

Social Research⁺

2025口香糖行业社媒趋势数据分析

向 Social Research 提问 →



扫码前往
Social Research



邀请好友送额度
扫描二维码获取专属的邀请链接

2025年中国口香糖行业社交媒体趋势深度分析报告

撰写机构：Social Agent | 报告基准时间：2026-01-23

核心洞察

平台格局分化显著

2025年，抖音成为口香糖行业互动量的主导平台，其互动量级远超其他平台总和，尤其在9月达到近3900万的年度峰值。微博则在内容发布量（声量）上占据首位，显示出不同平台在品牌传播中扮演差异化角色：抖音是引爆用户参与的核心阵地，微博则是信息分发的重要渠道。[1,14]

营销创新驱动热度

绿箭、炫迈、益达作为行业热度TOP3品牌，其营销策略各具特色。绿箭凭借“烟盒式”新包装等话题性设计引爆社交讨论；炫迈通过与热门游戏IP（王者荣耀）联名，精准触达年轻圈层；益达则采取多元化跨界合作，如推出“香菜味”新品、联名《新闻女王2》等，全面渗透不同消费场景。[6,8,13]

消费者关注点多元化

消费者选购口香糖时，关注点已从单一的口味偏好，扩展至“功能性”与“健康属性”的综合考量。“清新口气”、“无糖”、“木糖醇”是讨论热度最高的核心关键词。同时，“缓解压力”、“提神醒脑”等情绪价值和功能性需求日益凸显，成为品牌创新的重要方向。[2,7]

第一章 行业整体社媒热度与趋势分析

2025年，中国口香糖行业在社交媒体上表现活跃，整体声量与互动量呈现显著波动。宏观趋势分析揭示了行业热度的季节性变化与平台间的巨大差异，为深入理解市场动态提供了关键背景。

1.1 行业社媒声量年度趋势

2025年，口香糖行业的社媒总声量在全年呈现两次峰值。第一次高峰出现在4月至7月，其中4月声量达到全年最高的64.7万篇。这可能与春季出游、夏季提神等季节性需求，以及品牌在此期间的营销活动有关。声量在9月出现明显低谷，随后在年底略有回升，但未及年中水平。^[14]



数据来源^[14]

1.2 行业社媒互动量年度趋势

互动量层面，各平台表现差异巨大。抖音平台以绝对优势领跑，全年互动量远超其他平台总和，并在9月达到惊人的3888万次互动，形成年度最高峰。微博和种草平台在2月出现互动小高峰，可能与春节及情人节期间的营销活动和用户分享行为有关。其他平台如微信公众号、哔哩哔哩和知乎的互动量级相对较小，但仍在特定月份呈现波动。^[1]

2025年口香糖行业各平台月度互动量趋势



数据来源 [1]

1.3 社媒热度峰值驱动因素分析

行业热度峰值的形成是品牌营销、社会热点及平台特性的多重共振结果。通过对关键时间节点的事件分析，可以揭示引爆社媒讨论的具体原因。

1.3.1 抖音平台互动量峰值事件分析 (2025年9月)

2025年9月抖音平台互动量异常峰值并非由单一事件驱动，而是由多元化内容共同作用的结果。高互动内容主要集中在以下几类： [9]

- **社会热点与明星八卦：** 针对公众人物的深度爆料内容，因其话题性和争议性，极易引发大规模围观和讨论，贡献了大量互动。
- **实用生活技能：** 涵盖家居、健康、求职等方面的实用技巧和知识分享，因其高价值和普适性，获得了广泛的收藏和转发。例如，关于剖腹产后嚼口香糖促进排气的科普视频，精准解决了特定人群的痛点。 [9]
- **场景化产品营销：** 品牌通过将产品融入美食探店、情侣日常等生活场景，进行软性植入。例如，绿箭口香糖结合高性价比自助餐体验进行推广，自然地产品与“餐后清新”场景绑定，引发消费者共鸣。 [9]

