

心智美妆化

黑科技

妆发一体

# 2021洗护发品类 趋势报告

**CBNDATA** × 天猫 TMALL.COM  
第一财经商业数据中心

© 2021 CBNDATA. All rights reserved.



# 目录

## TABLE OF CONTENTS

01

---

洗护发行业整体  
发展趋势

02

---

洗护发品类消费者  
洞察

03

---

洗护发品类消费  
趋势

04

---

趣味榜单

# PART 01

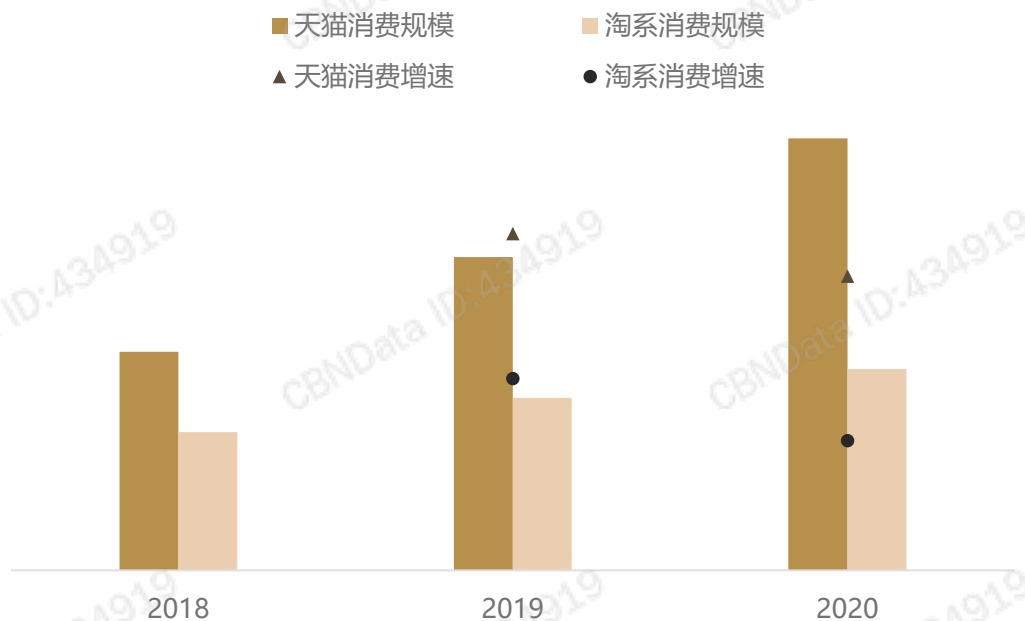
## 洗护发行业 整体发展趋势



## 天猫洗护发品类消费规模稳步攀升，消费升级趋势明显

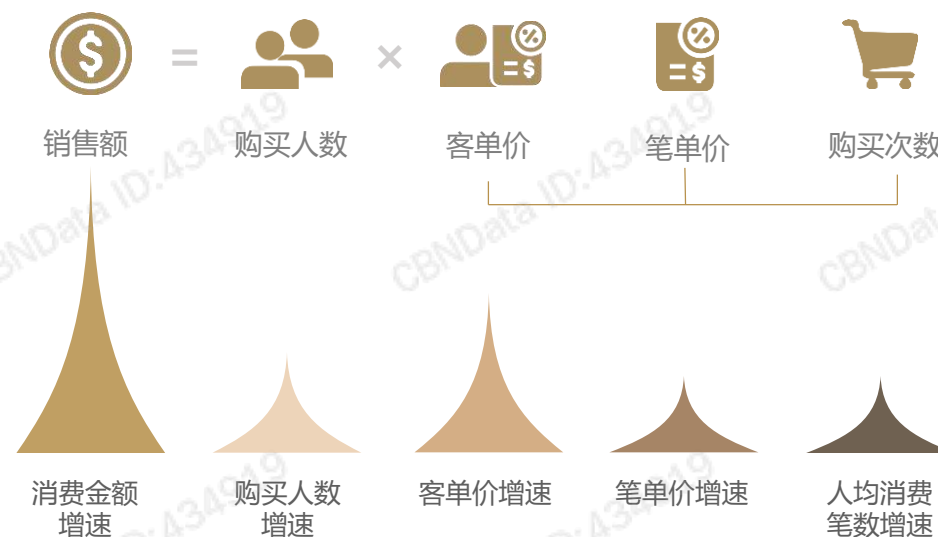
天猫洗护发市场蓬勃发展，连续两年消费增速超过三成；客单价成为天猫洗护发的主要增长动力，消费频次和笔单价稳定提升，并且整个天猫洗护发消费人数持续增加。

2018-2020线上洗护发品类淘系和天猫消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2020线上天猫洗护发品类消费增长归因



数据来源：CBNData消费大数据

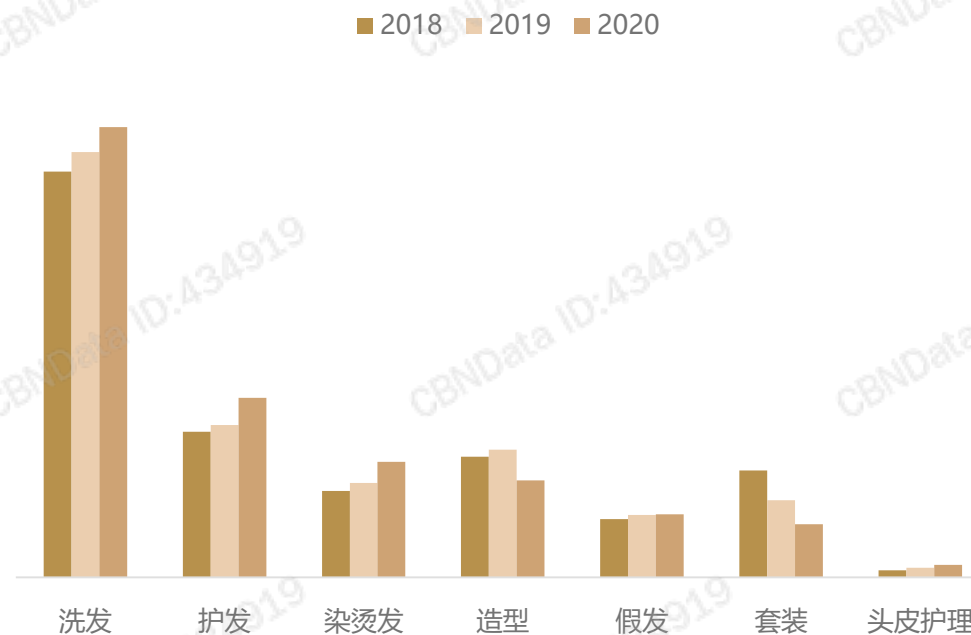
## 头发和颜值“洗”息相关，变美就要从头开始

洗发产品是大众刚需，与去年相比，核心类目洗发品类的渗透率仍在不断扩大。护发、染烫发和头皮护理人群渗透提升较大，带来新的品类机会。

2020天猫洗护发不同种类产品的消费趋势



2018-2020天猫洗护发各类产品的渗透率

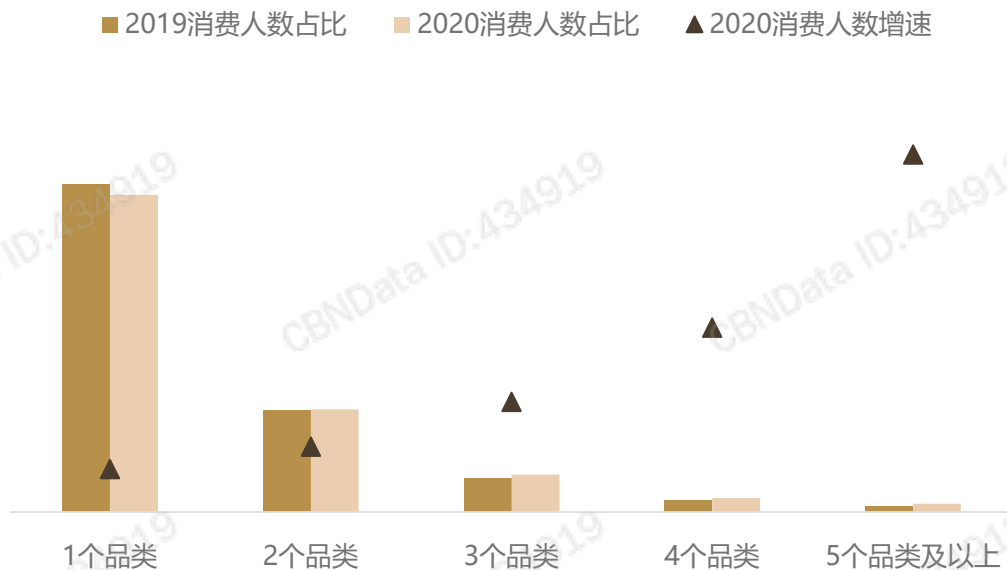


数据来源：CBNData消费大数据

## 琳琅满目的洗护发产品成为浴室“标配”

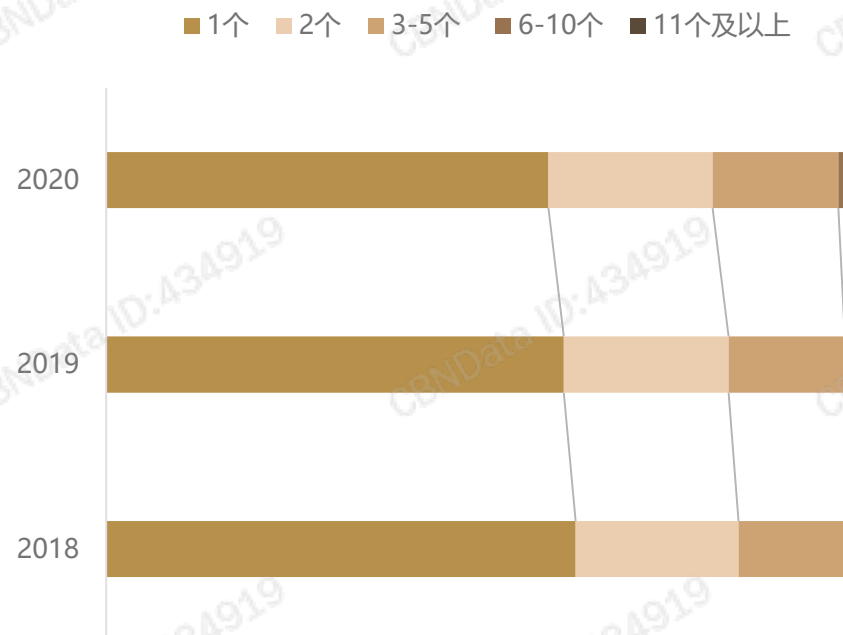
只使用一种洗护发产品已无法满足消费者日益增长的需求，多品类多商品的消费成为趋势，同时购买3个品类及以上品类的消费者较19年增加三成，并且从单一商品向多个单品转变。

