

# 家用电器行业

## 小家电行业专题(4): 电动牙刷

### 全民护齿, 广阔蓝海

#### ● 美、日的普及之路: 口腔护理意识提升和产品多元带动电动牙刷普及

美国: 电动牙刷主要通过新产品和新技术的提升带动电动牙刷普及率快速提升, 2015年普及率达42%。专业口腔护理品牌欧乐通过不断推陈出新持续引领行业发展。

日本: 口腔护理意识的增强以及爆品的出现是促进电动牙刷普及的关键因素, 2014年日本电动牙刷普及率已达38%。松下作为本土品牌, 在日本地区占据主要优势, 市场份额领先。

我们认为, 根据美、日的经验, 1) 行业: 经济水平提升、消费者口腔护理意识觉醒以及产品功能改进和技术升级均能够带动产品普及; 2) 市场格局: 具有强大的产品力和本土化优势的企业能在市场竞争中脱颖而出。

#### ● 我国电动牙刷行业正由导入期过渡到高速发展期, 市场空间广阔

中国电动牙刷普及率很低。根据尼尔森2015年数据, 美国地区的电动牙刷普及率达42%, 而我国不及5%。其他发达国家如德国、意大利、英国、法国、日本等的普及率为30%-40%。

我国电动牙刷行业正由导入期过渡到高速发展期, 原因: 1) 整体经济层面: 国内整体的经济和收入水平不断提高, 足以支撑电动牙刷消费; 2) 消费者层面: 随着个人口腔健康护理意识的增强, 消费者对电动牙刷的消费意愿增强。3) 产品层面: 我国电动牙刷市场品类多元, 传统功能的改善升级和新功能的创新不断提升产品性能, 且技术更新速度快, 能满足市场需求。

随着小家电消费升级的推进, 电动牙刷市场空间广阔。电动牙刷更新换代快, 耗材价格高, 根据我们预测, 未来五年电动牙刷市场的CAGR可达27%, 市场规模可达120亿元。

#### ● 投资建议

小家电正处消费升级周期, 看好电动牙刷未来在我国的发展, 现正处于爆发前期。涉足该行业, 且在产品研发、渠道布局、品牌效应、定价方面具有较大优势的公司将受益。推荐已有布局的小家电龙头: 飞科电器, 新宝股份, 莱克电气。

#### ● 风险提示: 新品推广不及预期; 原材料价格上涨。

#### 重点公司盈利预测(单位: 元/倍):

公司简称	评级	股价		EPS			PE	
		2017/8/18	16A	17E	18E	16A	17E	18E
飞科电器	买入	60.93	1.41	1.85	2.24	43.2	32.9	27.2
新宝股份	买入	14.98	0.53	0.70	0.88	28.3	21.4	17.0
莱克电气	买入	47.14	1.25	1.60	2.14	37.7	29.5	22.0

数据来源: wind, 广发证券发展研究中心

识别风险, 发现价值

# 目录索引

1. 电动牙刷有望成为小家电消费升级的重要品类 .....	5
2. 海外电动牙刷的普及之路 .....	5
2.1 美国的电动牙刷普及之路 .....	6
2.1.1 层出不穷的新产品和新技术为美国电动牙刷普及带来动力 .....	6
2.1.2 传统专业化品牌占据美国电动牙刷市场 .....	7
2.2 日本的电动牙刷普及之路 .....	8
2.2.1 口腔护理意识增强，爆品带动日本电动牙刷普及率快速提升 .....	8
2.2.2 本土化优势助松下在日本电动牙刷市场占据近四成份额 .....	11
3. 我国电动牙刷行业前景广阔 .....	12
3.1 我国电动牙刷的普及率和均价处于较低水平 .....	12
3.2 我国过去处于电动牙刷行业的导入期 .....	13
3.3 以史为鉴：消费水平提升、意识觉醒以及产品多元化助我国电动牙刷行业由导入期进入高速发展期 .....	14
3.3.1 推动因素一：经济水平提升带动消费能力增强 .....	14
3.3.2 推动因素二：口腔护理意识增强助力行业发展 .....	15
3.3.2.1 现代生活节奏加快，压力加重，引发居民口腔问题。 .....	15
3.3.2.2 口腔护理观念通过互联网自媒体等渠道进行传播，引发居民的密切关注 .....	16
3.3.2.3 各大电动牙刷生产厂商对消费者的教育成果逐步显现 .....	16
3.3.3 推动因素三：产品品类多元，功能强化，技术更新快 .....	17
3.3.3.1 产品品类多元化 .....	17
3.3.3.2 传统功能不断强化，新功能层出不穷 .....	20
3.4 预测 2021 年电动牙刷市场总规模近 120 亿元，未来 5 年 CAGR 达 27% .....	20
4. 投资建议 .....	23
5. 风险提示 .....	27
5.1 原材料价格上涨 .....	27
5.2 新品推广不及预期 .....	27