1.3.2 品牌营销活动对行业热度的影响

贯穿全年，各大品牌的营销活动是维持并推高行业热度的重要引擎。这些活动通过精准的目标定位和创新的内容形式，成功激发了消费者互动。

营销活动/事件	时间	核心策略	可量化效果
Swisse Me “好大的口气” 营销	2025年 3月-4 月	联合经典IP “雪姨” 在抖音发布鬼畜视频，聚焦职场、聚会等口气尴尬场景，引发用户共鸣。 [12]	活动总曝光超2.45亿，互动量超481万，品牌搜索指数显著提升。 [12]
炫迈赞助《令人心动的offer 5》	2025年	深度植入职场真人秀，将产品与 “缓解压力”、“提神醒脑” 等工作场景强关联，与Z世代形成情感共鸣。 [13]	目标受众对品牌的喜爱度提升11.2%，购买意愿提升23.3%。 [13]
绿箭 “烟盒式” 新包装推广	2025年 下半年	推出酷似香烟盒的新包装，制造社交话题，通过抖音KOL发布趣味视频，引发病毒式传播。 [4,6]	单条相关视频互动量达7.7万，引发用户对 “戒烟平替”、“社交神器” 的热烈讨论。 [4]
益达 “口香菜糖” 新品发布	2025年 10月	推出颠覆性的 “香菜味” 口香糖，通过 “香菜×益达婚礼” 等趣味营销，吸引猎奇用户关注和讨论。 [8]	官方微博单条帖子互动量破万，成功制造话题，吸引大量KOL和用户参与讨论。 [8]

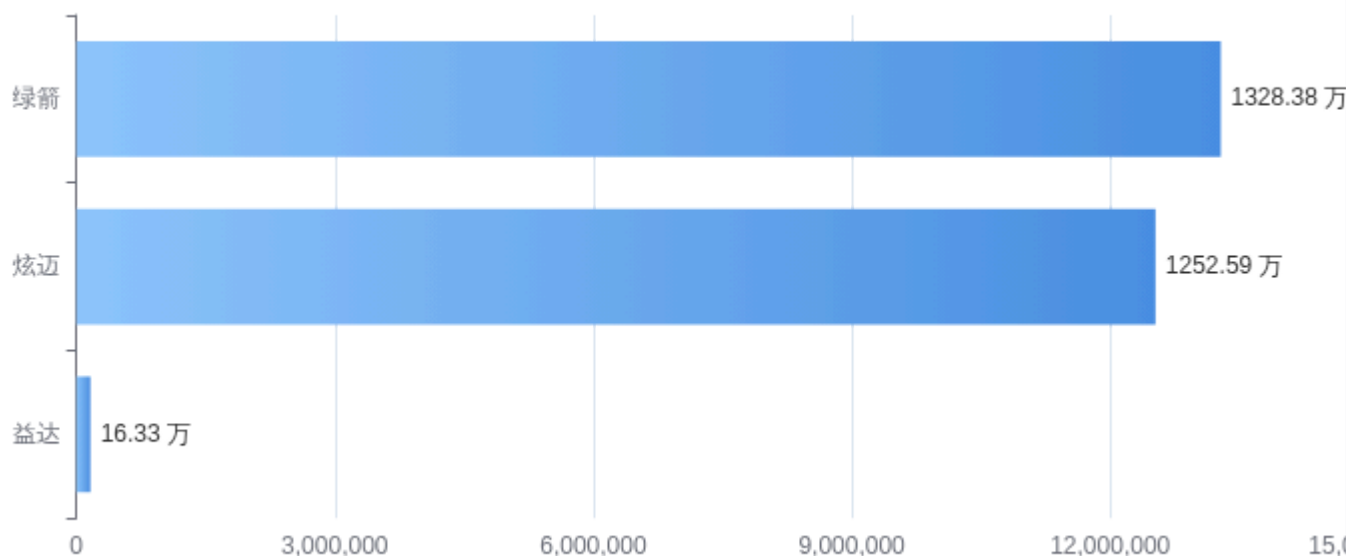
数据来源 [4,6,8,12,13]

第二章 社媒热度TOP3品牌营销策略与表现

2.1 2025年社媒热度TOP3品牌概览

根据2025年全年社媒总互动量统计，口香糖行业热度最高的三个品牌为绿箭、炫迈和益达。其中，绿箭和炫迈的互动量级远超其他品牌，形成了头部双雄格局。益达虽然位列第三，但与前两名存在较大差距。 [15]

2025年口香糖TOP3品牌社媒总互动量



数据来源 [15]

2.2 TOP1品牌：绿箭 (Doublemint)

2.2.1 核心营销Campaign拆解

绿箭在2025年的营销核心是“**话题创新**”与“**场景渗透**”。其最大亮点是推出了酷似香烟盒的新包装，这一设计极具话题性，迅速在社交媒体上引发热议，被用户称为“年度最歹毒商战”和“社交神器”。^[4,6]同时，绿箭持续深化“餐后清新”的场景定位，与美食博主合作，将产品与美食体验深度绑定，强化了消费者的使用习惯。^[4]此外，通过与明星白鹿的合作，有效利用粉丝经济，提升了品牌曝光度和好感度。^[4]

2.2.2 社媒表现与用户反馈

绿箭的营销策略在抖音平台取得了巨大成功。关于“烟盒”包装的讨论视频获得了极高的互动量，用户评论显示出强烈的购买欲望，甚至有用户建议推出更多模仿香烟的设计，如“细支”、“雪茄版”等，充分证明了该创意的社交货币属性。^[4,5]美食博主的场景植入内容也获得了大量正面反馈，用户在评论区积极互动，讨论美食的同时也提及了餐后使用绿箭的习惯。^[4]整体而言，用户反馈积极，对绿箭的创新和场景化营销认可度高。