2019-2020天猫洗护发购买不同品类数的消费人数增速



数据来源：CBNData消费大数据

2018-2020天猫洗护发消费者年消费单品数

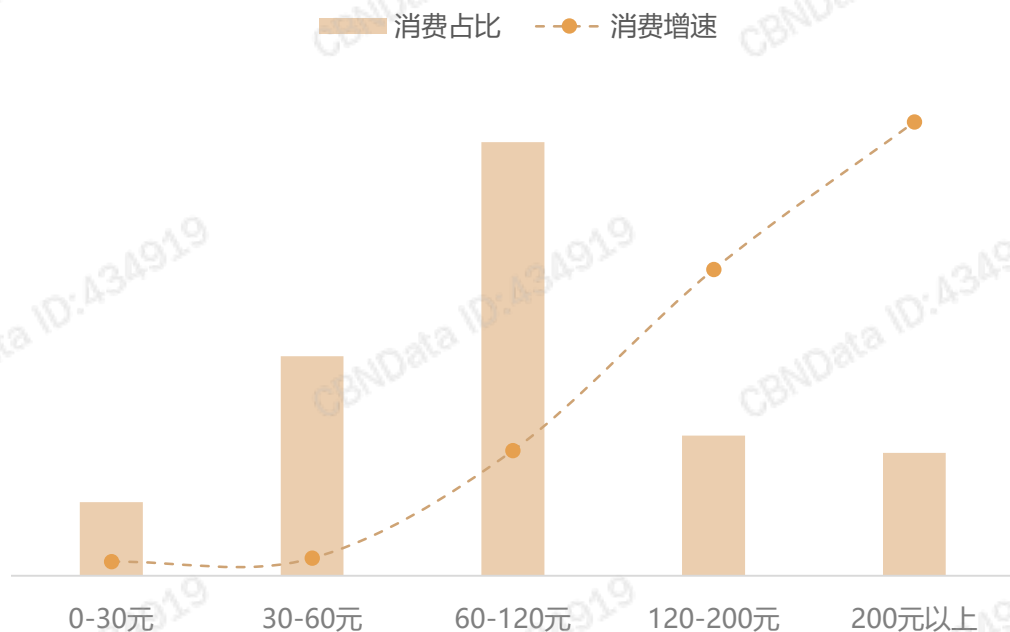


数据来源：CBNData消费大数据

## 洗发产品高端需求不可小觑，升级趋势明显

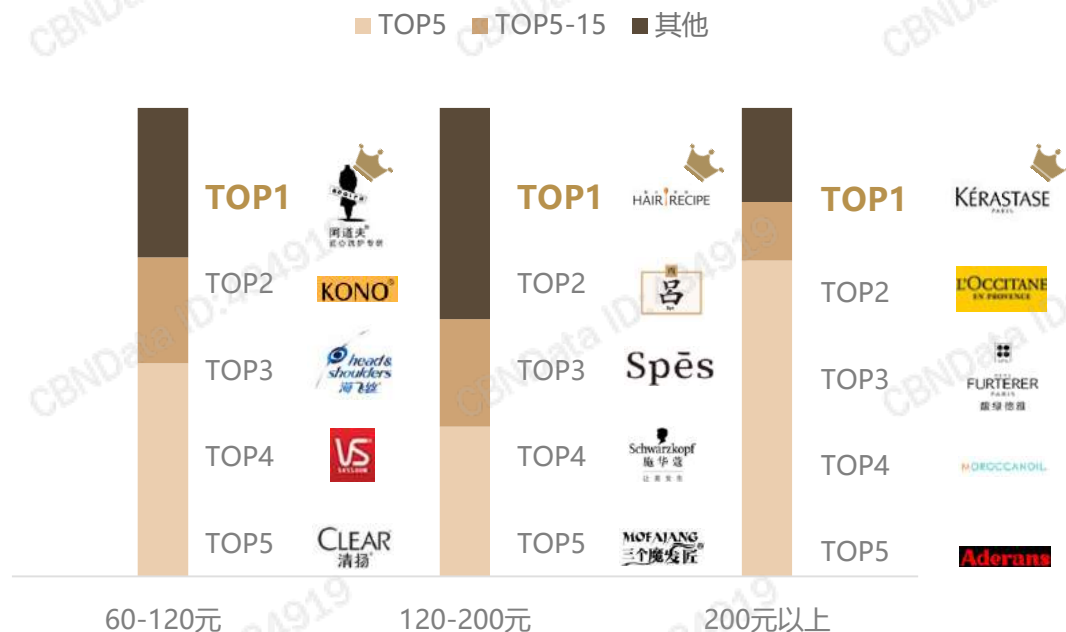
120元以上高端洗发产品增长最快，主要由Hair Recipe、吕、卡诗，欧舒丹等国际品牌主导升级；40-80元价位段洗发产品，国产品牌阿道夫、KONO竞争力强。

2020天猫洗发品类不同价格段的消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2020天猫洗发不同价位段头部品牌集中度

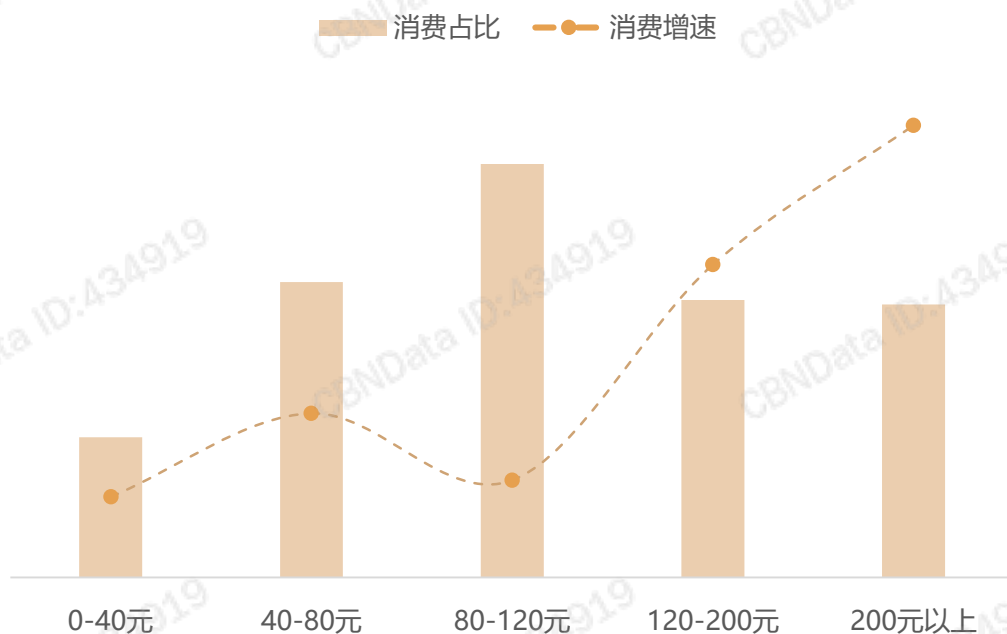


数据来源：CBNData消费大数据

## 氮金护发成为趋势，高端护发市场规模已超越80元以下平价市场

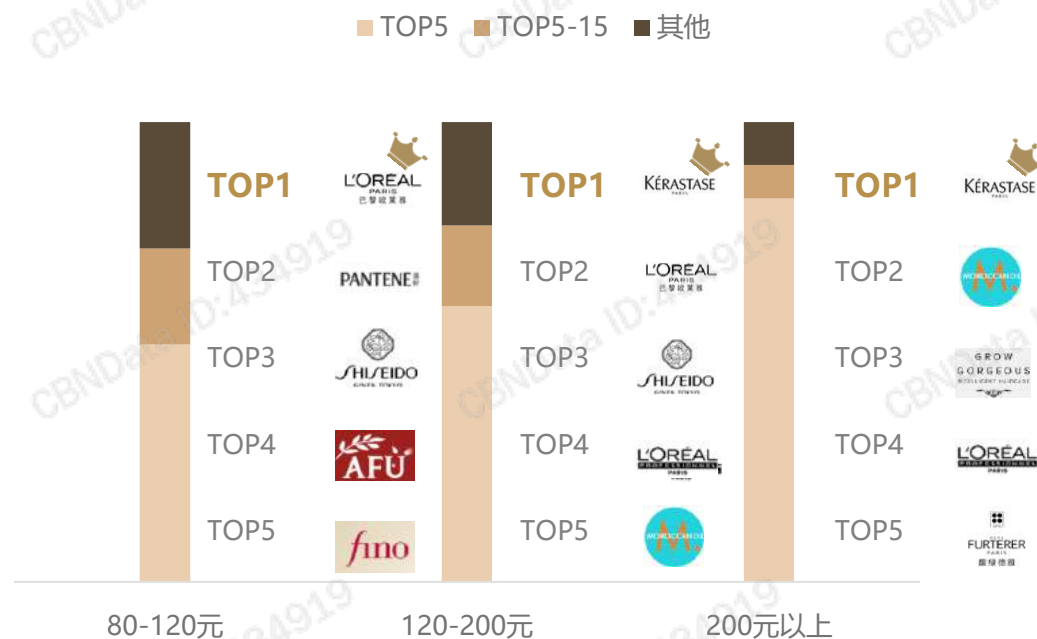
120元及以上的高端护发消费占比近四成，且增速是平价市场的两倍，潜力巨大。在护发领域中，中高端市场都被海外品牌占据。

