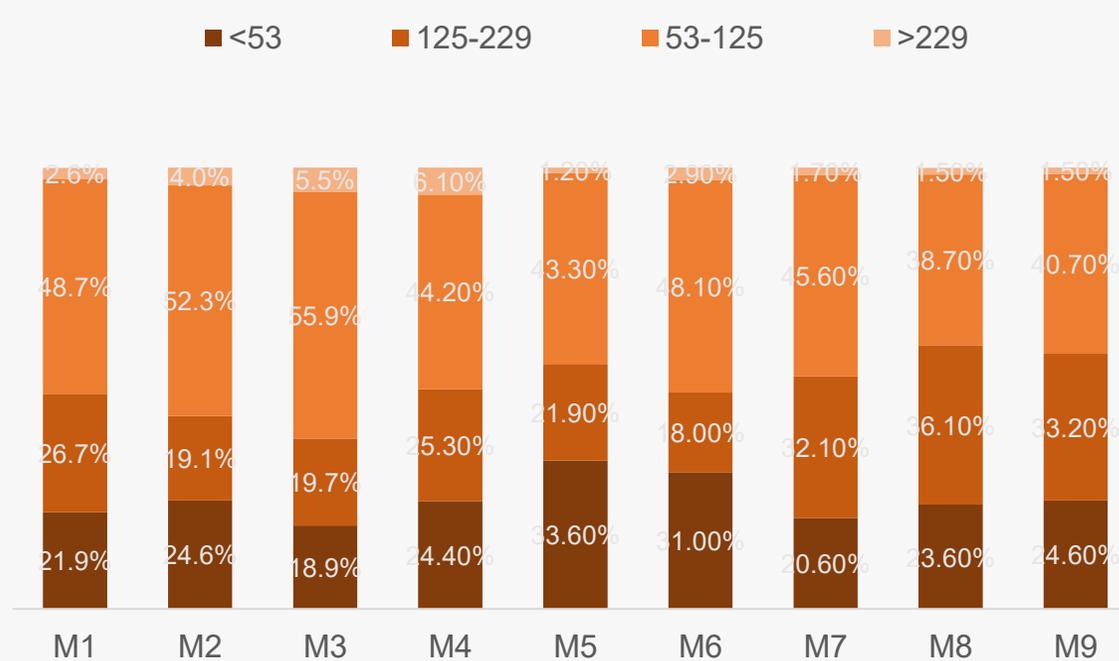
中高端牙贴驱动增长 中端价格带主导市场

- ◆ 从价格区间结构看，53-125元区间销量占比46.6%最高，但125-229元区间以25.7%的销量贡献46.1%的销售额，显示中高端产品具有更高的客单价和利润空间，是品类增长的核心驱动力。月度销量分布显示，125-229元区间在M7-M9占比显著提升（32.1%-36.1%），而<53元区间在M5-M6占比超30%后回落，表明消费升级趋势明显，旺季消费者更倾向购买高价值产品。
- ◆ 价格带集中度分析：53-229元中端价格带合计销量占比72.3%、销售额占比81.9%，是市场绝对主力；<53元低价带销量占比24.7%但销售额仅9.0%，反映低价产品周转率高但盈利能力有限。

2025年一~三季度天猫平台牙贴美白不同价格区间销售趋势



天猫平台牙贴美白价格区间-销量分布

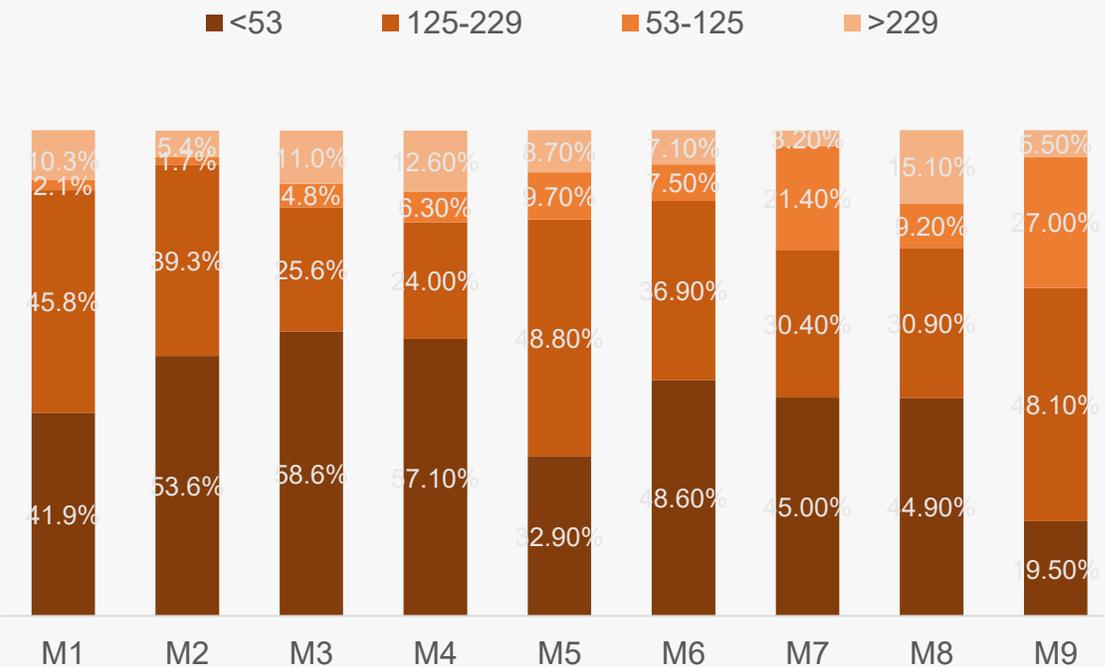
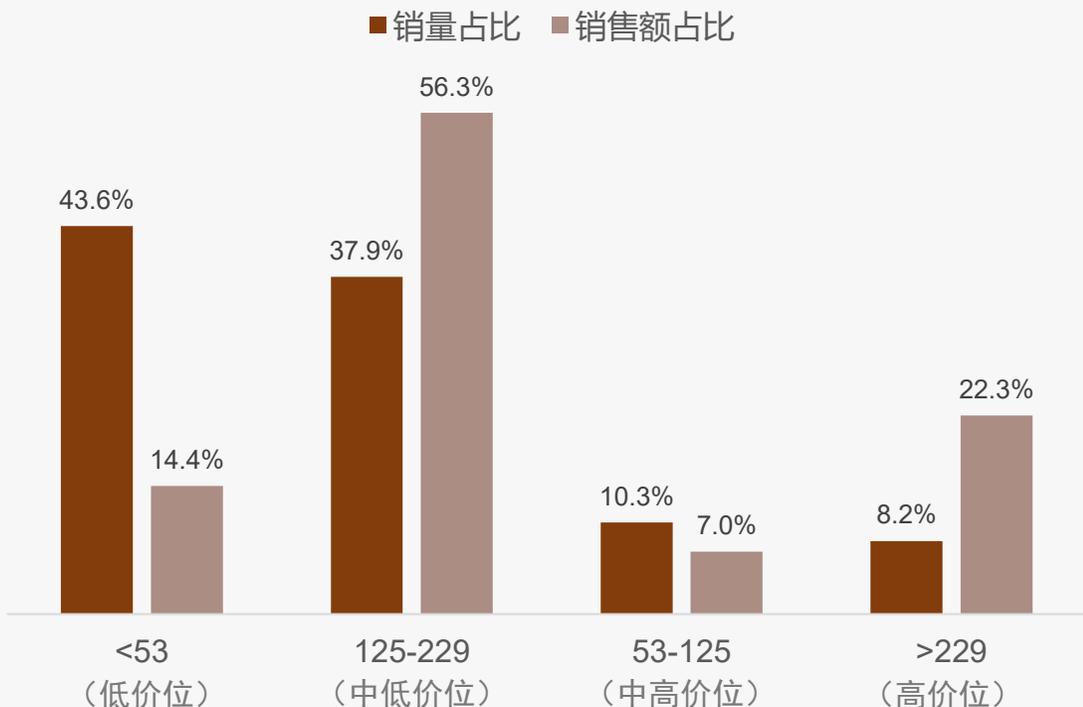


中高端主导利润 低价引流策略 高端溢价强

- ◆从价格区间销售趋势看，125-229元价格带贡献了56.3%的销售额，是核心利润区，ROI表现最佳；<53元价格带销量占比43.6%但销售额仅14.4%，周转率高但利润贡献低，需优化产品组合。销量分布月度波动显著：M1-M4低价区间（<53元）销量占比持续高位（41.9%-58.6%），M5后中高端（125-229元）占比回升，M9达48.1%，显示促销期低价引流、日常中高端主导的销售策略。
- ◆价格结构分析：>229元高端产品销售额占比22.3%但销量仅8.2%，溢价能力强；53-125元中低端区间销量和销售额占比均最低（10.3%、7.0%），存在市场空白或竞争弱势，建议加强该区间产品创新。

2025年一~三季度京东平台牙贴美白不同价格区间销售趋势

京东平台牙贴美白价格区间-销量分布

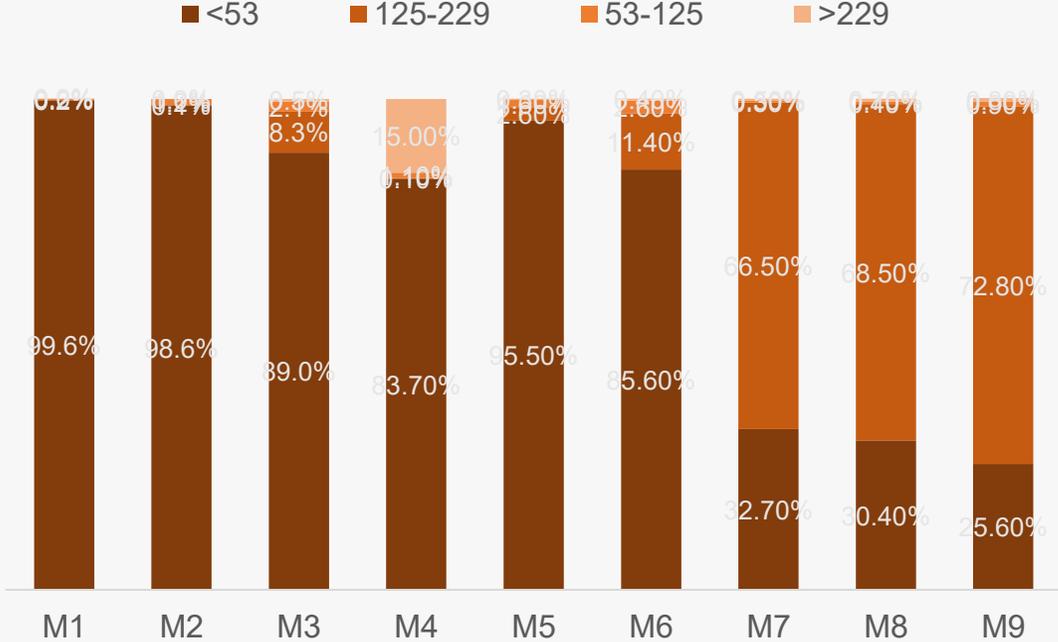
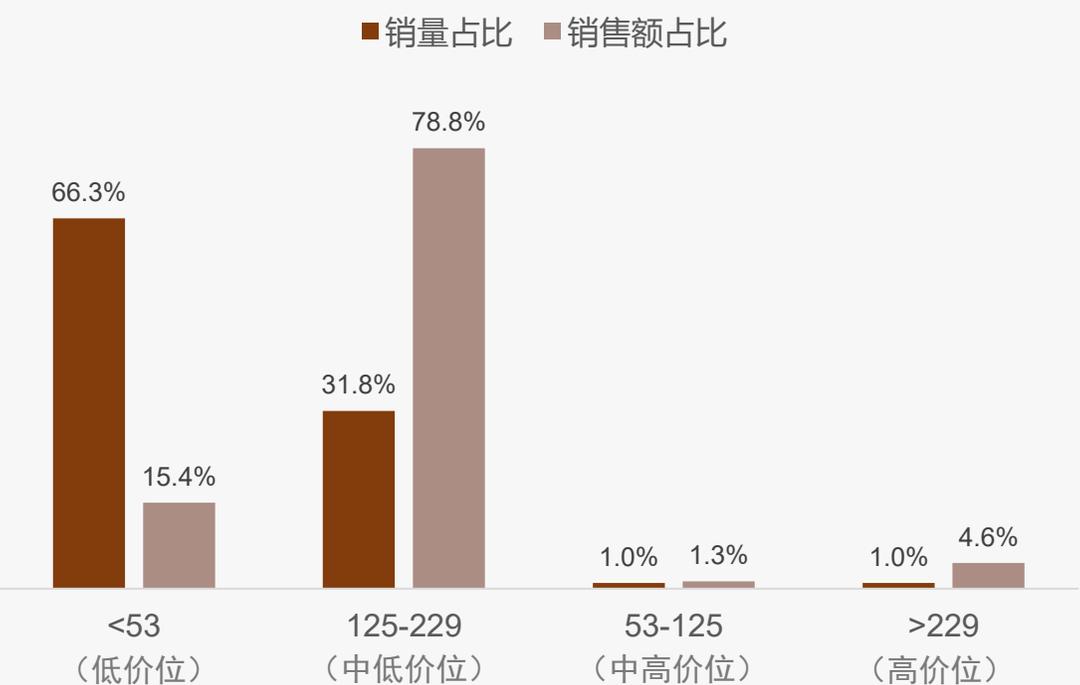