## 图表索引

图 1: 美国电动牙刷发展之路 .....	6
图 2: 1998-2003 年, 美国电动牙刷销售额 (不含替换刷头销售额) 年复合增长率大幅提升 .....	7
图 3: 欧乐 B、高露洁和飞利浦是美国前三大最受用户喜爱的电动牙刷品牌 .....	7
图 4: 欧乐 B 的产品创新之路 .....	8
图 5: 日本电动牙刷普及之路 .....	9
图 6: 日本发展期: 2009-2010 年电动牙刷销量快速增长 .....	9
图 7: 日本发展期: 电动牙刷渗透率从 2009 年的 15.5% 提高到 2014 年的 40% .....	9
图 8: 日本 2012 年和 2013 年连续两年电动牙刷出货金额下滑 (不包括替换刷头) .....	10
图 9: 日本 2017 年前两季度电动牙刷出货量和出货额同比下滑 (不包括替换刷头) .....	10
图 10: 日本人均 GDP 在 1999 年-2010 年并未出现大幅增长 .....	10
图 11: 日本牙周病患者比例在 1999 年后明显下降 .....	10
图 12: 2010 年松下口袋 Doltz 系列电动牙刷引爆市场, 带动电动牙刷销量大涨 .....	11
图 13: 2011 年, 松下占据日本电动牙刷销量市场份额 58%, 远超过排名第二、三位的欧乐 B 和飞利浦 .....	12
图 14: 欧美几大发达国家电动牙刷的普及率均高于 15%, 而我国却不及 5% (其中英国为 2016 年数据, 其他为 2015 年数据) .....	12
图 15: 消费者对中高端产品的关注度较高 (2016 年) .....	15
图 16: 消费者对中高端产品的关注度有所提升, 对低端产品关注度下降 (2016 年分季度) .....	15
图 17: “口腔卫生”概念自 2016 年后保持在较高水平 .....	16
图 18: 口腔医院收入稳步上升反映居民对口腔护理需求提升 .....	17
图 19: 淘宝用户喜欢的电动牙刷价格分布 .....	21
图 20: 预计未来五年我国电动牙刷刷柄和替换刷头总销售额将达到 120 亿元 .....	22
图 21: 预计未来五年我国电动牙刷手柄销量 CAGR 达 23% .....	23
图 22: 预计未来五年我国电动牙刷刷头销售额 CAGR 达 28% .....	23
图 23: 美、日、英三国各品牌占比 (其中美、英以 2016 年使用用户数量计算占比, 日本为 2011 年 GFK 公布的销量份额数据) .....	24
图 24: 宝洁产品战略重心转移 .....	25
图 25: 欧乐 B 在国内市场采取垂直覆盖战略, 全面覆盖各价格段 .....	25
表 1: 我国网售销量前三的电动牙刷价格 (尤其是充电型) 低于美国和日本 (价格以 2017 年 8 月 18 日汇率换算) .....	13
表 2: 消费者口腔护理意识弱, 产品性价比低导致我国电动牙刷市场需求持续低迷 .....	14
表 3: 2005 年国内居民口腔健康普查情况 .....	16
表 4: 电动牙刷产品主要分类以及简介 (按工作原理分类) .....	18

表 5: 电动牙刷产品主要分类以及简介 (按使用电池分类) .....	19
表 6: 电动牙刷产品功能改善途径: 传统功能完善和新功能的创新.....	20
表 7: 中性情景下, 我国电动牙刷市场未来 5 年的 CAGR 将达 27%.....	22
表 8: 预计 2021 年电动牙刷市场规模将达 120 亿元 (注: 加总误差是由四舍五入引起) .....	23
表 9: 我国电动牙刷市场主要以国外品牌为主 .....	24
表 10: 各企业综合评分表 .....	26
表 11: 推荐标的盈利预测表.....	26

# 1. 电动牙刷有望成为小家电消费升级的重要品类

正如我们的家电行业深度报告——《我国小家电行业步入消费升级新阶段》一文中所提到的，我国小家电消费升级主要路线可以分为传统品类高端化和新品类普及两大路线。而电动牙刷则属于新品类普及这一路线。

我们认为，电动牙刷作为我国个护小家电中的新品类，以下是其能够突出重围，成为消费升级浪潮下迅速普及的小家电的先导因素：

1) **使用频率高**：牙刷是人们一天使用至少一至两次的日常用品，其使用频率比电吹风、电动剃须刀、美容仪等个人护理小家电高。

2) **刚需性强**：刷牙是日常清洁护理的第一步，不可或缺，且男女老少各个年龄层均有需求，因此电动牙刷需求刚性较强。

3) **性价比**：这是导致电动牙刷虽已进入我国一段时间，但普及率一直较低的一大重要因素。但随着我国居民的护齿观念加强，收入水平提升，价格敏感度下降，加之电动牙刷的性能也持续得到改善，电动牙刷的性价比将持续提升。

综上，我们认为，电动牙刷将是我国小家电消费升级浪潮中值得引起重视的一大新品类。推荐已有布局的小家电龙头：飞科电器，新宝股份，莱克电气。

## 2. 海外电动牙刷的普及之路

欧美日等发达国家的电动牙刷普及率高。根据AC尼尔森2015年数据，美国地区在过去12个月中，每百人中有42个人使用电动牙刷，而中国则只有5人。两者差距悬殊。其他发达国家如德国、意大利、英国、法国、日本等的普及率也在30%-40%之间，有些甚至高达50%。

