

2024-2025口腔护理产品创新年度分析报告

Table of Contents

欧洲、中东与非洲	6
欧洲：创新不可或缺	7
数据 1: 欧洲：口腔护理新品（按新品类型区分），2019-2024年	8
欧洲：新一代天然产品	10
数据 2: 欧洲：带有天然宣称的口腔护理新品，2018-2024年	11
中东与非洲	13
亚太地区	14
亚洲：持久性势头强劲	15
亚洲：含有益生菌的新品滋养口腔微生态	17
数据 3: 亚洲：带有益生菌宣称的口腔护理新品，2018-2024年	18
澳大利亚与新西兰：速效配方受到瞩目	20
美洲	21
北美：高端化趋势	22
数据 4: 北美：口腔护理产品价格（美元），2019-2024年	23
北美：消费者仔细审视产品成分表	25
数据 5: 北美：含有羟基磷灰石的口腔护理新品，2019-2024年	26
拉丁美洲：环保创新	28
数据 6: 拉丁美洲：带有环保包装宣称的口腔护理新品，2018-2024年	28

我们观察到的趋势

欧洲、中东与非洲：重新上市产品与天然成分主导

天然成分的趋势并未消退，但品牌有机会从阿育吠陀疗法中获得灵感，从而实现差异化。

欧洲新品发布数量也在下降，因此品牌需要创新，以满足消费者对新颖产品的需求。

亚太地区：关注活性成分和持久性

消费者了解口腔微生态对整体健康和身心健康的影响，因此对含有益生元和益生菌成分的口腔护理产品兴趣增加。

亚洲口腔护理品牌通过创新持久宣称，满足消费者希望最大程度地使其口腔护理流程发挥影响的愿望。

美洲：高端化与怀疑情绪的冲撞

由于北美消费者优先考虑口腔健康，并愿意为价格昂贵的产品斥资，从而避免开销更大的专业牙科护理服务，口腔护理行业正在迈向高端化。

为了证明价格合理，品牌需要证明其在常见宣称之外的价值，并考虑与牙医合作以提升可信度。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/328002112015007031>