抖音牙贴两极分化 Q3高端化趋势显著

- ◆从价格区间结构看，抖音平台牙贴美白品类呈现明显的两极分化特征。低价区间（<53元）销量占比高达66.3%，但销售额占比仅15.4%，表明该区间产品单价低、周转快但利润贡献有限；中高端区间（125-229元）以31.8%的销量贡献78.8%的销售额，是平台的核心利润来源，显示出消费者对品质产品的支付意愿较强。
- ◆从月度销售趋势和品类健康度评估，品类价格结构在Q3发生显著变化，M1-M6期间<53元区间销量占比稳定在83.7%-99.6%，而M7-M9该区间占比骤降至25.6%-32.7%，同时125-229元区间占比跃升至66.5%-72.8%。当前抖音平台存在价格带覆盖不均衡问题，53-125元中间价格带销量占比仅1.0%，形成明显断层，不利于消费者梯度升级。

2025年一~三季度抖音平台牙贴美白不同价格区间销售趋势

抖音平台牙贴美白价格区间-销量分布



CONTENTS

目录

1

核心发现

2

品类洞察

3

消费洞察

- 3.1 研究说明
- 3.2 基础画像及地域差异
- 3.3 消费者行为与场景模式
- 3.4 产品偏好与使用反馈
- 3.5 价格敏感度与支付意愿
- 3.6 品牌忠诚度与竞争者行为
- 3.7 社交传播与内容影响力
- 3.8 家庭决策与场景营销
- 3.9 数字化体验与未来需求

1、研究内容

Research Contents

- 洞察 牙贴美白消费行为、消费场景、消费模式；
- 剖析 消费者产品偏好、使用反馈，价格敏感度、支付意愿；
- 对比 主要品牌忠诚度、品牌竞争行为、竞争烈度；
- 挖掘 消费者营销潜力。

2、研究对象

Research Object

- 最近1年内购买过牙贴美白的消费者；
- 性别、所在城市（一线、新一线、二线、三线）平均分布；
- 聚焦家庭月收入中等水平（3-8万元）人群；
- 聚焦家庭日常采购主要决策者。

3、研究方法

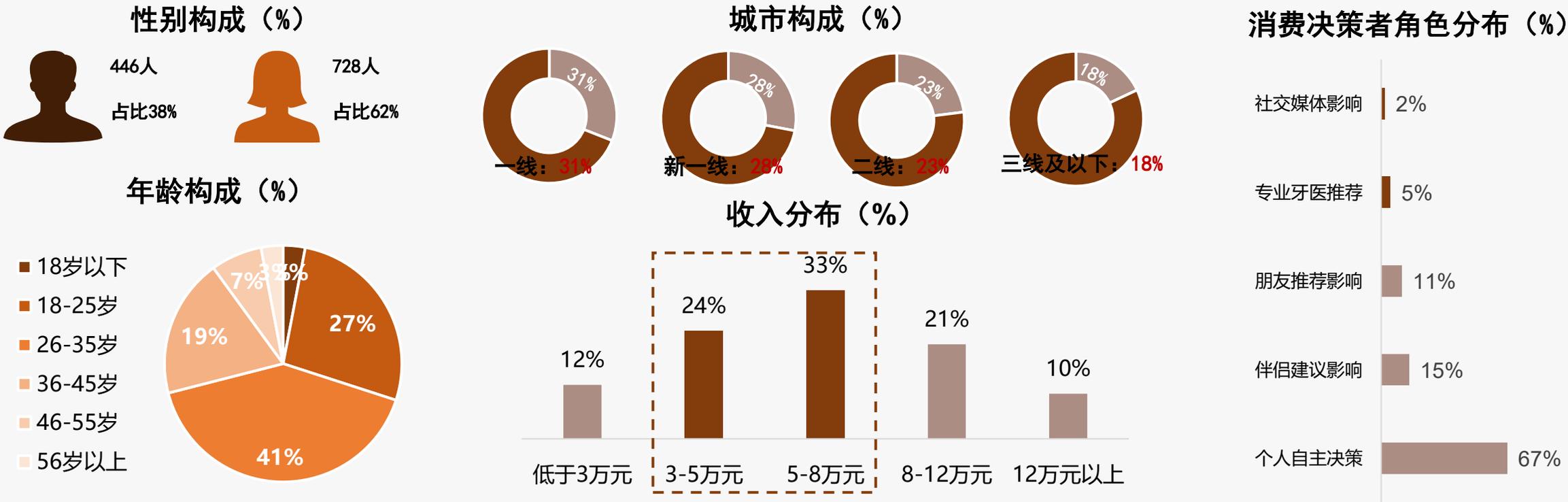
Research Method

投放形式	在线定量调研
投放区域	中国大陆（不含港澳台），充分覆盖主要城市
投放时间	2025年9月
样本数量	N=1174

牙贴美白女性青年自主消费主导

- ◆牙贴美白消费群体以女性为主（62%），核心年龄为26-35岁（41%），收入5-8万元群体占比最高（33%），显示产品对年轻女性吸引力强。
- ◆消费决策高度自主（个人决策67%），一线及新一线城市占比达59%，表明产品在发达城市普及度高且消费者独立性强。

2025年中国牙贴美白消费者画像

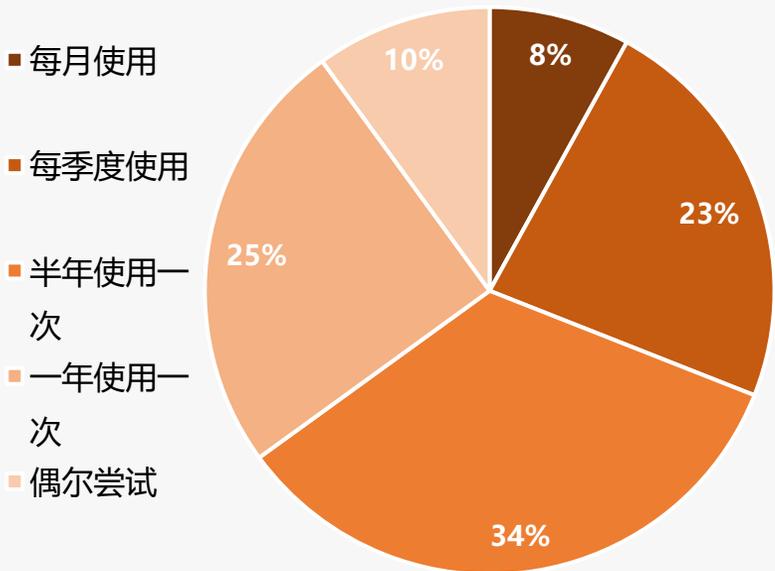


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

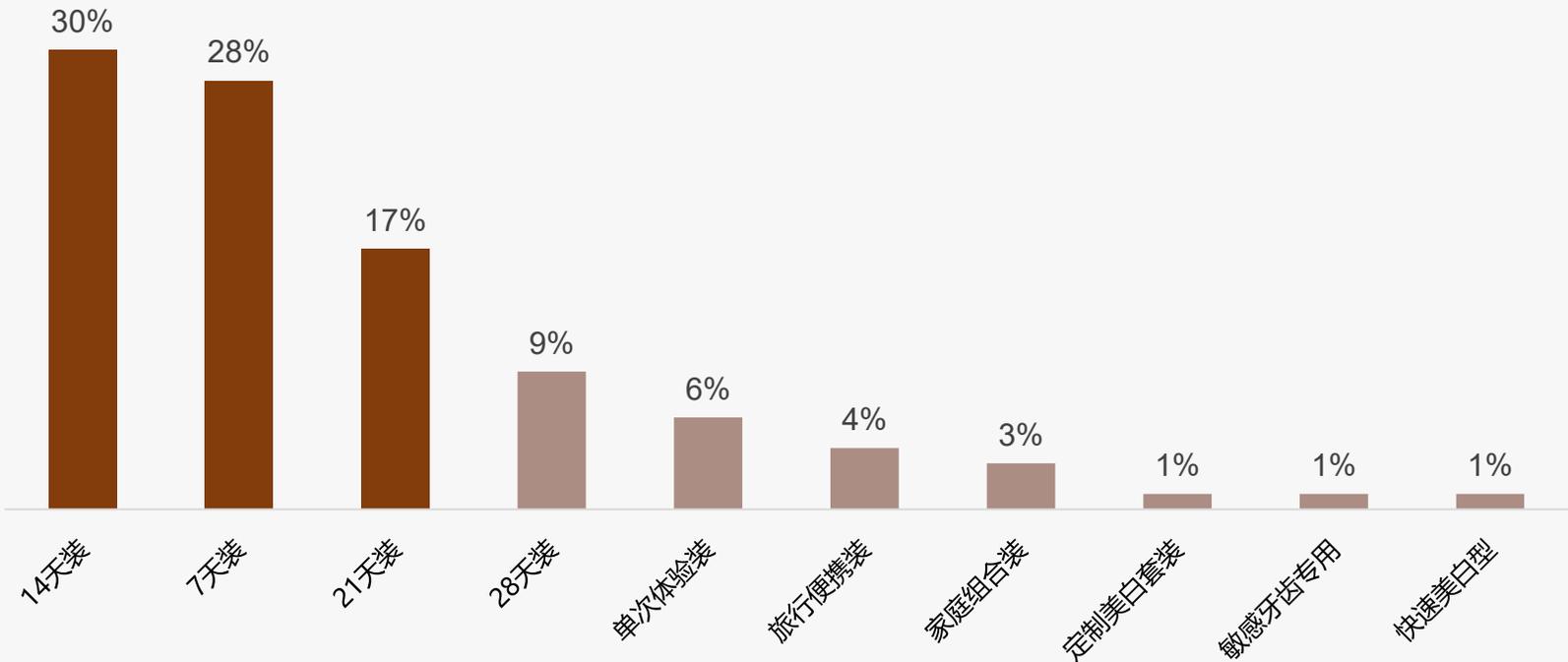
牙贴美白低频使用 短期装为主流

- ◆牙贴美白消费频率以半年使用一次最高，占34%，每季度使用占23%，一年使用一次占25%，显示多数用户倾向于低频使用。
- ◆产品规格中，14天装占31%，7天装占28%，两者合计近六成，表明短期装是主流选择，个性化产品份额极低。