我们认为，影响电动牙刷普及率的主要原因在于三大方面：

- **消费者是否具备购买能力**：即经济水平是否达到支撑其消费电动牙刷的程度。由于电动牙刷的购买成本以及后期更换刷头的成本较高，约为普通手动牙刷的十几倍，因此经济水平较高，消费力较强的国家先普及。
- **消费者是否具有购买欲望**：即该产品的需求是否形成。我国对于电动牙刷的消费需求较弱，而欧美国家的需求形成较早，且较为旺盛，主要原因在于：
  - ◇ **消费者对于产品的认知**：欧美地区对于消费者的教育比较到位，对电动牙刷的认知早于我国，对产品较为了解，因此需求较强。
  - ◇ **消费者的口腔护理意识**：欧美地区消费者口腔护理意识较强，且他们的医疗条件较好，看牙医的频率较高，牙医对于消费者的口腔护理意识的形成具有一定引导作用。

- **产品功能是否能够满足消费者需求：**欧美地区是电动牙刷的诞生地，产品更新换代较快，最新的产品往往先在欧美销售，因此产品品类丰富，功能多样，能够满足消费者的需求。而我国产品品类较少、更新较慢，发展动力不足。

## 2.1 美国的电动牙刷普及之路

### 2.1.1 层出不穷的新产品和新技术为美国电动牙刷普及带来动力

纵观美国电动牙刷普及之路，我们认为美国电动牙刷普及较快主要得益于以下两大方面：1) 经济发达，消费能力强；2) 层出不穷的新产品和领先的新技术为电动牙刷普及带来动力。

纵观美国的电动牙刷发展史，可归纳为如下三个阶段：

**引入期：1959-1980年**，产品简易，使用体验不佳，普及率不高。

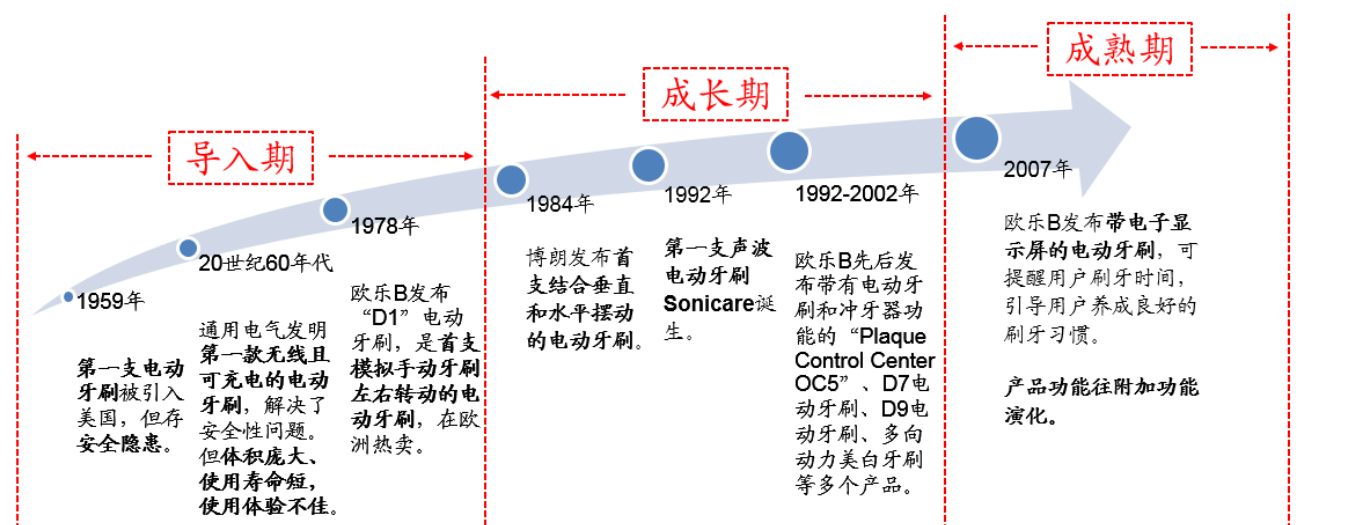
**成长期：1981-2005年**，产品不断得到改进，新技术和新功能层出不穷，普及度大幅提升。