2020天猫护发品类不同价格段的消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2020天猫护发不同价位段头部品牌集中度



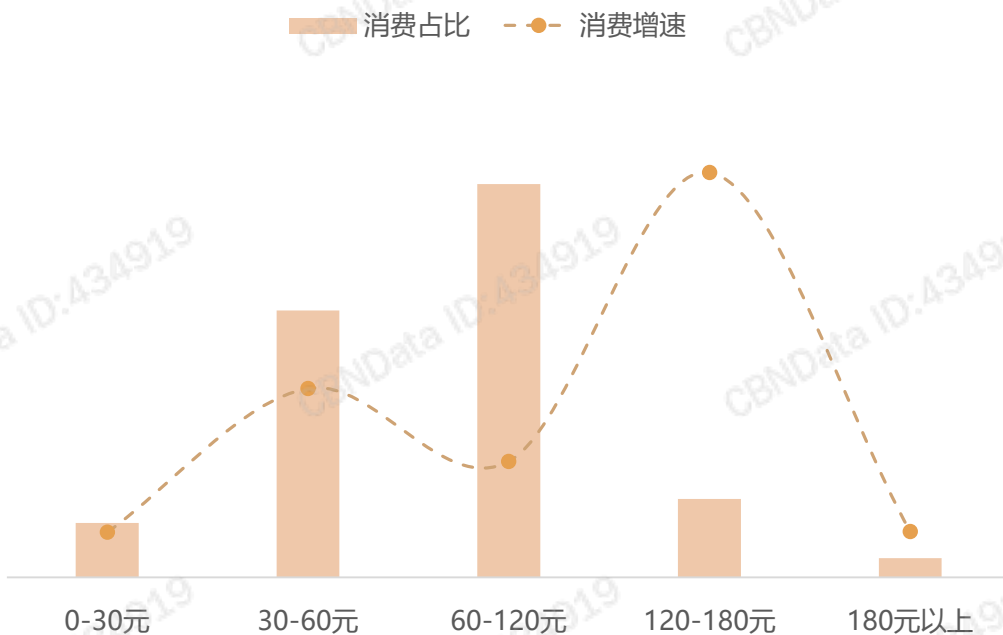
数据来源：CBNData消费大数据



## 平价的染烫发产品逐渐向高端化迈进

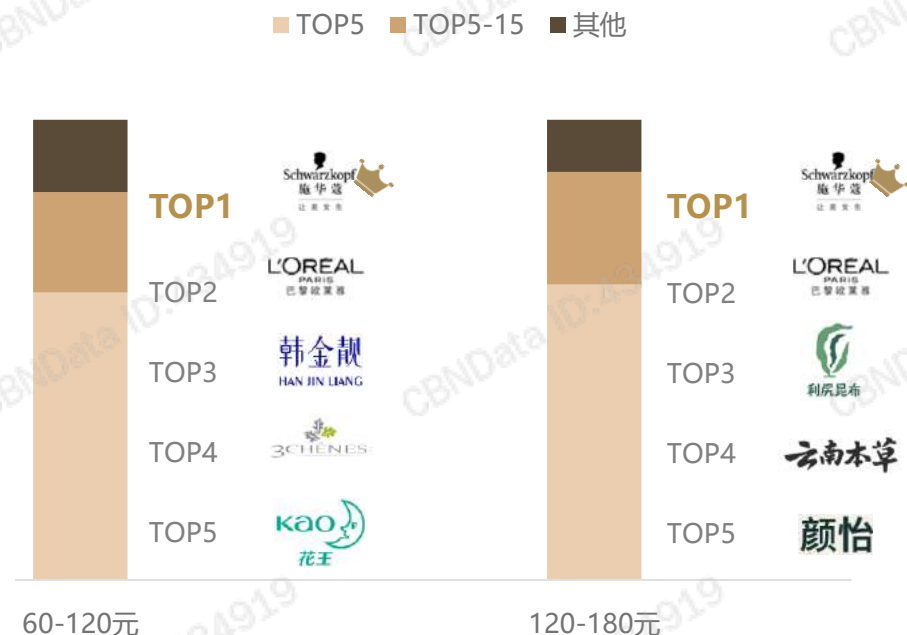
120-180元的中高端市场表现抢眼，染烫发产品的头部品牌优势显著，施华蔻在染烫发的重点和机会价格段都稳居第一，在染烫发品类中保持优势。

2020天猫染烫发品类不同价格段的消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2020天猫染烫发不同价位段头部品牌集中度



数据来源：CBNData消费大数据



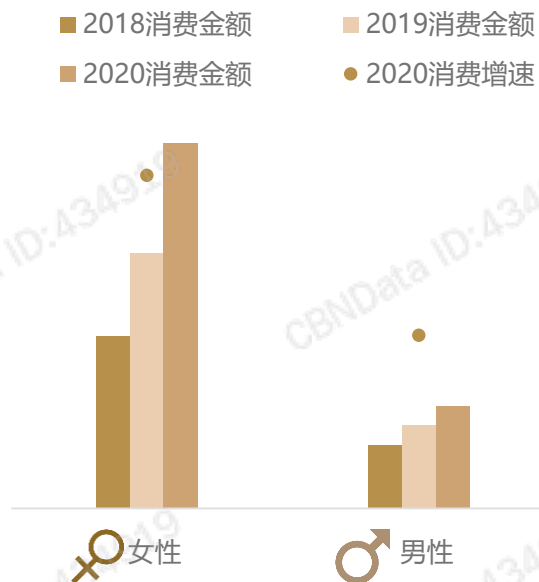
## PART 02

### 洗护发品类 消费者洞察

## 洗护发品类“她经济”占主导，95后消费群体渐露锋芒

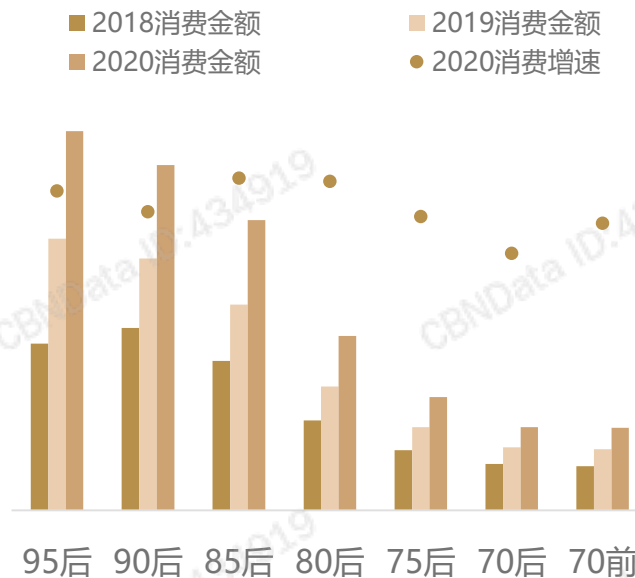
95后年轻一代在2019年接棒90后成为天猫洗护发的最大消费群体，并且占比进一步扩大；一二线城市占据洗护发消费“半壁江山”，下沉市场占比提升，持续释放潜力。

2018-2020天猫洗护发  
不同性别消费趋势



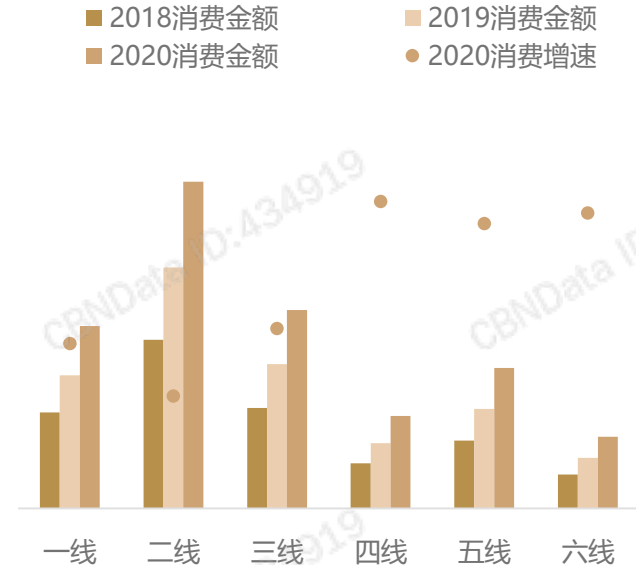
数据来源：CBNData消费大数据

2018-2020天猫洗护发  
各代际消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2018-2020天猫洗护发  
各城市线级消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