2025年中国牙贴美白消费频率分布



2025年中国牙贴美白产品规格分布

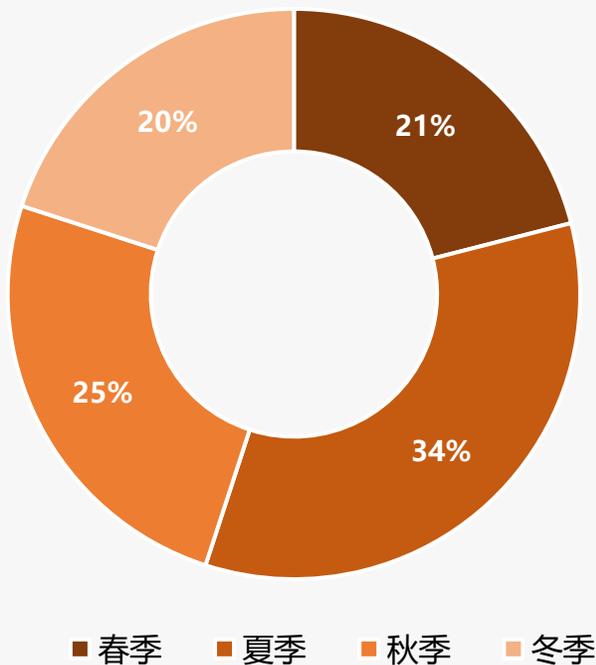


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

美白消费中端主导 夏季高峰

- ◆ 单次消费集中在50-100元区间，占比42%；夏季消费占比最高，达34%，显示美白需求与季节温度相关。
- ◆ 独立密封包装最受欢迎，占比43%，反映消费者重视卫生；环保简约包装仅占5%，可持续性影响较小。

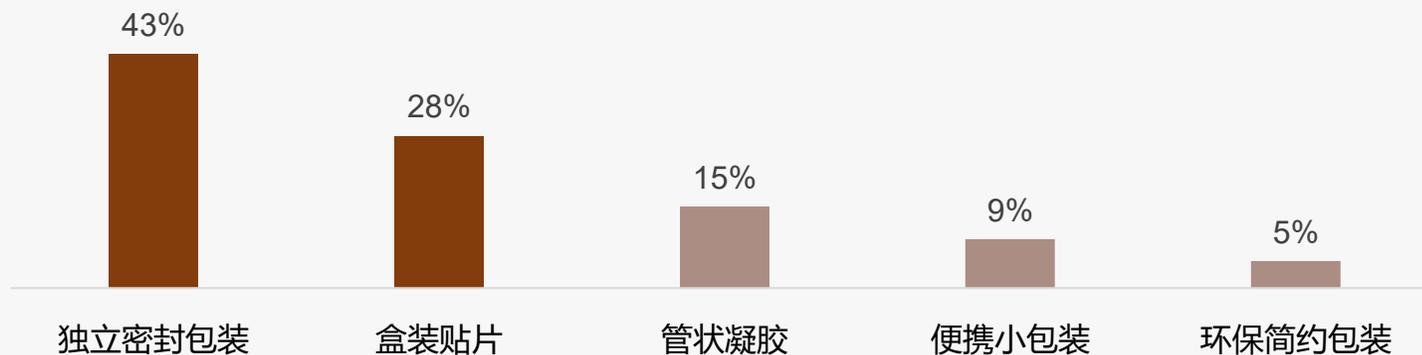
2025年中国牙贴美白消费季节分布



2025年中国牙贴美白单次支出分布



2025年中国牙贴美白包装类型分布

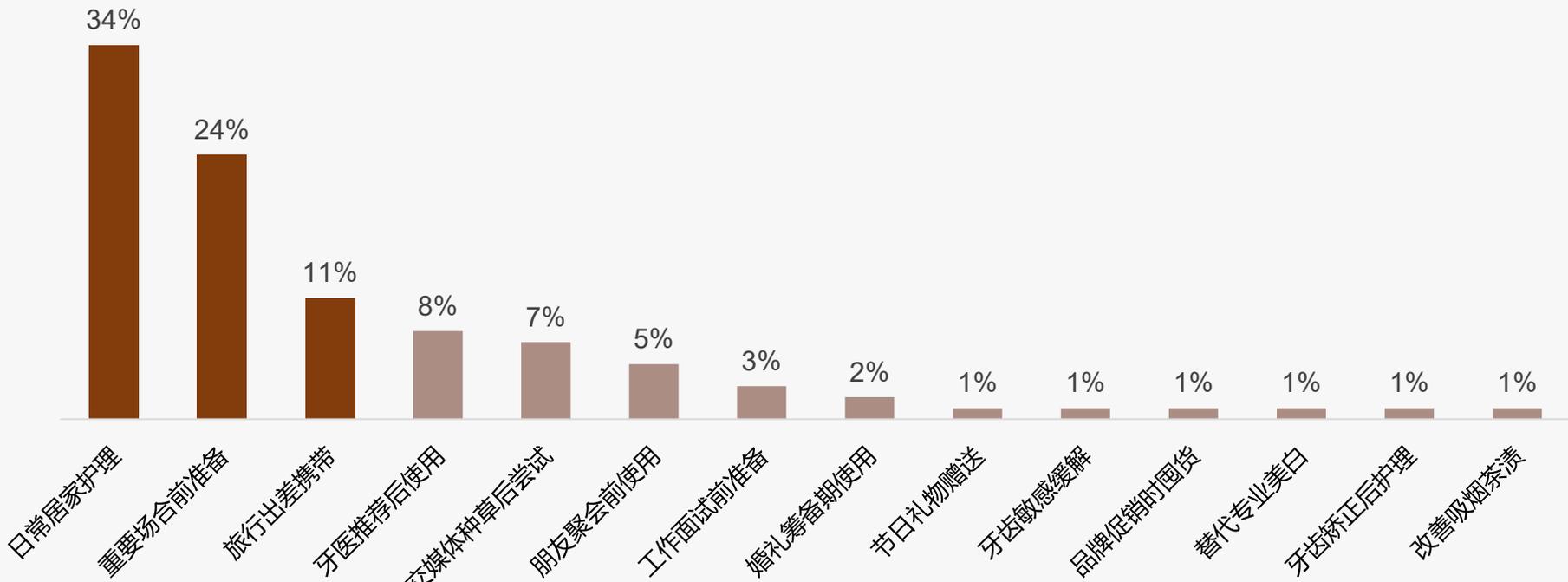


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

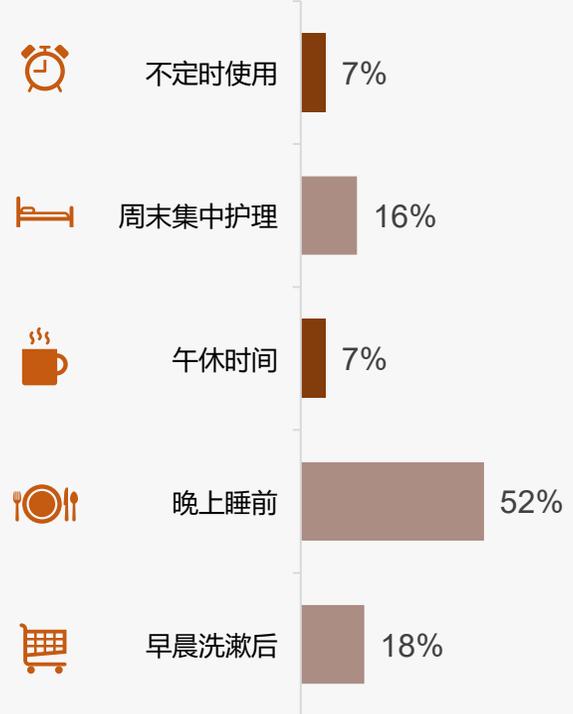
牙贴美白夜间周末护理主导

- ◆牙贴美白主要用于日常居家护理（37%）和重要场合前准备（24%），显示其作为常规护理和社交需求产品的双重定位。
- ◆晚上睡前使用占比高达52%，周末集中护理占16%，表明用户偏好夜间和空闲时段进行口腔美白护理。