- 根据Synovate Multi-Client Research Group的调查数据，2002年，37%的美国家庭拥有电动牙刷。

**成熟期：2005年至今**，电动牙刷进入稳定增长期，市场需求趋于稳定，产品设计逐步向附加功能的开发以及外观改进发展。

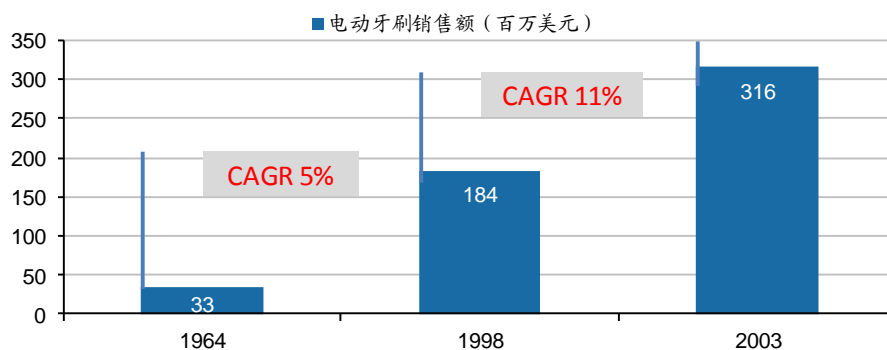
- 根据AC尼尔森数据，2015年美国电动牙刷的普及率达42%。

图1：美国电动牙刷发展之路



数据来源：维基百科，《Market Management on Oral-B》，广发证券发展研究中心

**图2：1998-2003年，美国电动牙刷销售额（不含替换刷头销售额）年复合增长率大幅提升**



数据来源：1964/1998/2003年数据来自于《America Brushes Up: The Use and Marketing of Toothpaste and Toothbrushes in the Twentieth Century》，广发证券发展研究中心

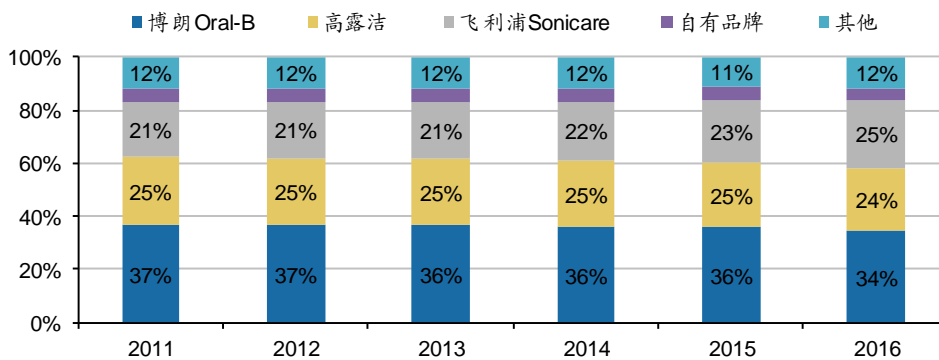
### 2.1.2 传统专业化品牌占据美国电动牙刷市场

纵观美国电动牙刷市场，其主要的电动牙刷品牌有以下几类：

- 传统口腔护理品牌：欧乐B、高露洁、飞利浦。
- 自有品牌：如沃尔玛等。

传统的专业口腔护理品牌欧乐B、高露洁和飞利浦Sonicare是美国市场的三大巨头，占据近85%的市场份额。根据statista网站公布的美国消费者最爱使用的电动牙刷品牌数据来看，2011-2016年，博朗欧乐B、高露洁和飞利浦Sonicare一直是美国电动牙刷前三大主要品牌，欧乐B的用户占比稳居第一，而飞利浦则于2016年超过高露洁，成为用户比例第二大品牌。