2.3 TOP2品牌：炫迈 (Stride)

2.3.1 核心营销Campaign拆解

炫迈的营销策略聚焦于“圈层击穿”与“价值共鸣”。核心Campaign是与顶级电竞IP“王者荣耀职业联赛（KPL）”的联名合作，推出了合作款产品，通过“潮流零食与热潮游戏的碰撞”，精准触达了庞大的Z世代游戏玩家群体。^[4,6]此外，炫迈还通过赞助职场真人秀《令人心动的offer5》，将产品与“提神醒脑”、“缓解压力”的职场场景深度绑定，与年轻职场人建立情感连接。^[13]这种策略不仅推广了产品，更传递了品牌“持久劲爽，根本停不下来”的精神内核。

2.3.2 社媒表现与用户反馈

与KPL的联名在微博等平台引发了游戏玩家的热烈讨论，用户纷纷表示“好喜欢，马上下单”，并晒出购买的联名款产品，包装因设计精美甚至“舍不得扔掉”。^[4]赞助《令人心动的offer5》的效果也十分显著，数据显示，节目观众对炫迈的品牌喜爱度和购买意愿分别提升了11.2%和23.3%，对节目中“加班犯困嚼炫迈”的植入场景记忆度高达92%。^[13]这表明炫迈通过精准的圈层营销和场景植入，成功实现了品牌心智的占领和销售转化。

2.4 TOP3品牌：益达（Extra）

2.4.1 核心营销Campaign拆解

益达的营销策略呈现出“多元跨界”与“场景细分”的特点。2025年，益达开展了多个维度的营销活动：^[8]

- **职场场景：**与热门职场剧《新闻女王2》深度绑定，将益达定位为“职场自在搭子”，帮助白领缓解压力。
- **口味创新：**推出颠覆性的“香菜味”口香糖，通过趣味营销制造话题，吸引猎奇心理的年轻消费者。
- **IP与明星矩阵：**合作范围广泛，既有成龙、周杰伦、吴磊等国民级明星，也有二次元大IP《咒术回战》，还与龙虎清凉油等意想不到的品牌进行跨界联名。

2.4.2 社媒表现与用户反馈

益达的多元化策略在社交媒体上获得了积极反响。与《新闻女王2》的合作内容引发了“打工人”的广泛共鸣，相关微博帖子互动量轻松过万。^[8]“香菜味”口香糖的推出更是引爆了社交网络，用户纷纷表示“太上头了”、“必须尝尝”，成功将产品转化为社交话题。^[11]广泛的IP和明星合作也有效触达了不同圈层的粉丝，维持了品牌的持续曝光。用户反馈显示，益达通过细分场景和多元合作，成功塑造了“总有一款适合你”的品牌形象。

第三章 消费者选购口香糖主要考虑因素

通过对2025年社交媒体上大量消费者讨论内容的分析，可以清晰地勾勒出用户在选购口香糖时的核心决策因素。这些因素不仅涵盖产品本身，也延伸至品牌、健康及情感价值等多个维度。

3.1 消费者讨论内容关键词提取

消费者讨论中最常提及的关键词集中在功能、营销和产品基础属性上。“清新口气”和“代言人”是提及频率最高的两个方面，显示出消费者既关注产品的核心功效，也极易受到品牌营销活动的影响。其次，“联名”与“缓解压力/提神”也备受关注，反映了年轻消费者对创新合作形式和产品附加情感价值的重视。^[17]

考虑因素类别	核心关键词	提及频次（基于样本） ^[17]	消费者关注点洞察
核心功能	清新口气	8	最基础、最核心的刚需，是购买口香糖的首要动因。
	缓解压力/提神	6	在工作、学习、驾驶等场景下的重要附加价值，满足情绪和状态调节需求。
品牌营销	代言人	8	明星代言对品牌热度和消费者购买决策有强大影响力。
	联名	7	与热门IP或品牌的跨界合作能有效吸引年轻消费者，创造新鲜感。
产品属性	口味	3	口味是基础体验，消费者既忠于经典口味，也乐于尝试新奇口味。
	质量/质地	2	咀嚼的口感和持久度是影响复购的重要因素。
	价格	2	作为高频消费品，性价比和促销活动是重要的考虑因素。