2025年中国牙贴美白消费场景分布



2025年中国牙贴美白消费时段分布

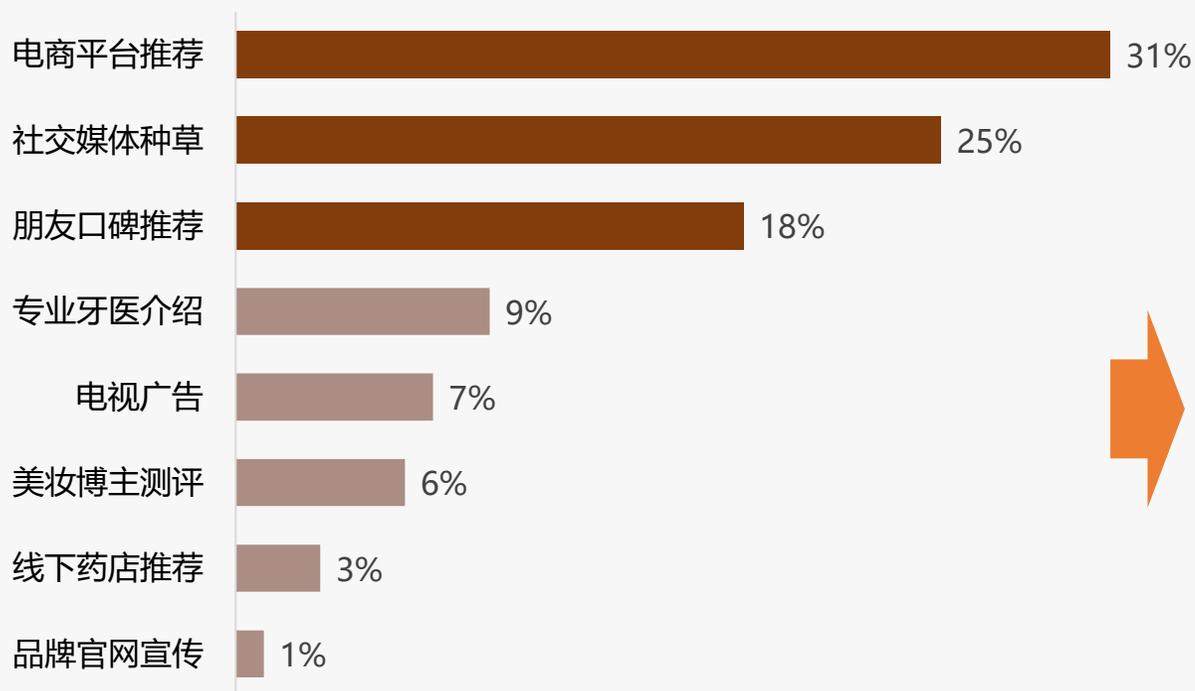


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

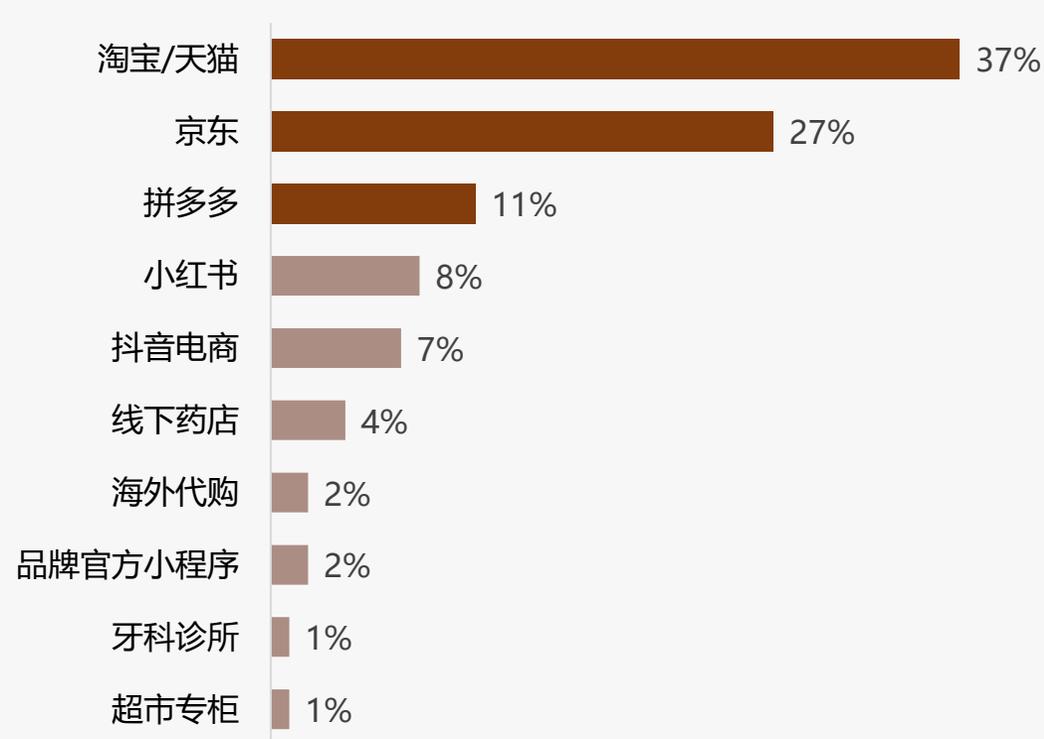
线上渠道主导牙贴美白消费

- ◆消费者主要通过电商平台推荐(31%)、社交媒体种草(25%)和朋友口碑推荐(18%)了解牙贴美白产品，线上社交和电商渠道是信息获取的主要来源。
- ◆购买渠道高度集中于线上电商平台，淘宝/天猫(38%)、京东(27%)和拼多多(11%)合计占76%，而牙科诊所渠道占比为0%，显示线上购买偏好明显。

2025年中国牙贴美白产品了解渠道分布



2025年中国牙贴美白购买渠道分布



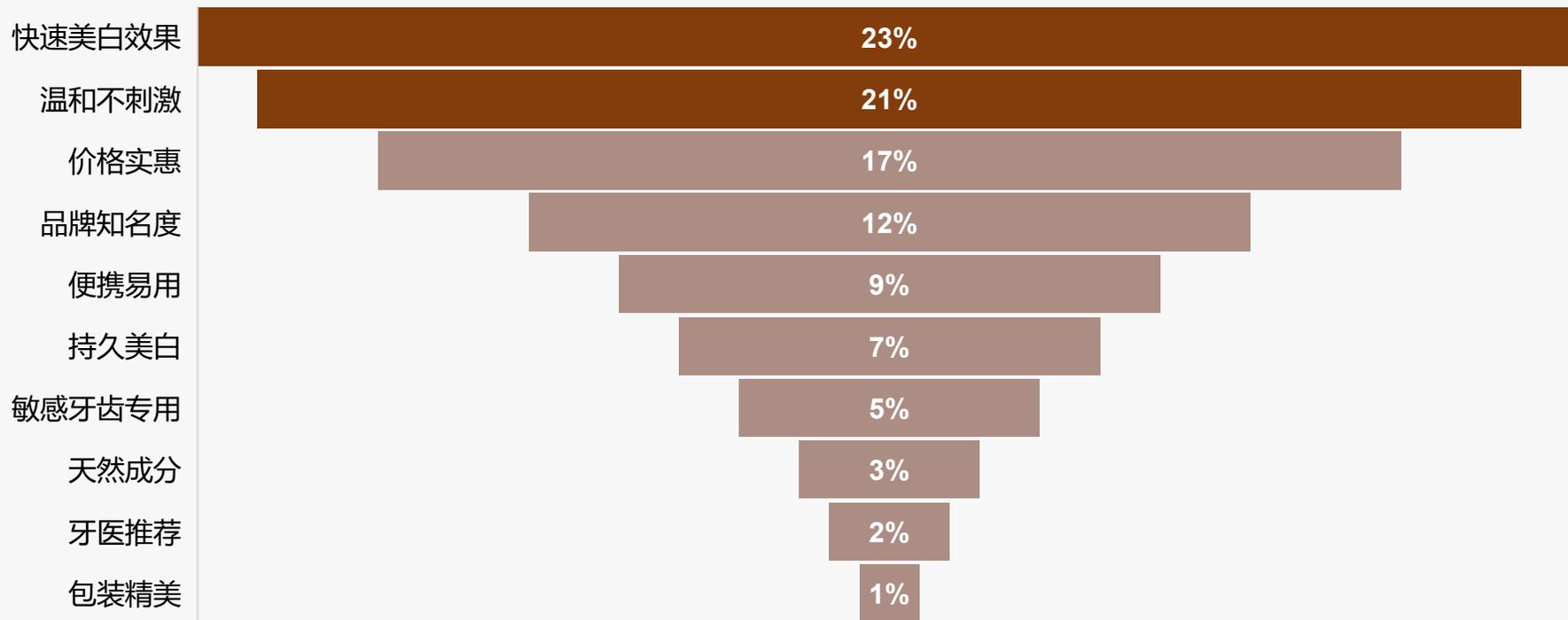
样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

消费者偏好快速美白温和不刺激

◆消费者最关注快速美白效果（23%）和温和不刺激（21%），显示对即时效果和安全性的高度需求。价格实惠（17%）和品牌知名度（12%）也较重要。

◆持久美白（7%）、敏感专用（5%）和天然成分（3%）关注度较低。牙医推荐（2%）和包装精美（1%）影响最小，表明附加特性非主流。

2025年中国牙贴美白产品偏好类型分布

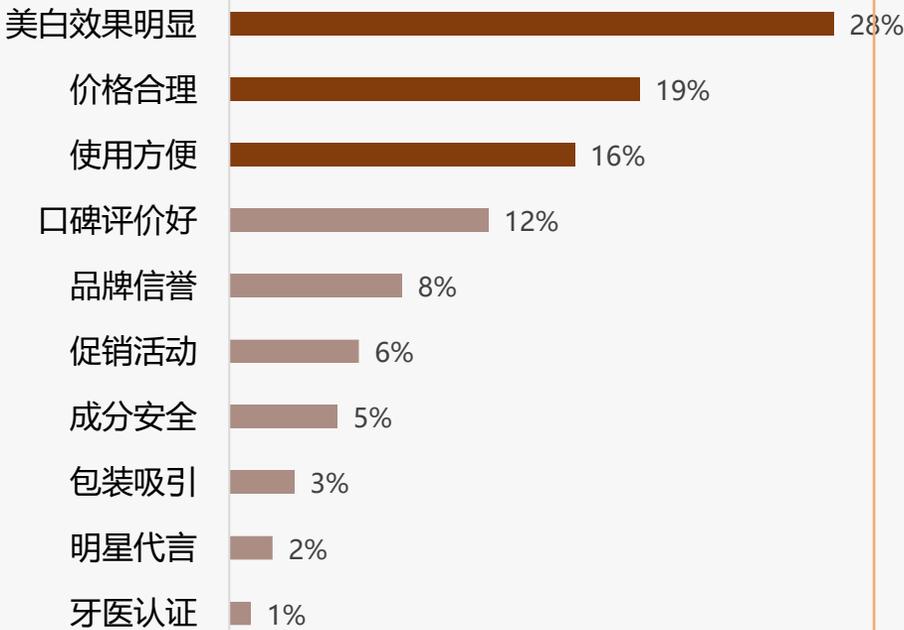


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

美白效果驱动牙贴消费决策

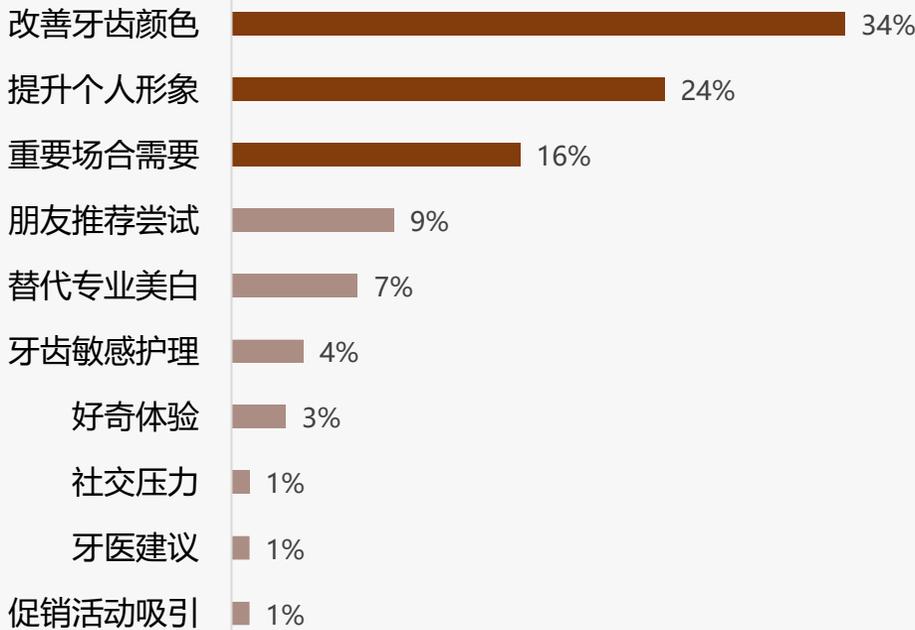
- ◆美白效果明显（28%）和改善牙齿颜色（35%）是牙贴美白消费的核心驱动力，消费者更关注实际效果而非价格或便利性。
- ◆口碑评价（12%）和品牌信誉（8%）影响有限，促销和明星代言作用微弱，显示消费决策以功能需求为主导。