**图3：欧乐B、高露洁和飞利浦是美国前三大最受用户喜爱的电动牙刷品牌**



数据来源：Statista，广发证券发展研究中心

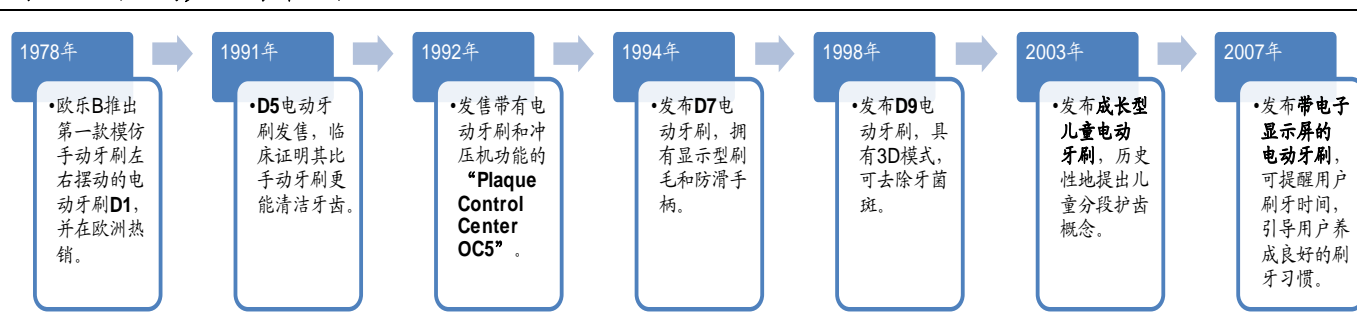
市场竞争格局稳定，欧乐B是美国电动牙刷的领导者。欧乐B在美国近5年的电

动牙刷市场保持超过30%的用户比例，主要得益于：

1) 进入电动牙刷市场早。其在80年代就已经进入电动牙刷市场，历史悠久。

2) 产品创新能力强。自从被吉列收购以后，欧乐B与博朗两大品牌相辅相成，不断研发出新的产品，在儿童电动牙刷领域做出较大的贡献，是电动牙刷市场的领导者。

图4：欧乐B的产品创新之路



数据来源：广发证券发展研究中心

## 2.2 日本的电动牙刷普及之路

### 2.2.1 口腔护理意识增强，爆品带动日本电动牙刷普及率快速提升

作为与我国饮食和生活习惯相近的东亚发达国家，日本的电动牙刷的普及之路对我们研究我国电动牙刷市场未来的发展具有重要借鉴意义。

纵观日本的电动牙刷发展史，可归纳为如下三个阶段：

**导入期：1954-1999年**，社会对电动牙刷的认知较少，电动牙刷的普及率极低。从1992年第一把声波电动牙刷问世以后，电动牙刷开始普及。

**成长期：2000-2011年**，日本电动牙刷行业进入成长期，电动牙刷销量大增，普及率快速提升。该阶段可分为两个子阶段，分别由口腔意识提升和爆品催化两大因素刺激产生。

- 2000至2009年，日本民众口腔护理意识提升促使电动牙刷销量大增，2009年行业总销量达到每年220万支。根据2009年，日本的一个关于牙膏的调查（歯磨きに関する調査）显示，2009年日本电动牙刷渗透率为15.5%。
- 2010-2011年，松下的经典产品“口袋 Dlotz”再次引爆市场，带动电动牙刷销量高速增长。2010年，松下品牌电动牙刷销量高达150万支，而行业总销量也在松下该产品的热销带动下增长到500万支，销量同比增速接近128%。

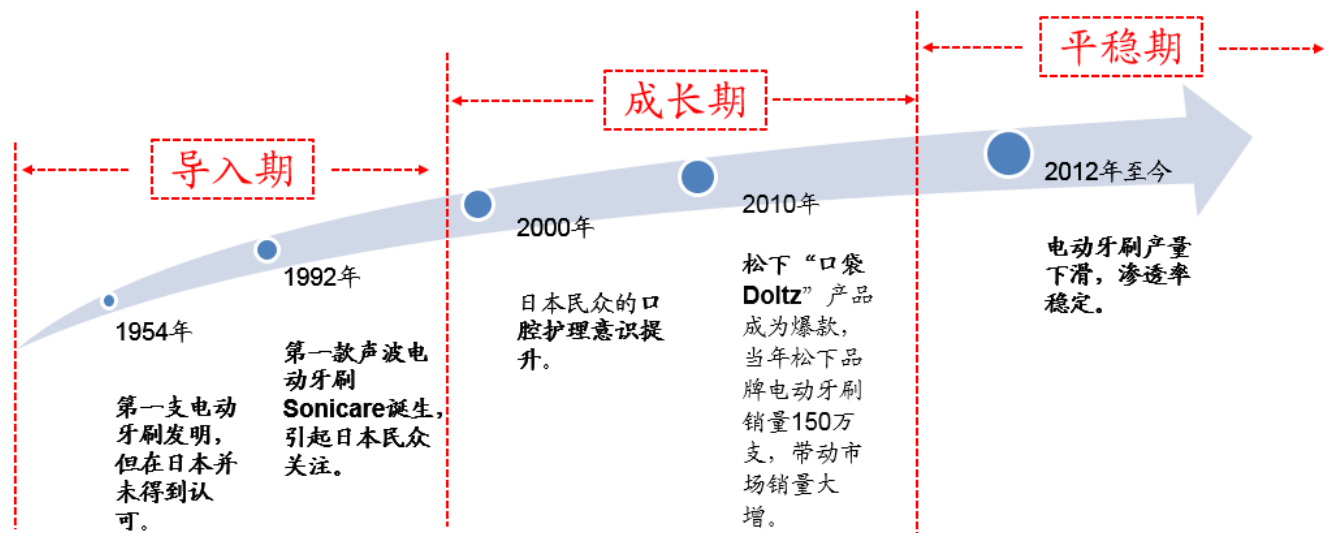
**平稳期：2012年-至今**，经历高增长后的日本电动牙刷市场，出货量开始下降，



普及率趋于稳定。

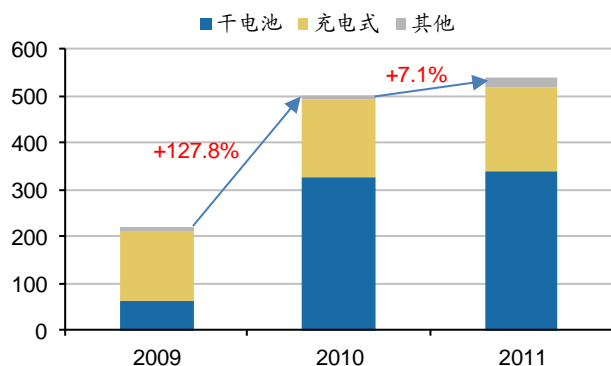
- 2012年和2013年，日本电动牙刷国内出货金额分别为105.5亿日元和94.5亿日元，同比下滑21.2%和10.4%。
- 2014年，日本电动牙刷销售额占总牙刷市场销售额比例接近40%，已经达到较高水平，市场需求趋于稳定。
- 2017年1-6月，日本国内电动牙刷累计出货量为133.7万台，同比下滑25.5%，累计出货金额为51.5亿日元，同比下滑7.7%。