## Z世代领跑洗护发消费时代，精致妈妈主张精细护理

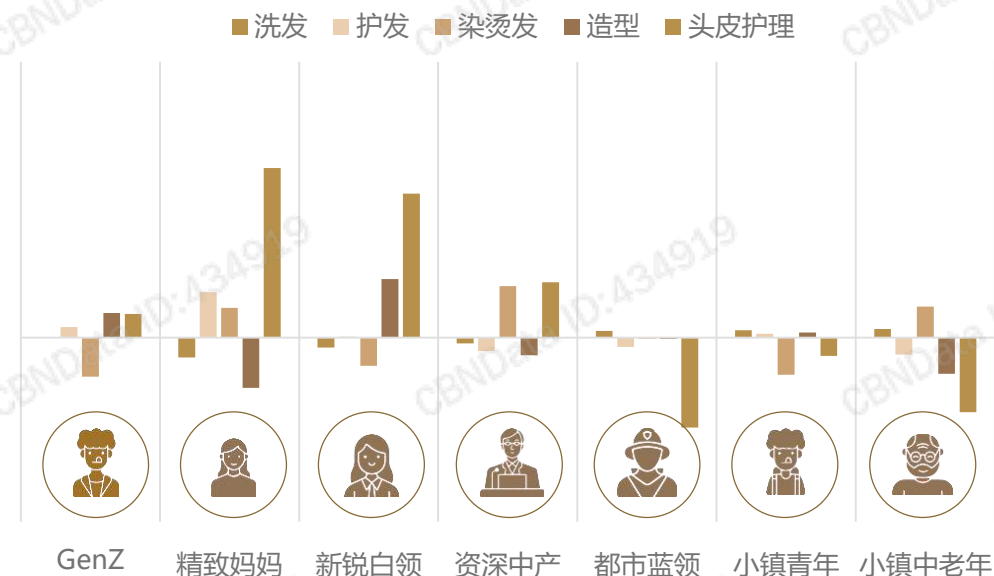
Z世代是天猫洗护发品类中最大消费群体，并继续维持高速增长。热衷保养的精致妈妈和追求生活质量的新锐白领带动了洗护发领域的消费升级，也是头皮护理理念的引领者。

2020天猫洗护发品类八大人群消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

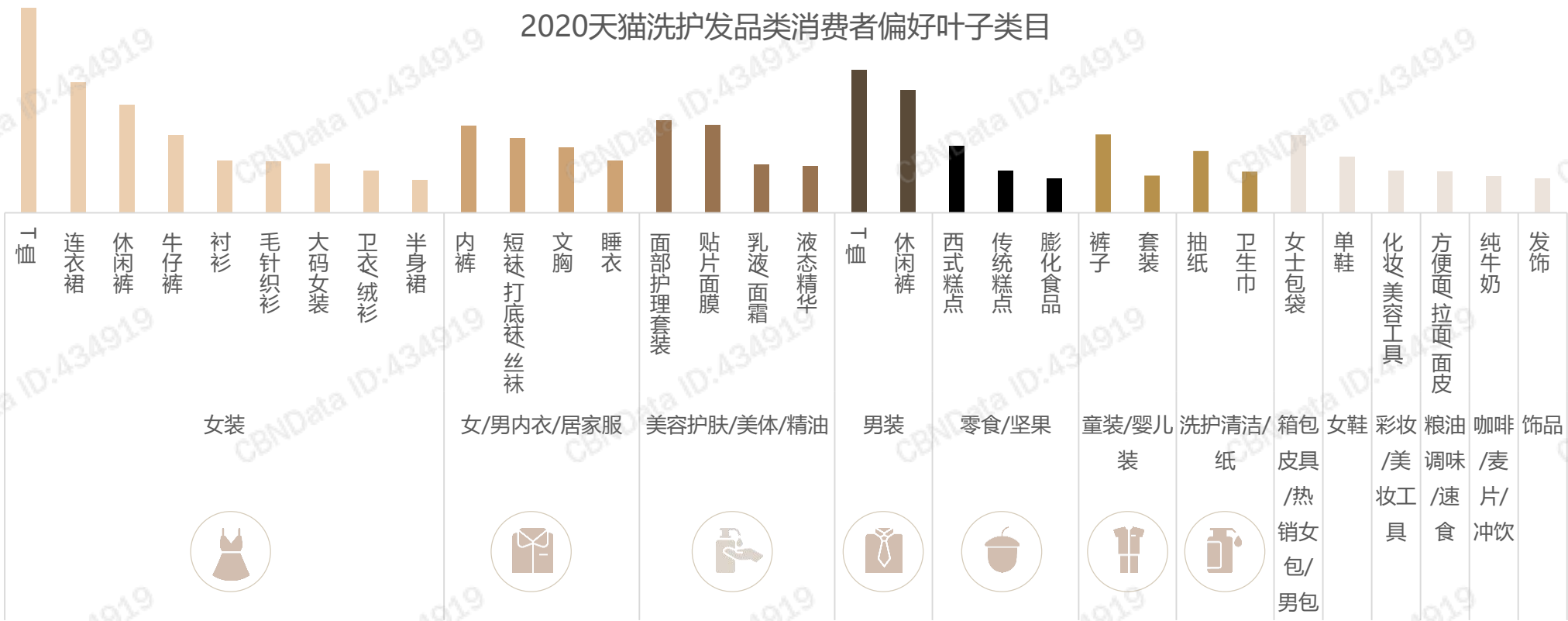
2020天猫洗护发策略人群类别偏好



偏好度：不同策略人群在各类目的消费人数占比/不同策略人群占比  
偏好度 > 100% 为有偏好

洗护发消费者偏爱服装和美容消费，提升形象气质就要面面俱到

2020天猫洗护发品类消费者偏好叶子类目





## 抓住洗护发消费者，使用感受和效果是核心

2020天猫洗护发品类消费者评论关注点

■ 使用感受/效果 ■ 品类 ■ 功能功效 ■ 香味 ■ 价格 ■ 包装 ■ 物流 ■ 促销 ■ 种草/购买渠道 ■ 品牌 ■ 人群



# 头发要“减负”，无硅油等健康产品魅力不减，蓬松、椰香成洗发新要求

洗发品类中，消费者对控油、去屑、止痒的需求较强，无硅油，生姜成为热榜关键词。蓬松、椰香成洗发新热点。

202003-202102洗发品类搜索热词



数据来源：CBNData消费大数据

202009-202102洗发品类热度增速TOP25搜索词



数据来源：CBNData消费大数据

修复干枯、柔顺毛躁仍是两大护发需求，生发、免蒸等需求不容忽视  
防静电、矫正恢复成为高速增长的新词

202003-202102护发品类搜索热词



数据来源：CBNData消费大数据

202009-202102护发品类热度增速TOP25搜索词



数据来源：CBNData消费大数据



# PART 03

## 洗护发品类 消费趋势

# 小步骤大讲究，流程更精细，理念在升级

只购买洗发水加护发素基础套装的旧理念如今正被慢慢摒弃，洗护发理念在不断升级。头发、头皮的清洁和护理都需要“区别对待”，每一个小步骤都不能含糊。

洗护发4.0时代

 头皮预洗

 头发清洁

 头皮护理

 头发护理

 头发染色

 头皮造型

头皮“卸妆”，清洁毛囊

多重功效，适用不同发质和场景

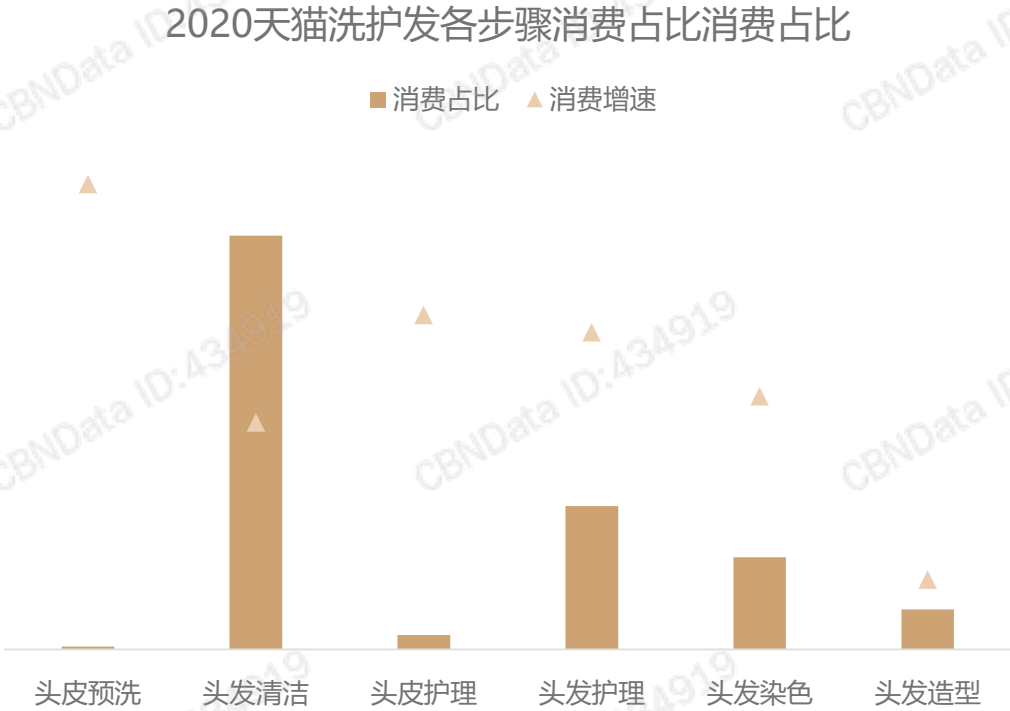
滋养头部皮肤，唤醒头皮生命力

头部“spa”，不同发质有专攻

百变潮流时尚发色

造型丰富，方便可DIY

资料来源：网络整理



为数据值都能展现，头皮预洗增速为实际值的四分之一  
数据来源：CBNData消费大数据



# 控油、去屑仍是基本诉求，丰盈、护色、转黑发等新兴需求受到关注

丰盈成为2020洗发热门功效，告别细软塌，蓬松秀发撑起年轻人的“高颅顶” get完美造型。与此同时，其他小众消费场景开始显现，针对受白发困扰人群的黑发功效和染发人群的护色功效成为潜力消费场景。

2020天猫洗发品类热门功效消费趋势



图表中黑发显示增速为实际值的二分之一  
数据来源：CBNData消费大数据

2020天猫洗发重点功效热门品牌

控油	去屑	丰盈
KONO (美妆)	海飞丝	KONO (美妆)
海飞丝	阿道夫	KÉRASTASE/卡诗
三个魔发匠	CLEAR/清扬	L'OCCITANE/欧舒丹
阿道夫	沙宣	Ryo/吕
SEEYOUNG/滋源	三个魔发匠	沙宣