2025年中国牙贴美白吸引消费因素分布



样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

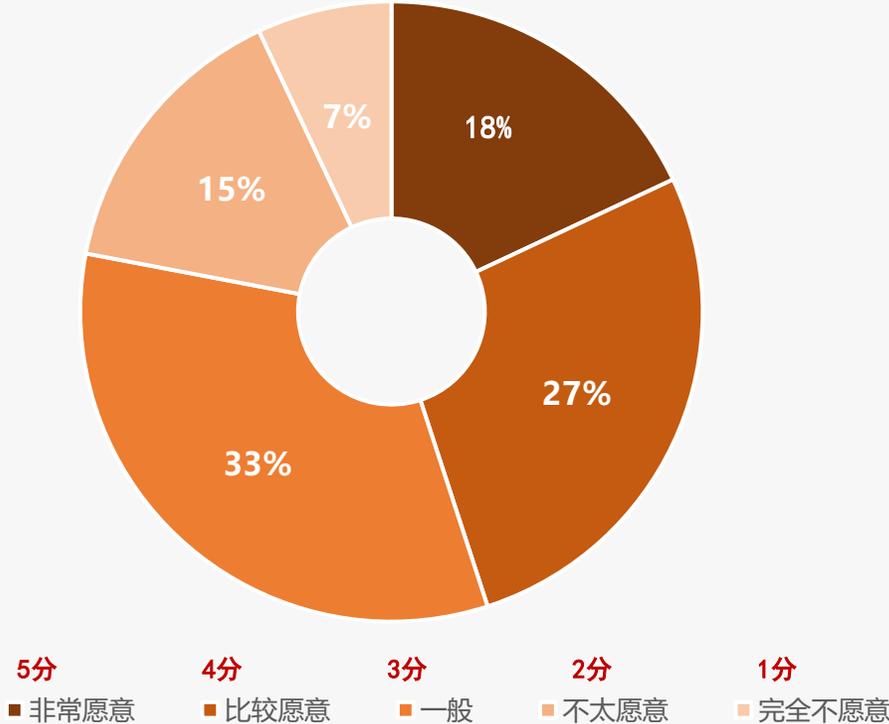
2025年中国牙贴美白消费原因分布



牙贴美白推荐意愿低效果体验待提升

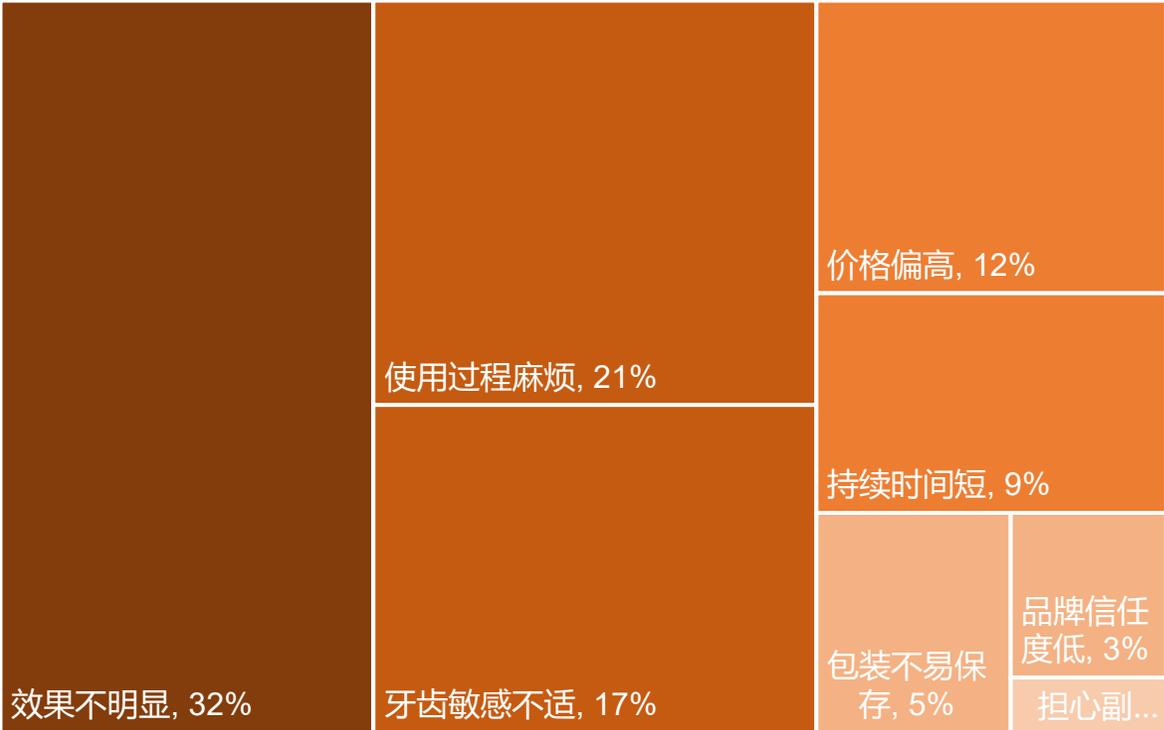
- ◆牙贴美白产品推荐意愿偏低，仅18%消费者非常愿意推荐。不愿推荐主因中效果不明显占比最高达32%，使用过程麻烦占21%，牙齿敏感不适占17%。
- ◆数据显示产品效果与期望差距大，使用体验和舒适度不足是主要痛点。价格偏高占12%，提示需优化产品设计和定价策略以提升满意度。

2025年中国牙贴美白推荐意愿分布



样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

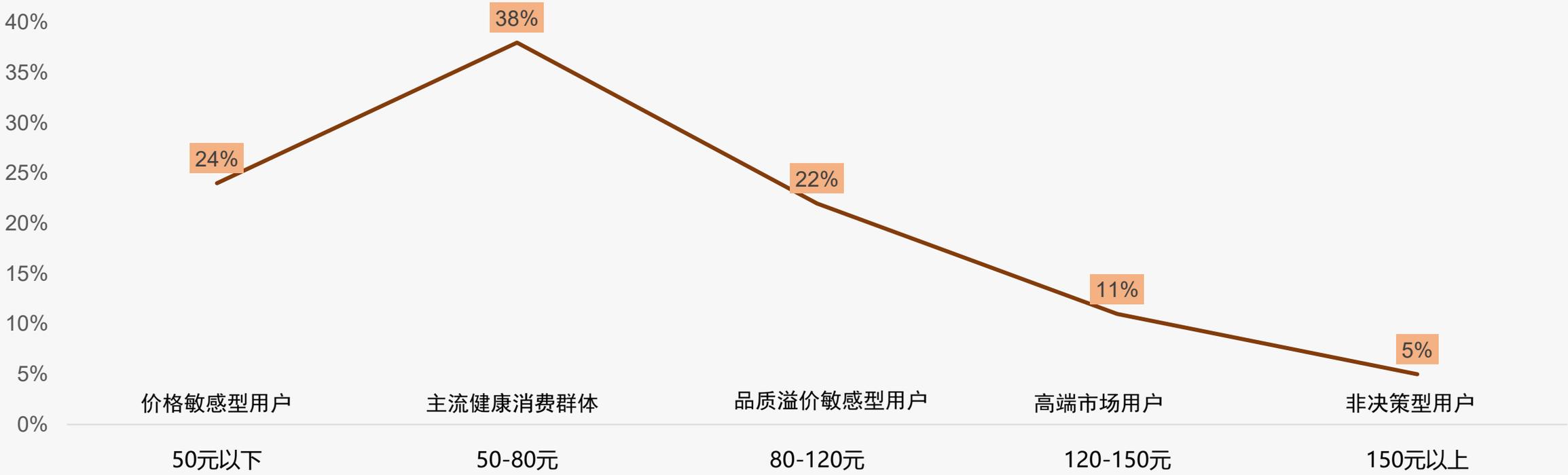
2025年中国牙贴美白不推荐原因分布



牙贴美白中端价格最受青睐

- ◆牙贴美白产品价格接受度调查显示，50-80元区间占比最高为38%，50元以下占比24%，80-120元占比22%，显示中端价格产品最受消费者青睐。
- ◆高端市场接受度较低，120-150元占比11%，150元以上仅5%，表明消费者更偏好性价比高的产品，高端市场发展空间有限。

2025年中国牙贴美白最受欢迎规格价格接受度



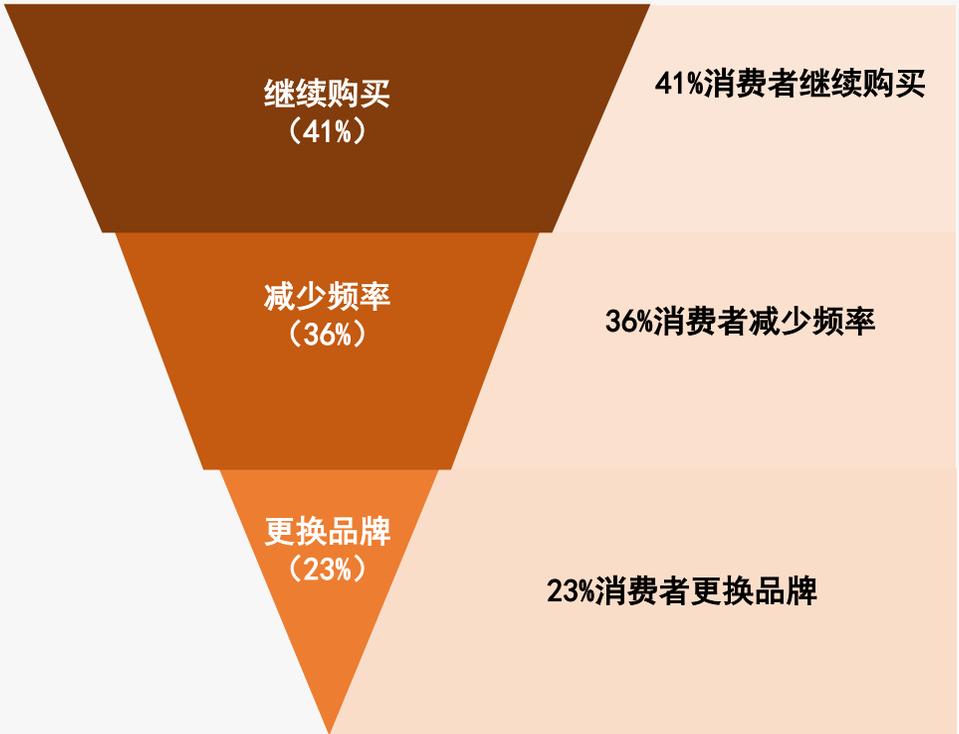
样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

注：以14天装规格牙贴美白为标准核定价格区间

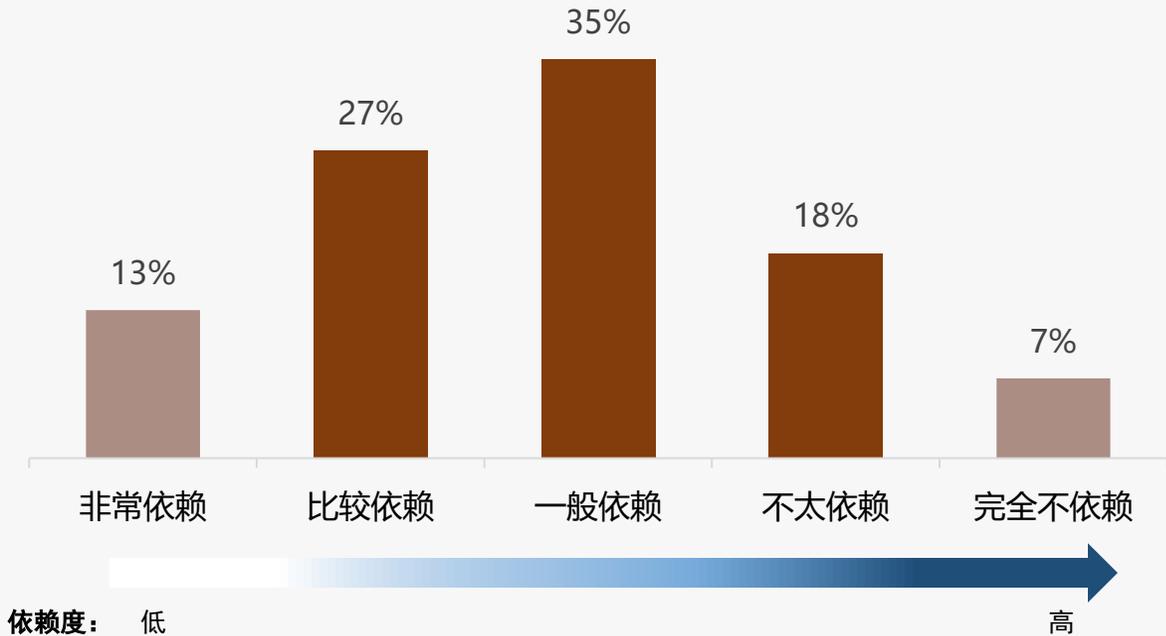
价格敏感促销依赖影响消费

- ◆价格上涨10%后，41%消费者继续购买，36%减少频率，显示品牌忠诚度较高但价格敏感群体显著。
- ◆62%消费者对促销活动有一定依赖（35%一般依赖，27%比较依赖），促销是重要营销手段。