图5：日本电动牙刷普及之路



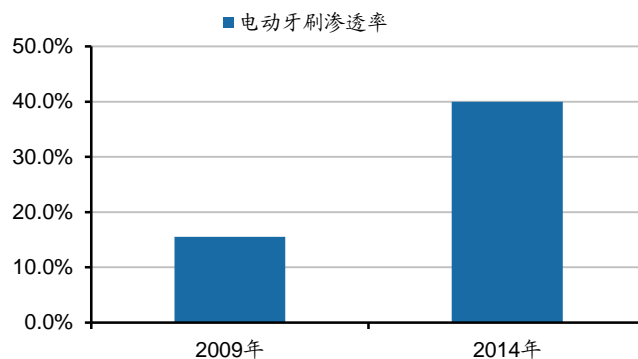
数据来源：维基百科，METI，JEMA，广发证券发展研究中心

图6：日本发展期：2009-2010年电动牙刷销量快速增长



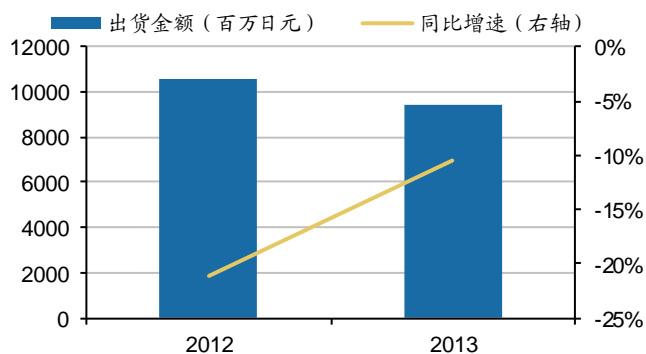
数据来源：GfK Retail and Technology Japan (2012)：「デニタルケア市場動向」，广发证券发展研究中心

图7：日本发展期：电动牙刷渗透率从2009年的15.5%提高到2014年的40%



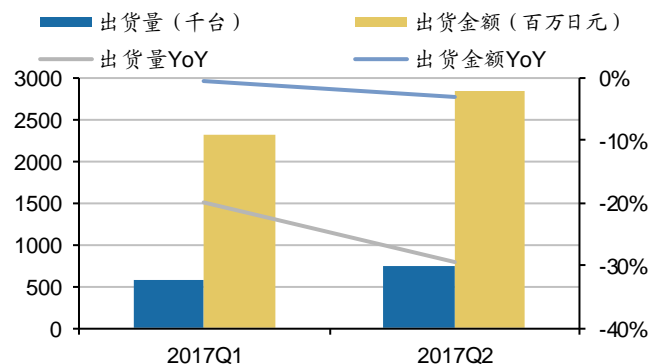
数据来源《電動歯ブラシ商品の有望ターゲット導出と潜在ニーズ発見について》，广发证券发展研究中心

图8: 日本2012年和2013年连续两年电动牙刷出货金额下滑（不包括替换刷头）



数据来源: METI, 广发证券发展研究中心

图9: 日本2017年前两季度电动牙刷出货量和出货额同比下滑（不包括替换刷头）

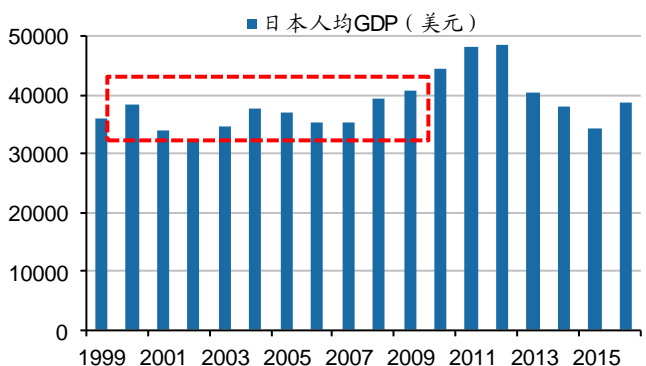


数据来源: 日本电机工业会, 广发证券发展研究中心

我们认为，日本电动牙刷快速渗透的原因在于：1）民众对于口腔护理意识的提升；2）爆品的出现作为催化剂促使市场爆发。

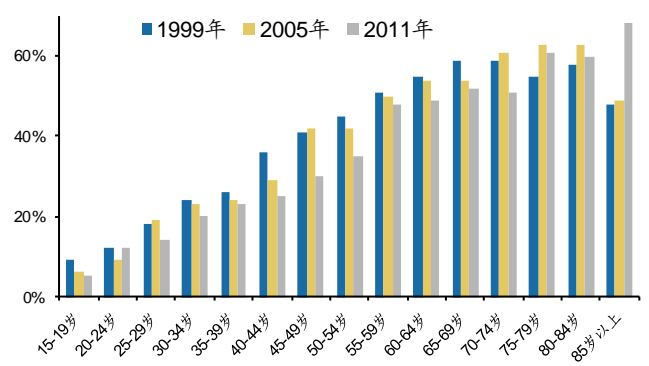
口腔护理意识的提升带动了电动牙刷普及。2000年-2010年，日本电动牙刷普及程度快速提升，而人均GDP并没有大幅提升，因此排除经济水平提升带动购买力提升对日本电动牙刷普及的作用。而根据相关数据显示，1999年后，日本各年龄层患牙周病的比例有了显著的下落，说明日本民众的口腔健康状况有所改善，而这极有可能与日本民众口腔护理意识提升带动电动牙刷使用人口增长有关。