数据来源：CBNData消费大数据

# 修护、柔顺、滋润是护发三大主流功能，香氛、护色等表现突出

善于玩转色彩，追求顶部吸睛的染发人群，带动护色功效的护发产品呈爆发式增长趋势。此外，香味也成为消费护发产品的新标准。

2020天猫护发品类热门功效消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2020天猫护发重点功效热门品牌

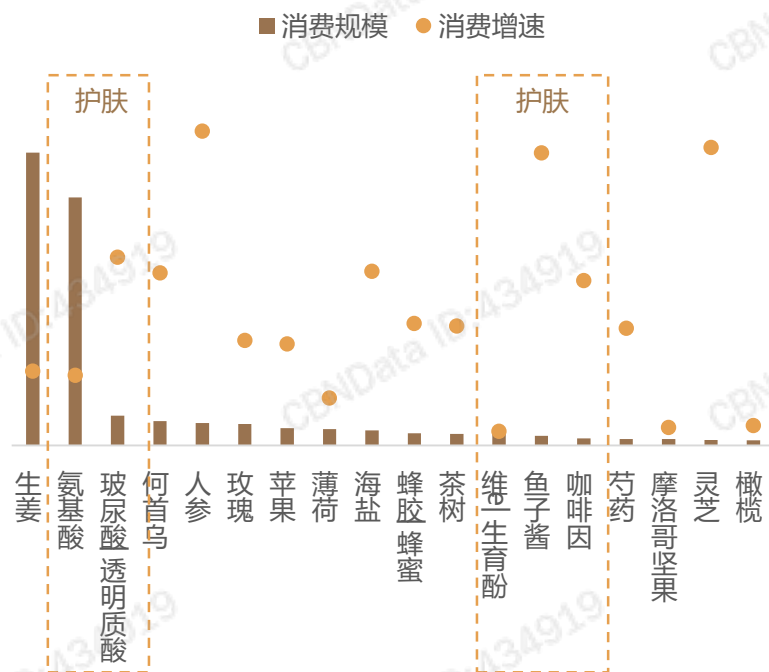
修护	柔顺	护色
L'Oréal/欧莱雅	KÉRASTASE/卡诗	潘婷
潘婷	潘婷	KÉRASTASE/卡诗
KÉRASTASE/卡诗	L'Oréal/欧莱雅	FINO
Shiseido/资生堂	Shiseido/资生堂	Lime Crime
Moroccanoil/摩洛哥油	Moroccanoil/摩洛哥油	Ouai

数据来源：CBNData消费大数据

## 成分党涌入洗护发品类，养护头发和护理肌肤一样重要

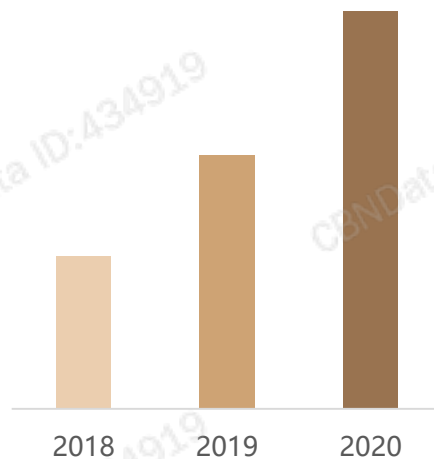
氨基酸和玻尿酸等护肤成分已在洗护发领域“站稳脚跟”，并且衍生出鱼子酱、咖啡因等潜力成分；滋养固发的天然生姜元素深入人心，稳坐洗护发领域第一宝座，何首乌和人参等天然植物成分也备受追捧。

2020天猫洗护发产品不同成分的消费趋势



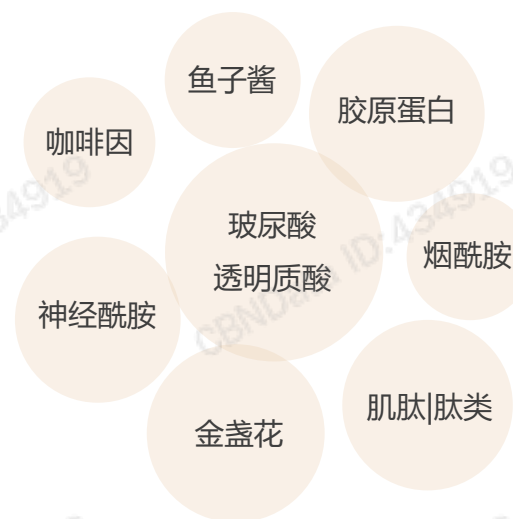
为数据值都能展现，人参消费增速为实际值的二分之一

2018-2020天猫包含护肤美妆成分的洗护发产品消费规模



数据来源：CBNData消费大数据

潜力护肤美妆成分



Amino Mason  
牛油果氨基酸洗发水



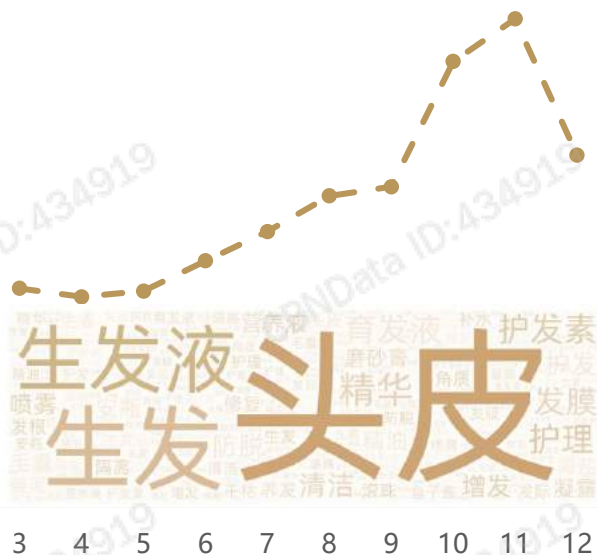
法国FORVIL  
鱼子酱安瓶发膜

数据来源：CBNData消费大数据

## 头皮护理市场正在兴起，成为洗护发领域消费新风向

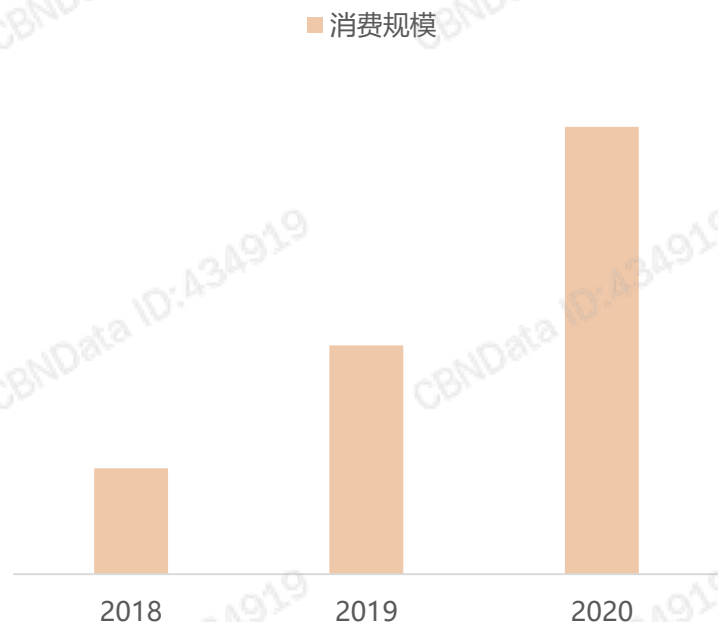
养护头发需要先养头皮，头皮是头发成长的根基。不少消费者开始重视头皮健康，头皮护理产品的线上搜索热度不断攀升，三年保持爆发式增长，主要得益于消费受众的快速渗透和人均消费的不断提高。

2020.03-2020.12线上洗护发头皮护理月度搜索热度



数据来源：CBNData消费大数据

2018-2020天猫头皮护理消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2020线上天猫头皮护理品类消费增长归因