2025年中国牙贴美白价格上涨10%购买行为分布



2025年中国牙贴美白促销依赖程度分布

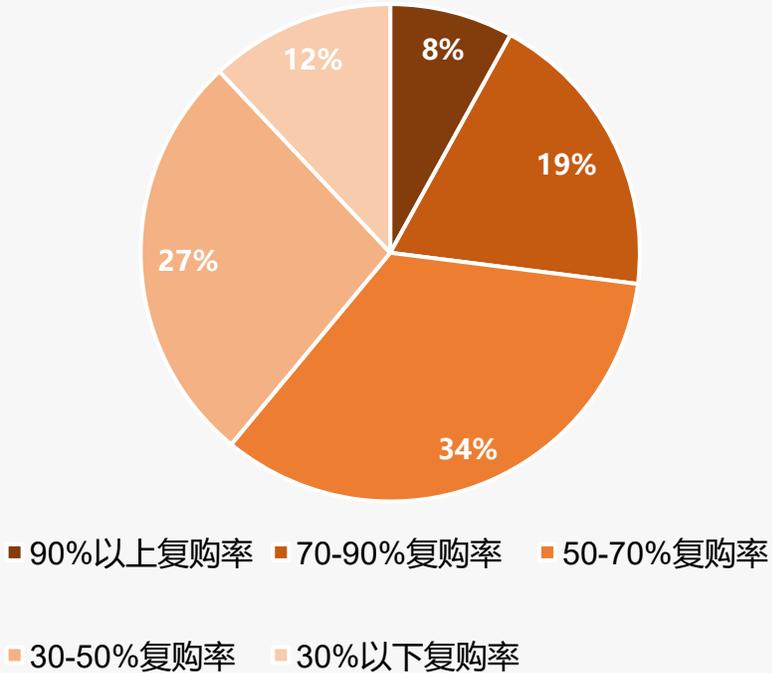


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

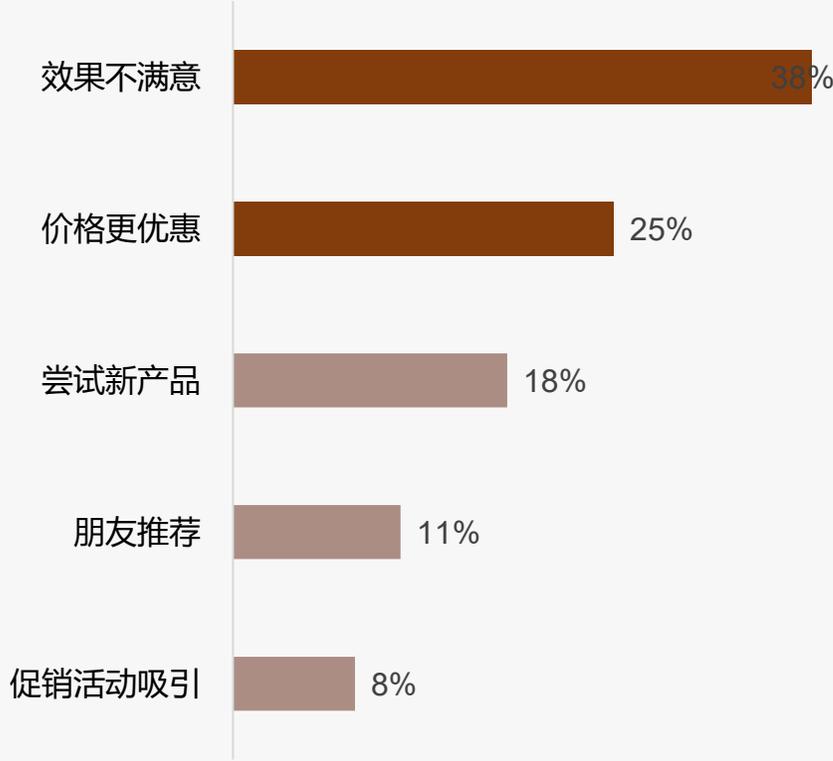
牙贴美白用户忠诚度低 效果价格是关键

- ◆牙贴美白市场复购率中等偏低，50-70%复购率占比最高为34%，30%以下复购率占12%，显示用户忠诚度一般且部分流失风险较高。
- ◆更换品牌主因是效果不满意占38%，价格更优惠占25%，表明提升产品功效和优化定价是增强用户粘性的关键措施。

2025年中国牙贴美白品牌复购率分布



2025年中国牙贴美白更换品牌原因分布

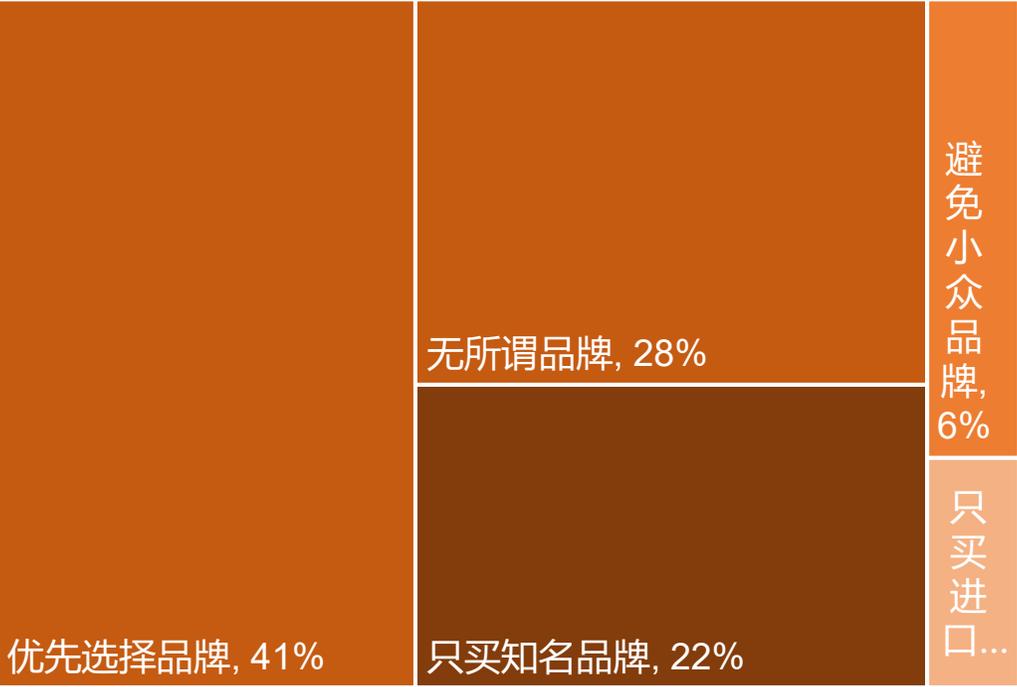


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

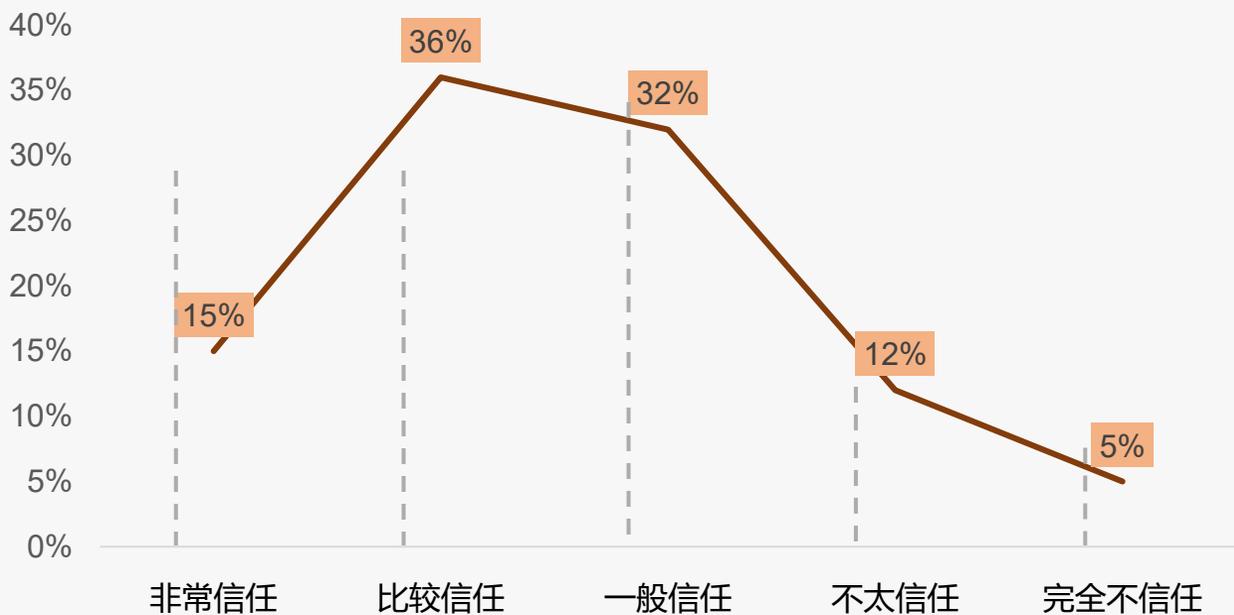
品牌偏好显著 信任度待提升

- ◆消费者品牌偏好显著，41%优先选择品牌，22%只买知名品牌，品牌影响力是牙贴美白消费决策的关键因素。
- ◆品牌信任度较高，36%比较信任，32%一般信任，但仅15%非常信任，提示需加强品牌可靠性和市场渗透。