3.2 消费者选购因素词云图

为了更直观地展示消费者关注点的权重，我们基于相关关键词在社交媒体上的总互动量生成了词云图。图中字体越大的词，代表其在2025年引发了越高的用户互动，是市场的热点所在。“炫迈”和“绿箭”作为品牌词占据核心位置，反映了其强大的市场声量。“无糖”和“薄荷糖”紧随其后，凸显了健康和经典口味的重要性。“清新口气”和“木糖醇”等功能和成分词也占据了显著位置。^[2]

2025年消费者选购口香糖考虑因素互动热度



数据来源 [2,15]

3.3 口味偏好与健康属性分析

在口味和健康两大维度上，消费者的讨论呈现出传统与创新、享乐与克制并存的特点。

口味偏好：经典与猎奇共存

经典薄荷味 依然是市场主流，其带来的“冰爽感”和“提神醒脑”的效果是消费者持续选择的核心原因。[3,5] 与此同时，**果味系列**（如葡萄、蜜桃、西瓜等）也拥有庞大的受众基础。然而，2025年最引人注目的趋势是消费者对 **新奇口味** 的追捧，益达推出的“香菜味”和“蒜味”口香糖在社交媒体上引发了大量讨论，满足了年轻消费者追求个性化和猎奇体验的需求。[3,8]

健康属性：成分党崛起

健康已成为消费者选购口香糖时的重要考量。**“无糖”** 和 **“木糖醇”** 是两大核心诉求，消费者普遍认为它们有助于保护牙齿、预防蛀牙，甚至在孕期、健身等特殊时期也被视为更安全的选择。[3,10] 除此之外，更深层次的健康关注点也开始出现，例如对 **“益生菌”**（如SwisseMe口香益生菌）等功能性成分的兴趣，以及对 **“微塑料”** 和人工甜味剂等潜在风险的担忧。[3,16] 这标志着口香糖消费者中“成分党”的崛起。

第四章 研究总结

本报告基于2025年中国主流社交媒体平台的数据，对口香糖行业的社媒趋势、头部品牌营销策略及消费者偏好进行了系统性分析。研究发现，口香糖行业在数字化营销时代依然充满活力，但也面临着消费者需求快速迭代的挑战。主要研究总结如下：

- 1. 平台生态位分化：** 行业社媒热度呈现出明显的平台差异。抖音凭借其高互动性的内容生态，成为品牌与用户深度沟通、引爆话题的核心阵地；而微博则在信息广度传播和声量制造上扮演着重要角色。品牌需制定差异化的平台运营策略以实现营销效果最大化。 [1,14]
- 2. 营销驱动力变革：** 驱动社媒热度的核心已从单纯的产品功能宣传，转向由话题性创新、圈层文化共鸣和情感价值连接共同构成的复合动力。绿箭的“烟盒”包装、炫迈的“电竞”联名和益达的“香菜”口味，均是通过打破常规、精准切入圈层文化而获得成功的典范。 [6,8]
- 3. 消费者决策模型演变：** 消费者的购买决策模型日益复杂化。基础的“清新口气”功能是入场券，而“无糖”、“木糖醇”等健康属性已成为标配。在此之上，“缓解压力”等情绪价值、新奇的口味体验以及品牌通过代言人和联名活动所传递的文化认同感，共同构成了影响购买决策的关键因素。 [2,7]

引用资料

- 1. [1] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒互动量趋势查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>
- 2. [2] MCP查询工具-趋势统计数据查询-TOP列表统计查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>
- 3. [3] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒原贴查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>
- 4. [4] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒评论查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>
- 5. [5] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒评论查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>
- 6. [6] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>
- 7. [7] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>
- 8. [8] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒原贴查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>
- 9. [9] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒原贴查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>

10. ^[10] 到 2035 年口香糖市场规模将达到 1523.1 亿美元 | 生长. <https://businessresearchinsights.com/zh/market-reports/chewing-gum-market-118651>
11. ^[11] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒原贴查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>
12. ^[12] 我的斯维诗口香益生菌「好大的口气」品牌营销 | 2025金投赏商业创意奖获奖作品.(2025-06-24) <https://winner.roifestival.com/cn/winners/detail/b5ea5hok>
13. ^[13] 炫迈口香糖 广点通广告投放案例. <https://opp2.com/340708.html>
14. ^[14] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒声量趋势查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>
15. ^[15] MCP查询工具-趋势统计数据查询-TOP列表统计查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>
16. ^[16] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒原贴查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>
17. ^[17] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据查询.(2026-01-23) <https://hermes.datastory.com.cn>

Social Research

推荐有礼



活动时间

2025年08月07日-2025年12月31日



活动内容

邀请好友注册成为新用户，免费获取额度！



活动规则

通过个人专属邀请链接每注册1个用户，可获得2个Social Reserach免费额度。被邀请人每产生一次付费行为，您可额外获得2个额度。(每人最多邀请50人)



立即解锁

邀请好友送额度

扫描二维码获取专属的邀请链接