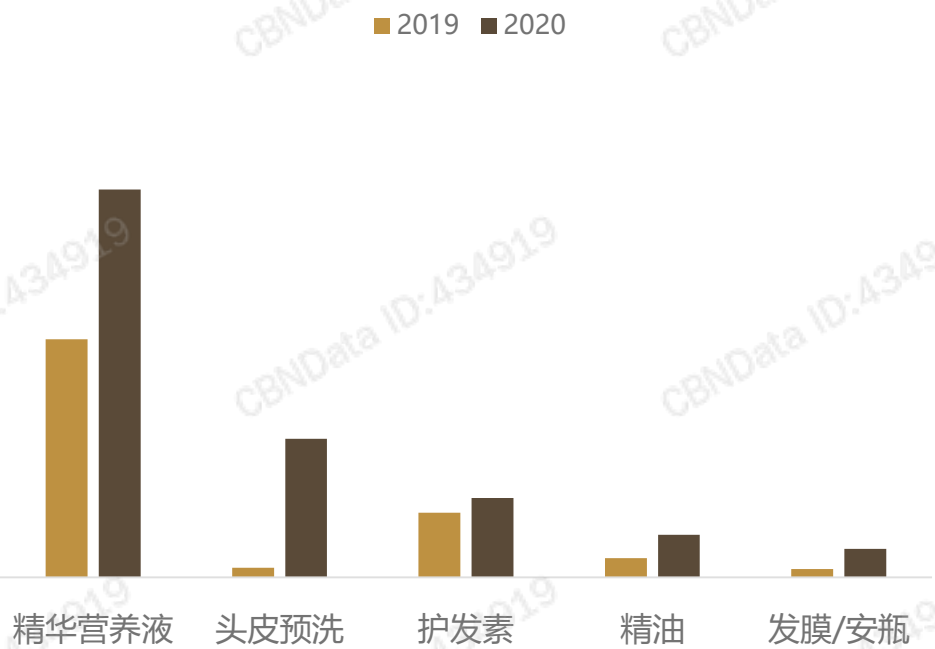


数据来源：CBNData消费大数据

# 面对不断升级的需求，进阶类护发产品应运而生

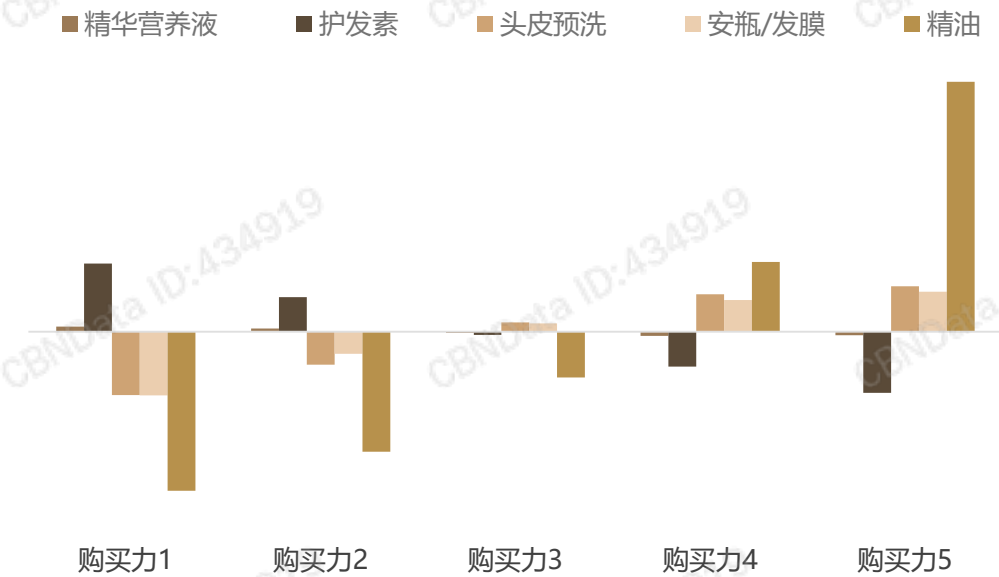
精华营养液是消费者头皮护理的首选产品，头皮预洗、精油和安瓶占比增长亮眼，得到高消费力消费者推崇。

2019-2020天猫头皮护理各产品消费规模



数据来源：CBNData消费大数据

2020天猫头皮护理各消费力人群偏好产品



数据来源：CBNData消费大数据

偏好度：各消费力人群在不同头皮护理产品的消费人数占比/不同产品的消费人数占比  
偏好度>100%为有偏好



## 头皮护理市场TOP品牌竞争激烈，进口品牌“戏份”加大

虽然头皮护理近七成的市场，在三年间被头部10个品牌占据，但头部品牌内部竞争颇为激烈。卡诗在2020年成为领头羊，其后是两个长期占据前三的柳屋和霸王，多芬、欧莱雅等国际知名品牌也加入头皮护理领域。

2018-2020天猫头皮护理头部品牌集中度

■ TOP10 ■ TOP11-20 ■ TOP21-50 ■ TOP51-100 ■ 其他



数据来源：CBNData消费大数据

头皮护理销售TOP10



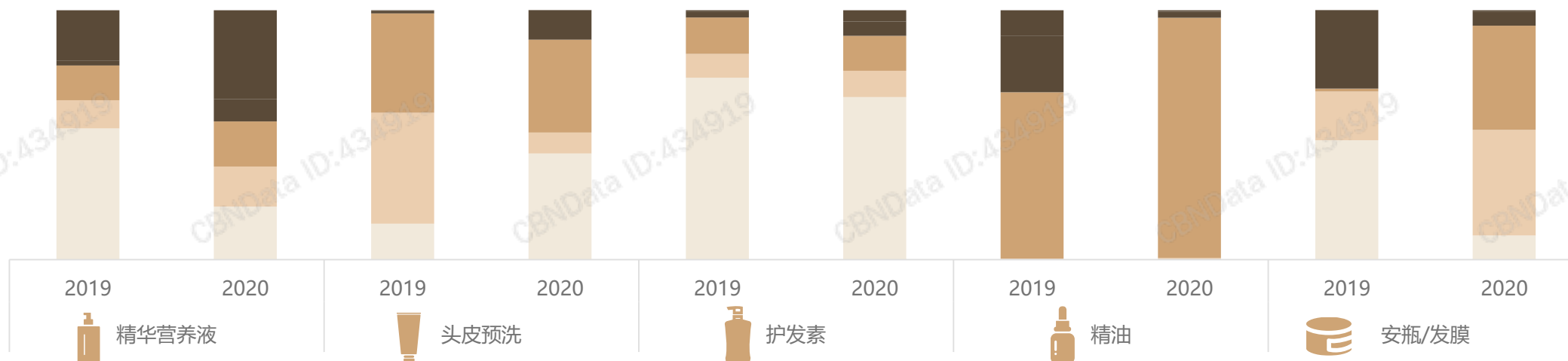
数据来源：CBNData消费大数据

## 精华营养液、头皮预洗、护发素消费升级显著，中高端产品消费迅速增长

头皮护理产品中，500元以上的精华营养液消费占比快速提升。备受高消费力群体青睐的头皮预洗，300-500元区间近一年表现突出。一直走亲民路线的护发素产品也逐渐迈向160元以上价位段。精油、安瓶160-320的中端价格段消费占比也呈现亮眼的增长。

2019-2020天猫头皮护理各产品消费占比

0-80元 80-160元 160-320元 320-500元 500以上元



数据来源：CBNData消费大数据

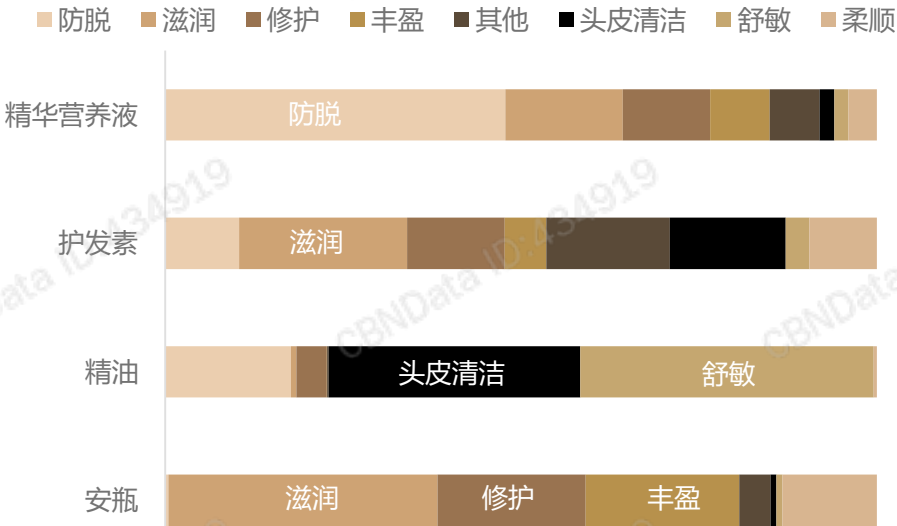
# 防脱、头皮清洁、滋润是当下主流需求，香氛、修护、丰盈等新需求涌现

发际线“卫士”的队伍日渐壮大，防脱精华生发液是头皮护理市场中最主要的产品。头皮护理护发素产品功效较为分散，包含清洁、滋润、修护等。安瓶以滋润功效为主，精油则注重舒敏和头皮清洁。

2020天猫头皮护理品类主要功效消费趋势



2020天猫头皮护理品类各功效产品消费占比

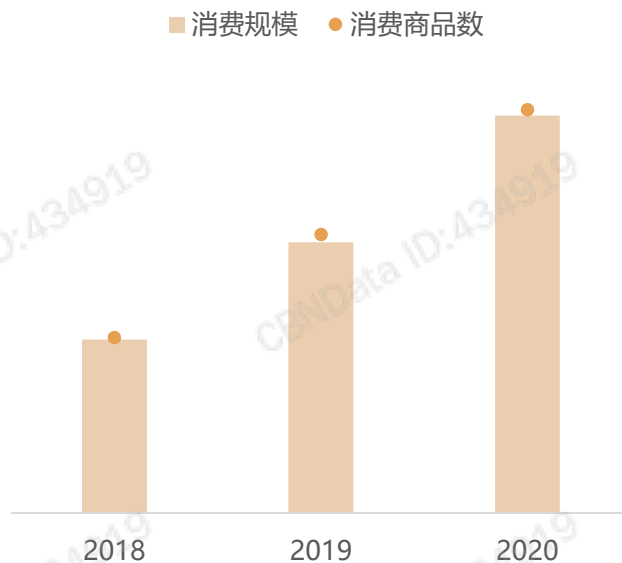


数据来源：CBNData消费大数据

## 迪奥、香奈儿等高奢品牌瞄准洗护发香氛上升趋势

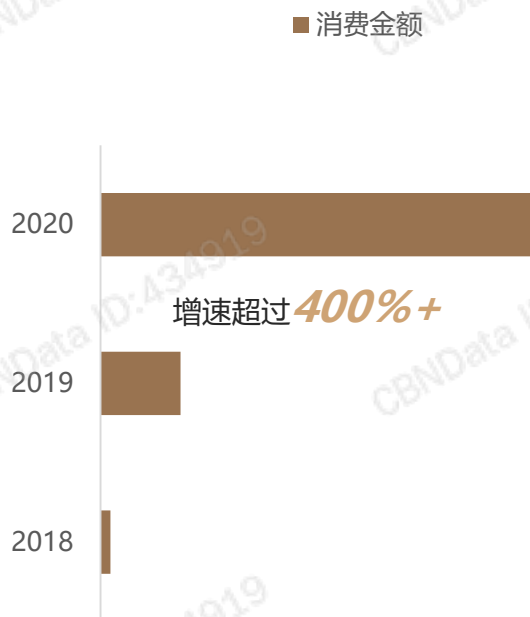
使用走路都带香的洗护发产品，是提升吸引力的心机小秘诀，越来越多的消费者选择香氛护发。不仅洗护发品牌都在朝着“真香”的道路上迈进，顶级高奢品牌也选择跨界推出发香喷雾，将经典香味蔓延至发丝。