图10: 日本人均GDP在1999年-2010年并未出现大幅增长



数据来源: Wind, 广发证券发展研究中心

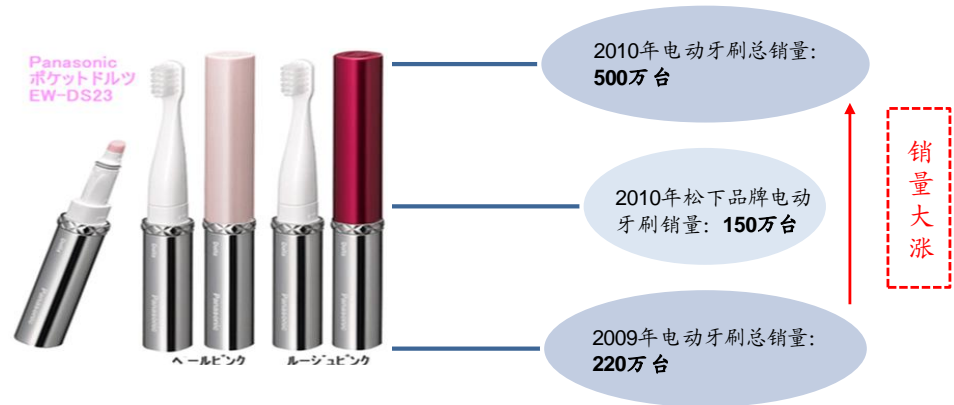
图11: 日本牙周病患者比例在1999年后明显下降



数据来源: ネットエイジアリサーチ《10代の身だしなみ調査》，广发证券发展研究中心

爆品的出现作为催化剂促使市场爆发。松下的“口袋 Doltz”产品作为催化剂激发了市场的需求，带动电动牙刷普及率上升。当年，松下品牌电动牙刷销量高达150万支，而行业总销量也在松下该产品的热销带动下增长到350万支，销量同比增长近60%。

图12: 2010年松下口袋Doltz系列电动牙刷引爆市场，带动电动牙刷销量大涨



数据来源: 维基百科, 广发证券发展研究中心

## 2.2.2 本土化优势助松下在日本电动牙刷市场占据近四成份额

日本本土品牌占据主要市场。2011年, 根据GFK的数据, 松下占据日本电动牙刷按销量计算的市场份额的58%, 而市场份额排名分别为第二和第三位的欧乐B和飞利浦则仅占9%和8%。

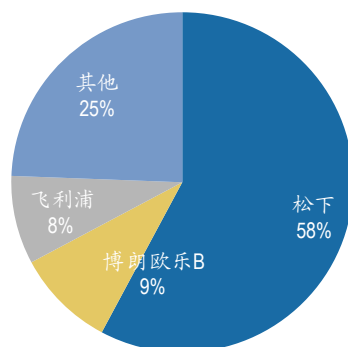
我们认为, 松下能够在日本占据近六成份额得益于以下几个方面:

1) 了解本国消费者的需求, 产品本土化。松下的产品符合日本国内消费者的需求, 例如引爆市场的便携式口袋电动牙刷, 符合日本民众的便捷性需求, 独具优势。另外, 松下在日本独占鳌头而在其他国家基本缺席, 是因为其高端产品基本仅对国内市场出售, 不销往海外, 足以见得优质的产品对消费者的吸引力。

2) 渠道优势显著。作为1918年创立的日本传统品牌, 松下长期扎根本土, 具备各大电子产品的渠道优势。

3) 品牌力强, 在本土具有号召力。凭借在日本国内市场树立的良好传统老牌品牌形象, 以及日本消费者对于民族品牌的热情, 松下在竞争中具有得天独厚的品牌优势。

图13: 2011年, 松下占据日本电动牙刷销量市场份额58%, 远超过排名第二、三位的欧乐B和飞利浦



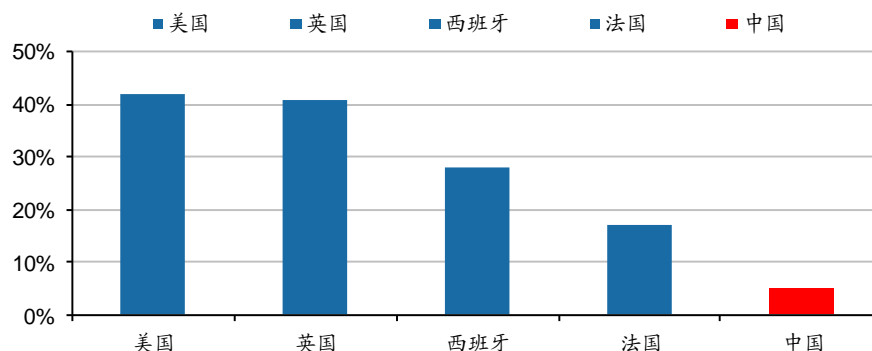
数据来源: GFK, 广发证券发展研究中心

### 3. 我国电动牙刷行业前景广阔

#### 3.1 我国电动牙刷的普及率和均价处于较低水平

根据 AC 尼尔森和 statista 的调查数据, 欧美几大发达国家的电动牙刷普及率均超过 15%, 而我国却不及 5%, 可见我国与其他国家之间的差距之大。

图14: 欧美几大发达国家电动牙刷的普及率均高于15%, 而我国却不及5% (其中英国为2016年数据, 其他为2015年数据)