2025年中国牙贴美白品牌产品消费意愿分布



2025年中国牙贴美白品牌产品态度分布

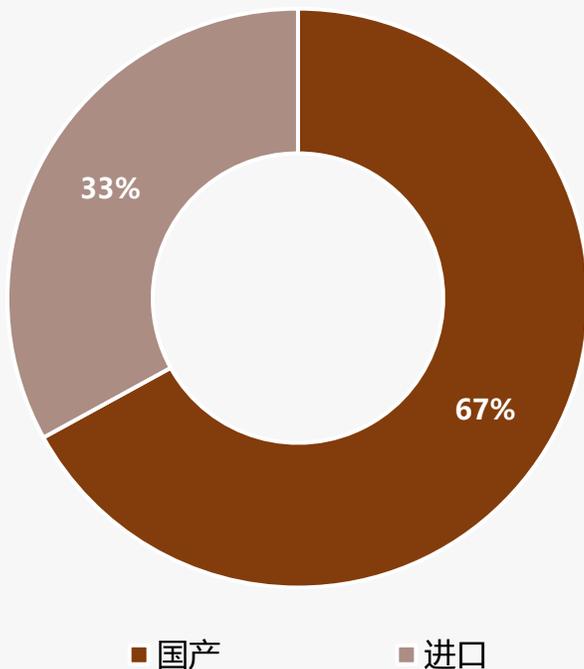


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

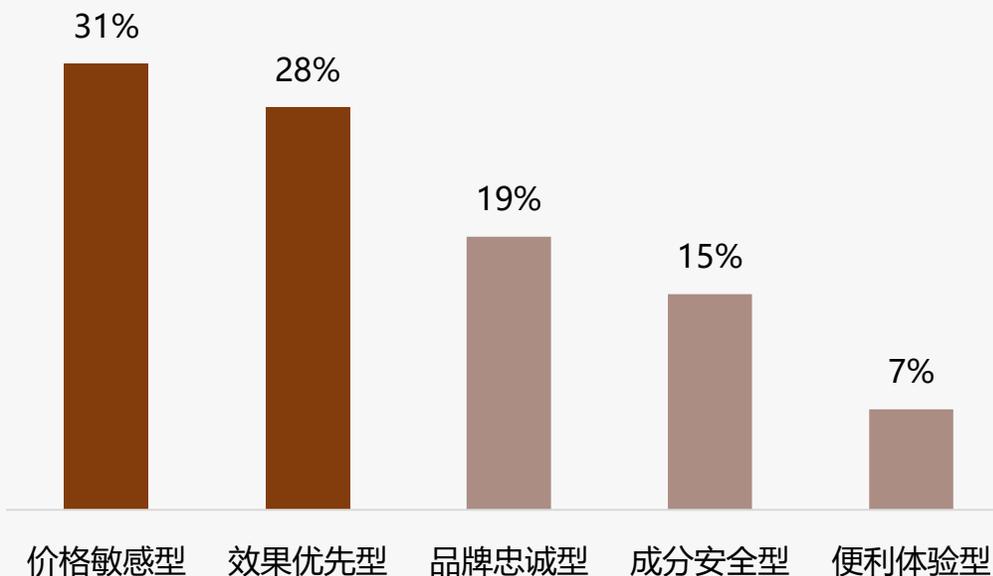
国产主导 价格效果驱动

- ◆ 国产牙贴美白品牌占据67%市场份额，进口品牌为33%，显示消费者对本土产品接受度较高，市场主导地位明显。
- ◆ 价格敏感型（31%）和效果优先型（28%）消费者占比近六成，表明性价比和美白效果是主要购买驱动力。

2025年中国牙贴美白国产与进口品牌消费分布



2025年中国牙贴美白品牌偏好类型分布

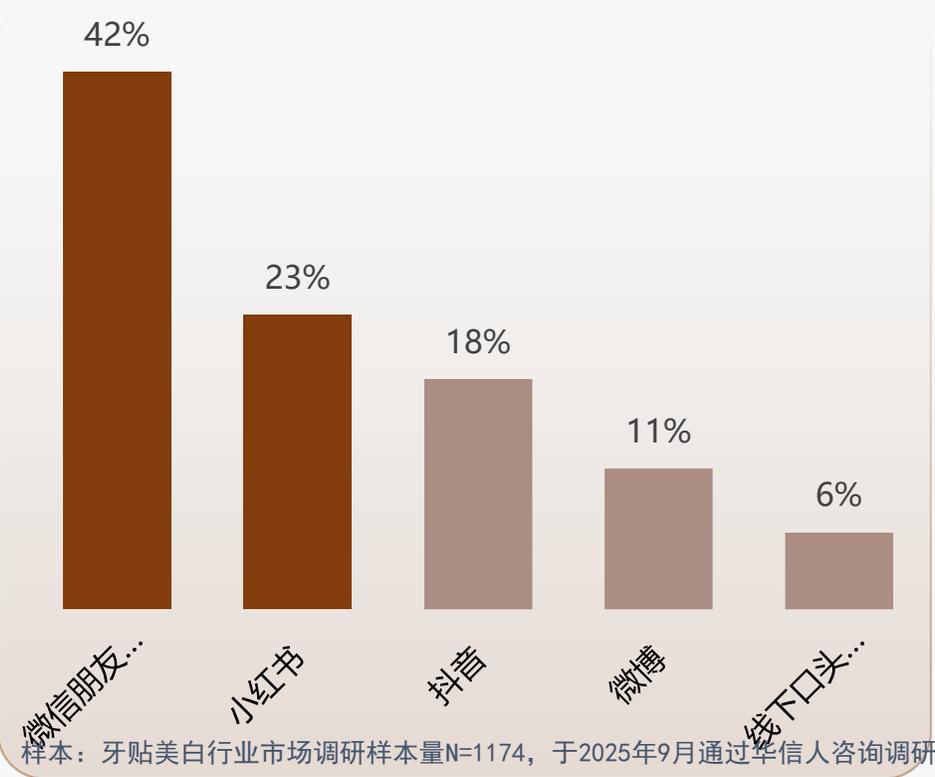


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

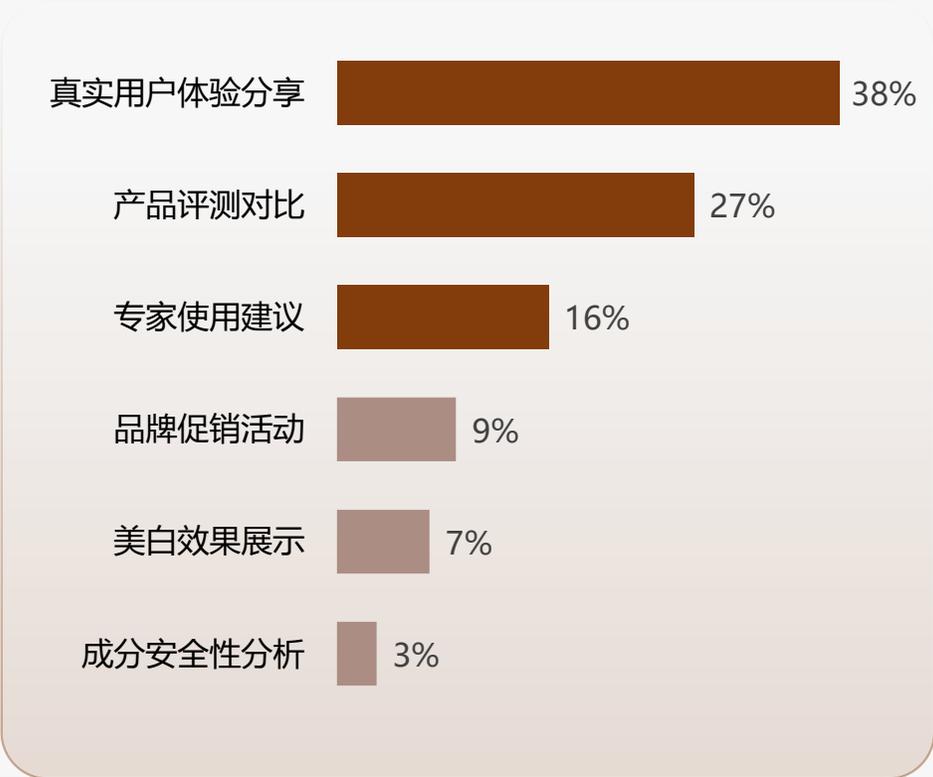
用户偏好真实体验分享 微信朋友圈主导

- ◆ 社交分享以微信朋友圈为主，占42%，小红书和抖音分别占23%和18%，微博和线下分享占比较低，分别为11%和6%。
- ◆ 内容类型中真实用户体验分享占38%，产品评测对比占27%，专家建议占16%，促销和效果展示占比较低，成分分析仅占3%。

2025年中国牙贴美白社交分享渠道分布



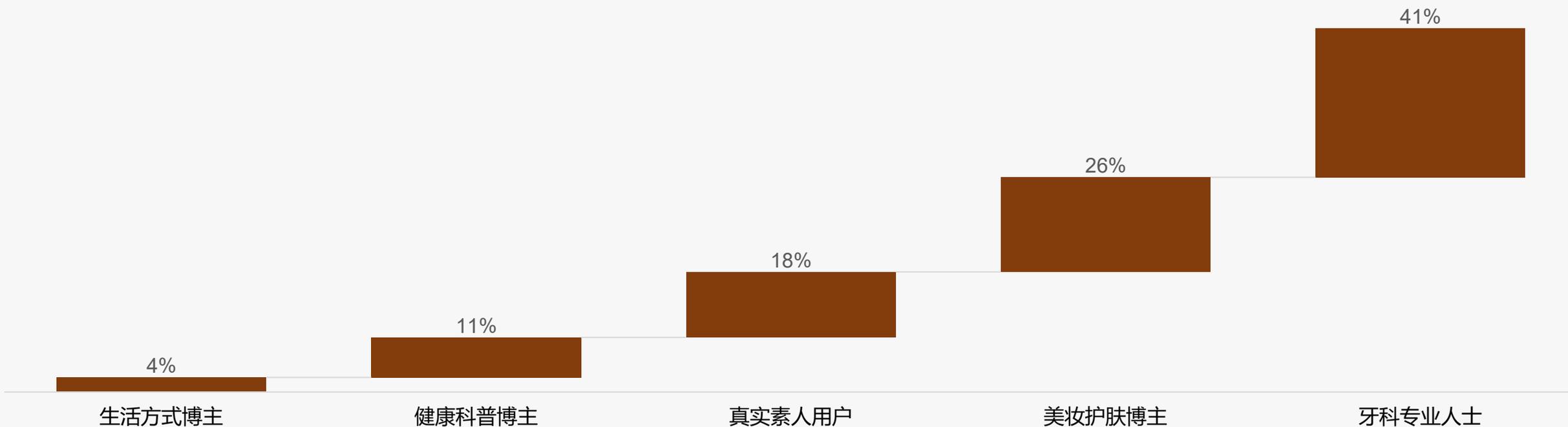
2025年中国牙贴美白社交内容类型分布



专业权威主导牙贴美白信任

- ◆牙科专业人士以41%的信任度领先，美妆护肤博主占26%，显示专业性和外观效果是消费者在牙贴美白内容中的首要关注点。
- ◆真实素人用户和健康科普博主分别占18%和11%，生活方式博主仅4%，表明用户分享和科学知识辅助决策，泛生活内容影响较弱。