2018-2020天猫洗护发香氛  
产品消费规模



数据来源：CBNData消费大数据

2018-2020天猫发香喷雾消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

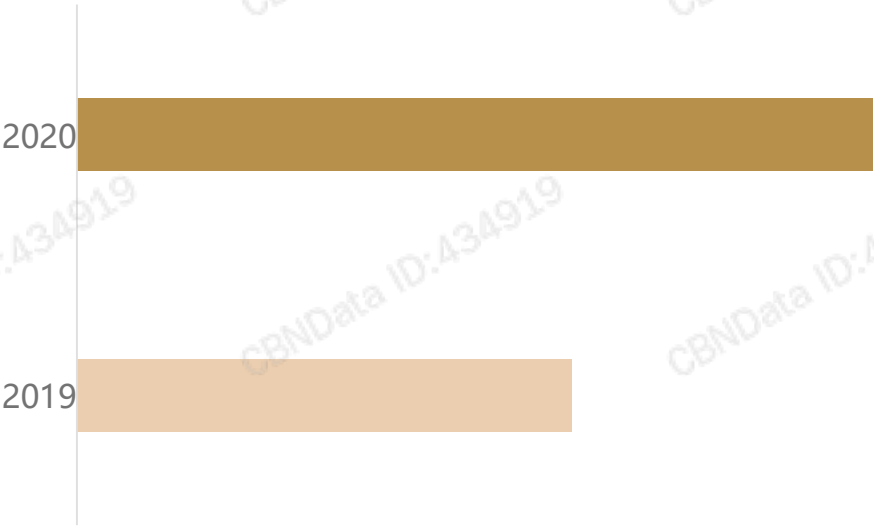


资料来源：网络整理

# 黑科技成分为秀发护理保驾护航

专利科技成分加持的美护发产品，成为用户的首选。头部大牌纷纷亮出自己“独门秘籍”，从修护受损到防脱育发，都有尖端科技。

2019-2020天猫黑科技成分洗护发产品消费规模



数据来源：CBNData消费大数据

黑科技成分：圈定部分包含专利科技的产品



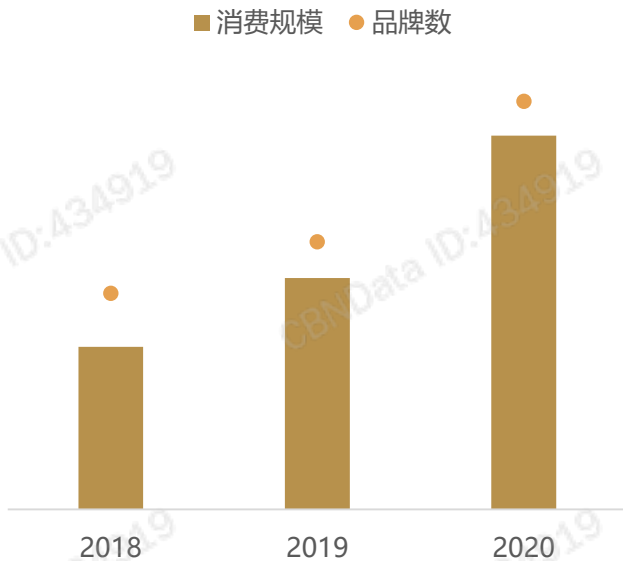
资料来源：网络整理



## 品牌构筑科技壁垒，打造洗护发产品的核心竞争力

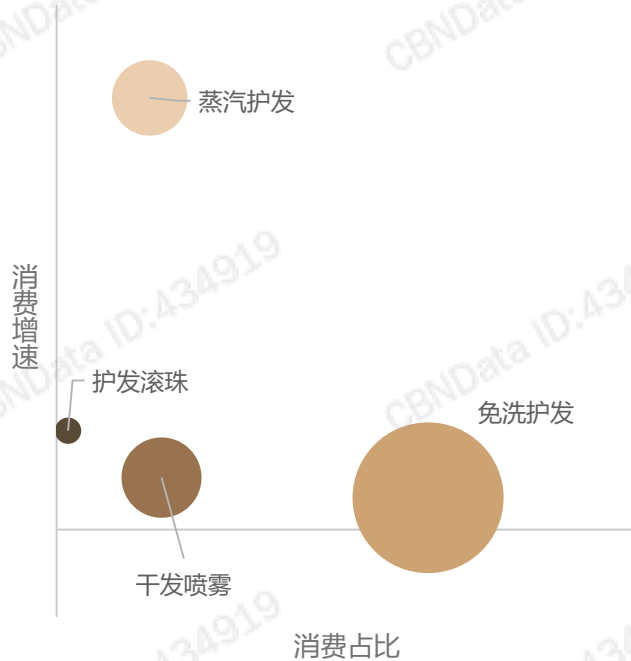
近一年来，越来越多的品牌加入黑科技洗护发产品的研发队伍中。其中，免洗护发、干发喷雾和蒸汽发膜脱颖而出，得到消费者的认可，让头发的华丽“变身”更高效、快捷。

2018-2020天猫黑科技洗护发  
产品消费规模和品牌数



数据来源：CBNData消费大数据

2020天猫黑科技产品消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据



Batiste碧缇丝免洗头发喷雾

去油颗粒、温和吸附油脂，使头发干净清爽，头发立体蓬松，方便造型，清新花香，去除异味



飘柔免洗护发素

飘柔使用米级顺吸收凝珠，可以快速推开不粘腻，瞬间吸收养分，免冲洗



巴黎欧莱雅蒸汽发膜帽护发精油

5秒自热发帽，配合琥珀雪松和松露精粹油发膜，帮助吸收护理和改善毛躁



MBA 头皮营养液精华滚珠

资料来源：网络整理

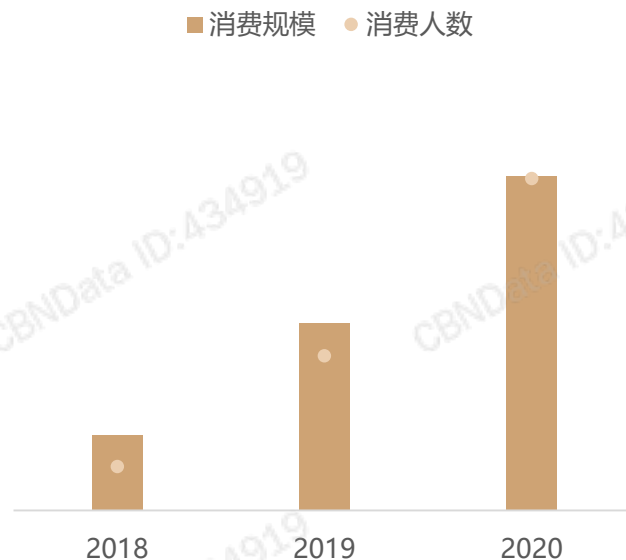
## 生活节奏加快，护发也要“争分夺秒”

快节奏的工作生活，让事业家庭两手抓的精致妈妈很难花时间安心护发，消费者越来越想要护发更高效，护发产品使用时间从传统的15分钟缩短至以秒计算，资生堂更是顺势推出0秒发膜。