数据来源: 尼尔森, statista, 广发证券发展研究中心

注: 美国、中国数据来源于尼尔森, 英国、西班牙、法国数据来源于statista; 英国为2016年数据, 其余国家为2015年数据

与其他几大发达国家相比, 我国销量排名靠前的电动牙刷均价相对较低。尤其是充电型电动牙刷均价, 我国与同处东亚地区的日本相比还存在较大差距。

表 1: 我国网售销量前三的电动牙刷价格（尤其是充电型）低于美国和日本（价格以 2017 年 8 月 18 日汇率换算）

品类	排名	销量排名前三的产品		
		中国	美国	日本
电池型	1	<p>¥58.90 包邮 29280人收货</p> <p>德国博浪电动牙刷儿童宝宝小孩3-6-12岁电池声波软毛防水防蛀美白</p> <p>三 风歌花瓷1 浙江 宁波</p> <p>59 元</p>	<p>Oral-B 3D White Action Battery-Powered,...</p> <p>★★★★★ 978</p> <p>\$5.97</p> <p>40 元</p>	<p>ブラウン オーラルB ブラックコントロール DB4510NE</p> <p>★★★★☆ 2,210</p> <p>¥ 718 ✓prime</p> <p>44 元</p>
	2	<p>¥49.00 包邮 3228人收货</p> <p>seago/赛嘉声波电动牙刷SG-612/4刷头自动成人儿童软毛家用电池</p> <p>三 seago旗舰店 浙江 宁波</p> <p>49 元</p>	<p>Oral-B Pulsar 3d White Advanced Vivid Soft...</p> <p>★★★★★ 341</p> <p>\$9.97</p> <p>33 元（单支价格）</p>	<p>オムロン 電動歯ブラシ マイクロビブレード ダブルメリットブラシ HT-B201</p> <p>★★★★☆ 517</p> <p>¥ 1,335 ✓prime</p> <p>82 元</p>
	3	<p>¥49.90 包邮 1997人收货</p> <p>新款儿童电池式卡通电动牙刷软毛超声波自动电动牙刷</p> <p>三 凯源贸易有限公司 浙江 杭州</p> <p>50 元</p>	<p>Oral-B Pro-Health Stages Battery Brush 3+...</p> <p>★★★★★ 146</p> <p>\$4.96</p> <p>33 元</p>	<p>パナソニック 電動歯ブラシ ポケットドルツ 極細毛タイプ 黒 EW-DS41-K</p> <p>★★★★☆ 56</p> <p>¥ 2,013 ✓prime</p> <p>123 元</p>
电动型	1	<p>¥189.00 包邮 14288人收货</p> <p>英国doxo多希尔声波电动牙刷成人充电式家用自动牙刷电动软毛情侣</p> <p>三 doxo多希尔旗舰店 浙江 杭州</p> <p>189 元</p>	<p>Philips Sonicare Essence Sonic Electric...</p> <p>★★★★★ 5,615</p> <p>\$19.95 ✓prime</p> <p>133 元</p>	<p>フィリップス 電動歯ブラシ ソニックア-イーズクリーン HX6521/01</p> <p>★★★★★ 839</p> <p>¥ 4,936 ✓prime</p> <p>302 元</p>
	2	<p>¥149.00 包邮 11767人收货</p> <p>Bestlife/百灵充电式电动牙刷 成人软毛全自动牙刷旋转式家用</p> <p>三 百灵旗舰店 上海</p> <p>149 元</p>	<p>Oral-B Black Pro 1000 Power Rechargeable...</p> <p>★★★★★ 1,537</p> <p>\$39.99 ✓prime</p> <p>267 元</p>	<p>ブラウン オーラルB 電動歯ブラシ PRO2000 D205232MXBK ブラック</p> <p>★★★★★ 43</p> <p>¥ 4,890 ✓prime</p> <p>299 元</p>
	3	<p>¥399.00 包邮 9251人收货</p> <p>飞利浦电动牙刷HX6730 成人充电式声波震动电动牙刷智能净白牙齿</p> <p>三 飞利浦官方旗舰店 江苏 苏州 399</p> <p>元</p>	<p>Philips Sonicare for Kids Bluetooth Connected...</p> <p>★★★★★ 1,017</p> <p>\$34.95 ✓prime</p> <p>231 元</p>	<p>フィリップス 電動歯ブラシ ソニックア-ダイヤモンドクリーンブラック HX9312/55</p> <p>★★★★☆ 467</p> <p>¥ 15,500 ✓prime</p> <p>949 元</p>

数据来源：淘宝，美国亚马逊，日本亚马逊，广发证券发展研究中心

### 3.2 我国过去处于电动牙刷行业的导入期

早在 2000 年，电动牙刷便已经在我国生产制造并销售。但根据 AC 尼尔森的数据，这十余年间，电动牙刷的市场需求持续低迷，普及率（按销售量）仍不足 5%。

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/868113075047007004>