2025年中国牙贴美白社交信任博主类型分布

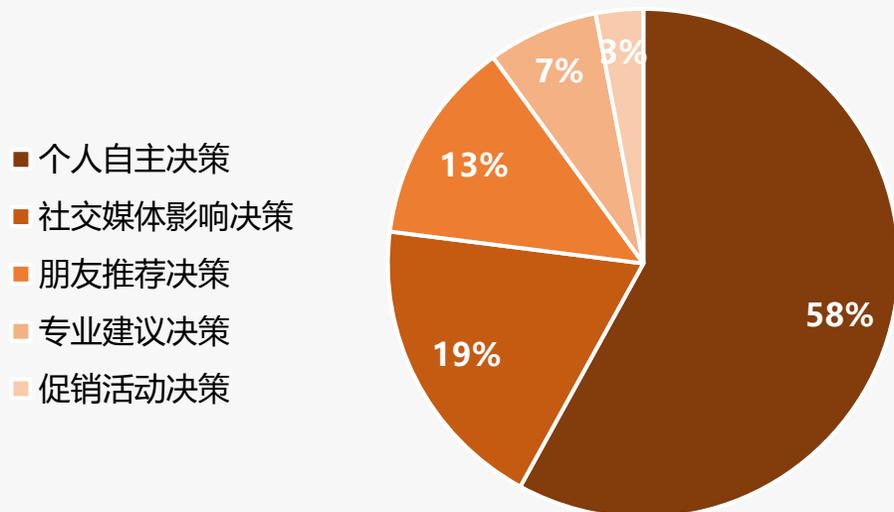


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

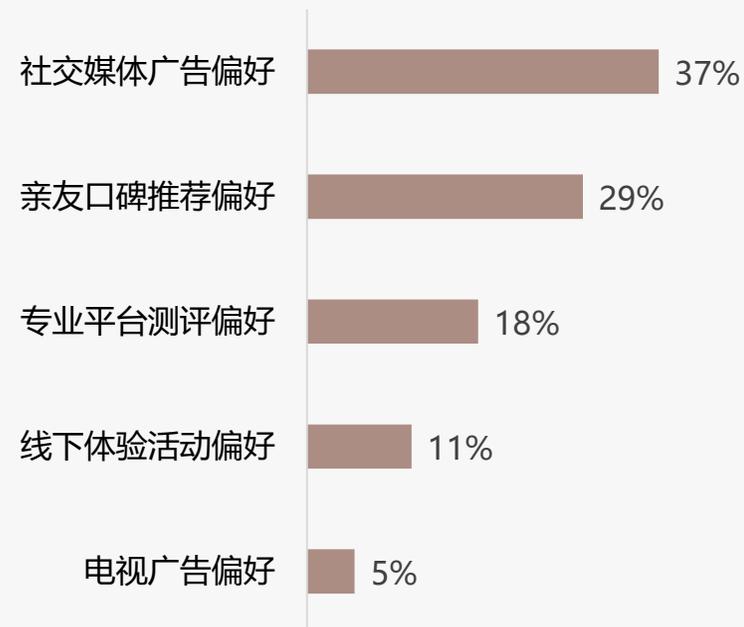
社交口碑主导牙贴美白消费

- ◆ 社交媒体广告偏好最高，占比37%，亲友口碑推荐为29%，显示消费者更信赖社交平台 and 熟人推荐，品牌应加强相关营销策略。
- ◆ 专业平台测评偏好18%，线下体验和电视广告偏好较低，分别为11%和5%，建议优化资源分配，提升专业和互动性内容。

2025年中国牙贴美白消费决策者类型分布



2025年中国牙贴美白家庭广告偏好分布

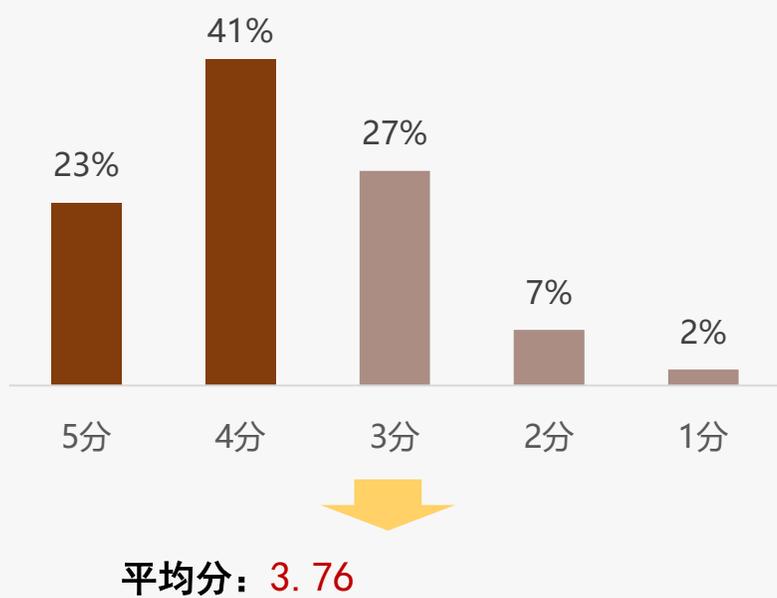


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

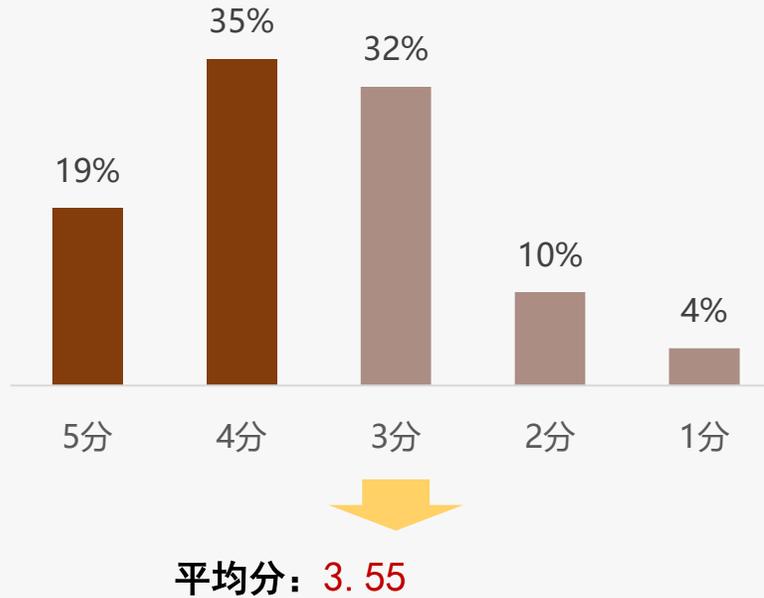
消费流程满意 退货体验待提升

- ◆线上消费流程满意度较高，4分和5分占比达64%，其中4分占41%、5分占23%，显示多数消费者对购物流程认可。
- ◆退货体验满意度相对较低，4分和5分占比为54%，其中5分仅19%，表明退货环节存在改进空间。

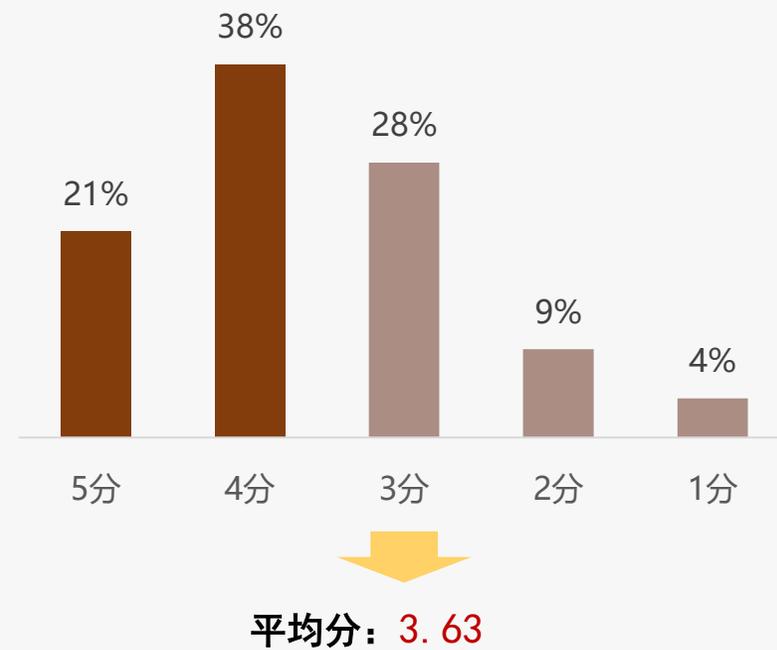
2025年中国牙贴美白线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国牙贴美白退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国牙贴美白线上客服满意度分布（满分5分）

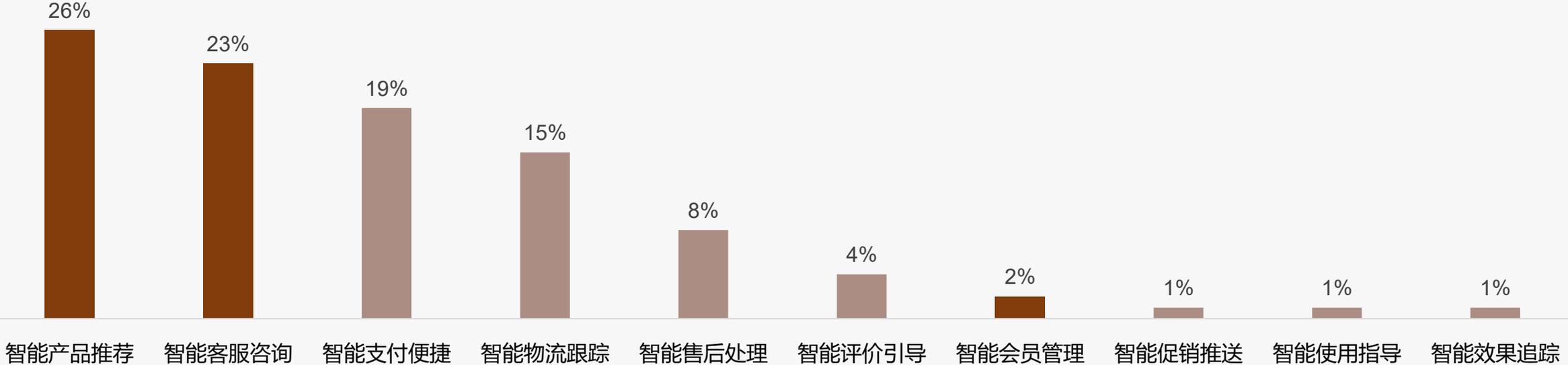


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

智能服务短板明显 售后效果追踪缺失

- ◆智能产品推荐占比27%，智能客服咨询23%，智能支付便捷19%，显示消费者最关注个性化推荐、即时咨询和交易效率。
- ◆智能售后处理仅8%，智能效果追踪为0%，其他服务均低于5%，表明智能服务在售后和效果追踪方面存在明显短板。

2025年中国牙贴美白智能服务体验分布



样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1174，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

2016年，华信人（北京）信息咨询有限公司作为中国领先的市场研究机构成立，通过建立经济、企业、专家和进出口等自有数据库，覆盖全球市场调研范围。获评2017年度中国十佳管理咨询诚信服务机构，2019年荣获“值得信赖的中国管理咨询机构”，被评选为全国企业管理咨询机构推荐名录，2021年度入选科技部中小科技企业库。成立九年以来，华信人已累计服务企业上万家，致力于为企业战略决策提供专业的解决方案。

成立以来，华信人咨询成功帮助一批国企、民企转型改制，在战略转型、文化改革、领导力提升与员工行为改善方面累积了丰富的经验和案例，累计完成各类咨询项目600余项。

 4001812629

 <http://www.hxrcon.com>

 北京市海淀区西三环北路89号2层

版权声明

本报告由华信人咨询制作，其版权归属于华信人咨询。未经华信人咨询书面许可，任何组织和个人均不得以任何形式复制、传播或输出至中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告进行的相关商业行为，都将构成对《中华人民共和国著作权法》以及其他相关法律法规和国际公约的违反。

免责条款

本报告所呈现的行业数据、行业动态及市场趋势预测，源自华信人咨询专业团队综合运用多种研究手段，如深度桌面研究、精准行业访谈、全面市场调研等精心分析所得。同时，部分素材汲取自公开渠道，并融合华信人独家监测数据，经由华信人咨询先进统计预测模型运算生成；企业相关数据大多通过实地访谈采集。华信人咨询在信息处理过程中，竭尽全力确保信息的精确性、全面性与可信度，但受限于研究环境的复杂多变，难以做到万无一失，故不作绝对保证。

在此郑重声明，本报告中所含信息及观点，均不具备指导性建议的性质。本报告中所展示的调研数据，基于样本调研方式获取。鉴于调研样本的局限性、调研方法的特定性以及调查资料收集范围的约束，该数据仅能呈现特定调研时段及样本群体的概况，仅针对本次调研目标提供基础参考，助力市场与客户把握基本态势。受制于研究方法和数据资源的边界，本报告仅作为用户了解市场动态的辅助资料，华信人咨询对报告内的数据及观点，不承担任何法律责任。

华信人咨询
HXN CONSULTING

感谢观看

洞察市场快人一步