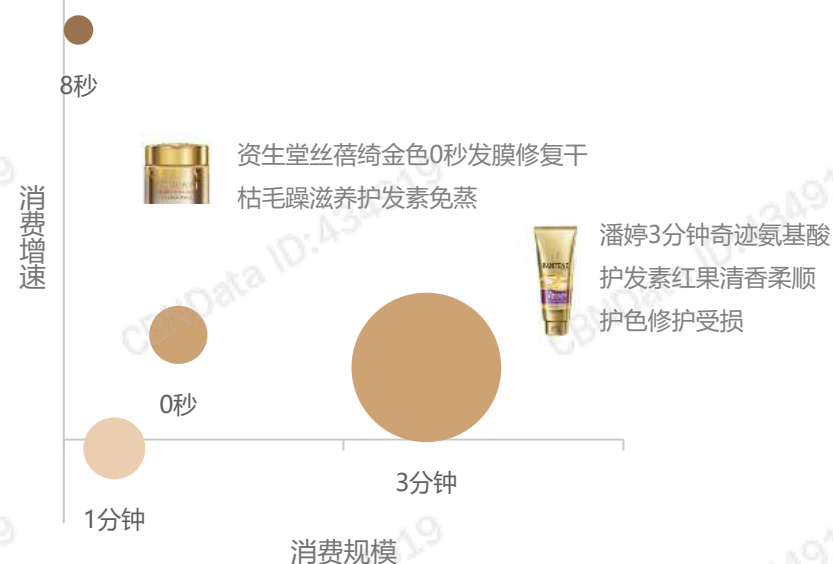
资料来源：网络整理

2018-2020天猫  
快速护发产品消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

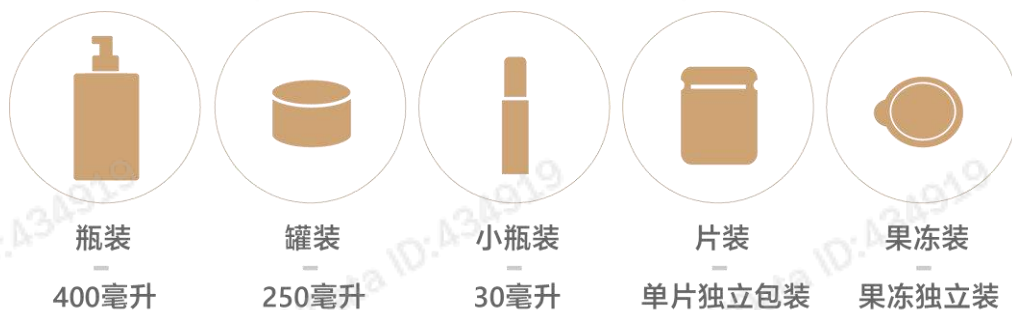
2020天猫快速护发产品  
不同主打护理时间的消费趋势



气泡大小为消费人数  
数据来源：CBNData消费大数据

## 便携随身呼声渐高，胶囊、子弹杯打造“极致”小巧

便携洗护发产品的搜索热度逐渐升温，加班出差、旅行游玩都要一丝不苟，清爽飘逸。多芬推出护发胶囊，潘婷也上线发膜子弹杯，一次一颗将迷你便携发挥到极致。



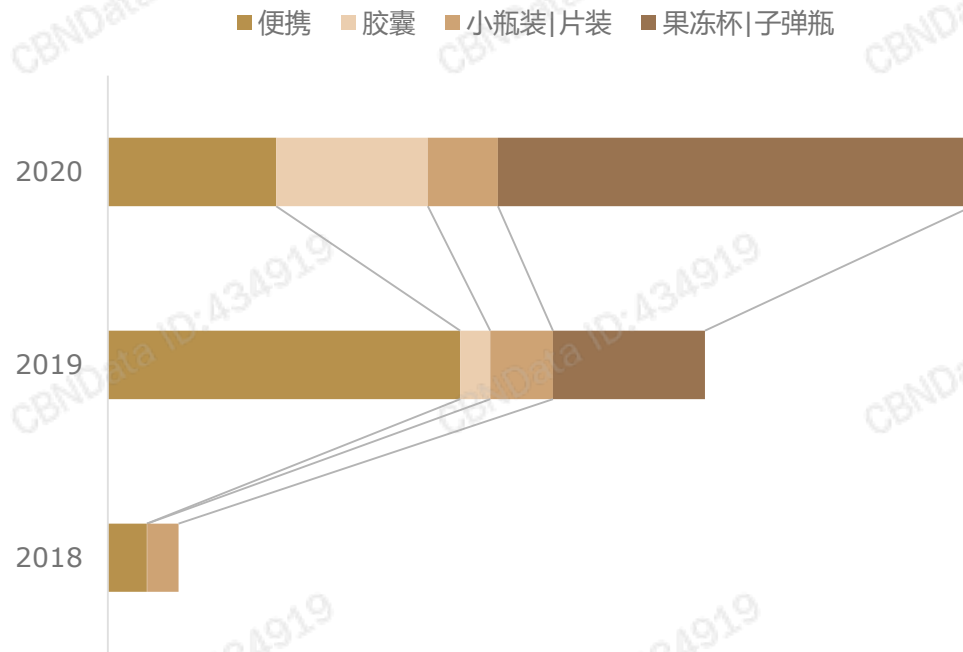
多芬马卡龙果萃  
免洗胶囊护发精油



潘婷子弹杯氨基酸  
滋养型深水泡弹发膜

资料来源：网络整理

2018-2020天猫便携洗护发产品消费规模

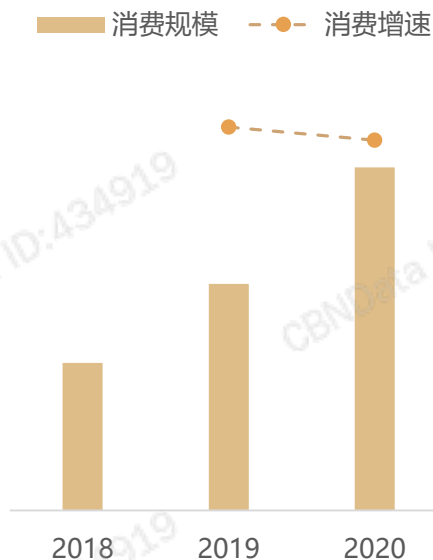


数据来源：CBNData消费大数据

## 年轻一代更热衷于染发，大胆试色玩转百变妆容

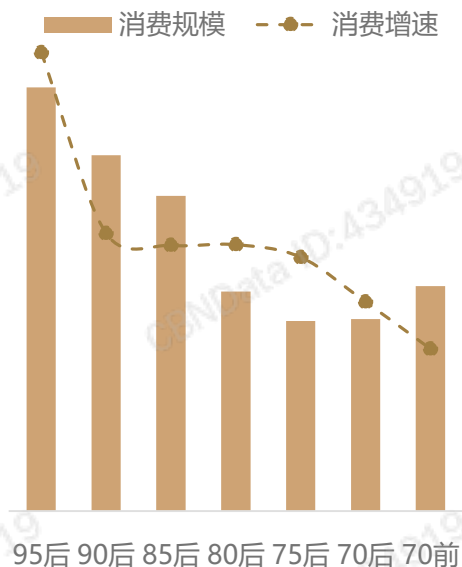
独立个性的95后Z世代更热衷于染发，消费占比最高增速最快，引领染发品类高速增长。90、95后偏爱茶色、棕色，并且灰色、粉色等潮流色登上发色搜索榜，80前群体专注黑发。除了颜色，安全的植物成分也是年轻人和中老年的关注点。

2018-2020天猫染发  
消费规模



数据来源：CBNDATA消费大数据

2020天猫染发  
不同代际消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

202003-202012线上  
90、95后染发关注热点



数据来源：CBNDATA消费大数据

202003-202012线上  
80前染发关注热点



数据来源：CBNDATA消费大数据

# PART 04

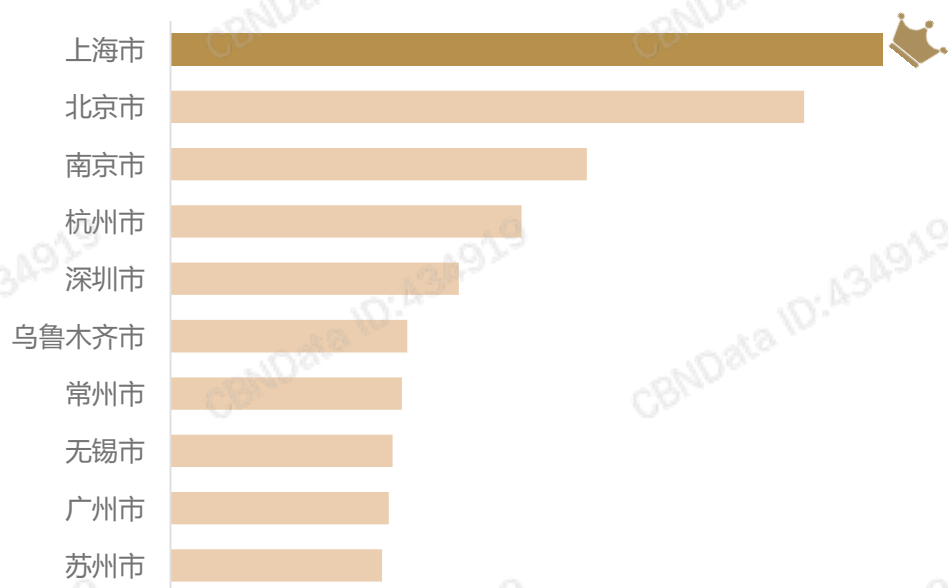
## | 趣味榜单



## 趣味榜单

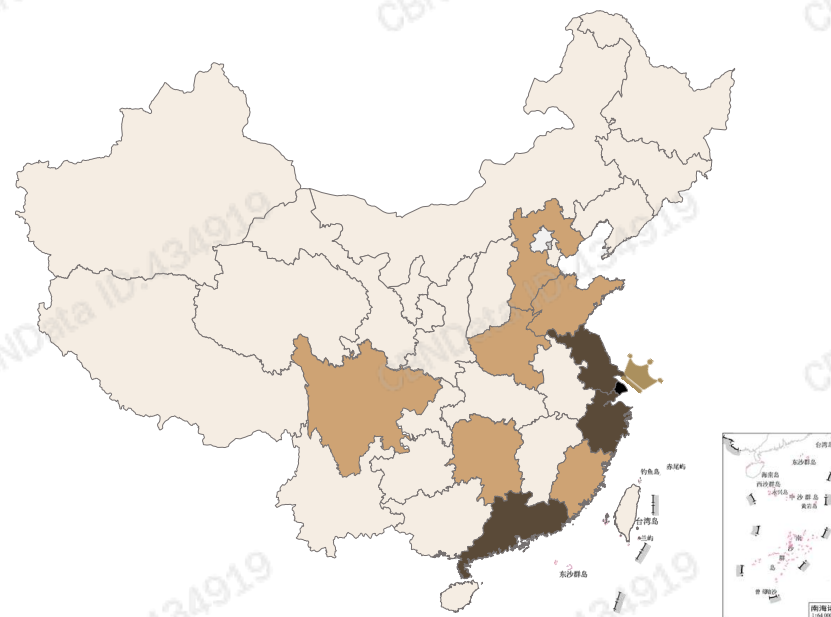
小资精致的上海、现代繁华北京呵护起头发来，堪称“一掷千金”，消费力领先；广东迫切解决“秃”如其来的“绝顶难题”，江浙紧随其后。

2020天猫护发人均消费TOP10城市



\*城市为护发品类消费人数top100城市中的人均消费金额排序

2020天猫防脱产品消费分布



数据来源：CBNData消费大数据

# DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：

数据时间段: 2018.1.1-2020.12.31

头皮护理：为护发品类、头皮护理品类商品名称包含头皮护理的产品

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

# COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

■ 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

# ABOUT US 关于我们

报告作者：王东麟

视觉设计：胡佩 张称

联系我们：Data@cbndata.com

商务合作：BD@cbndata.com

加入我们：JOB@cbndata.com

## ■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）隶属于上海文化广播影视集团（SMG），是由第一财经与阿里巴巴于2015年共同发起成立的，面向品牌企业提供数字化增长解决方案的大数据服务商。

依托SMG、第一财经及阿里巴巴的优势资源，CBNData以全域消费数据库为核心竞争优势，充分发挥全媒体势能，以AI技术为驱动，以多元场景为延展，面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。



FOLLOW  
US  
关注我们

更多数据 扫码关注





**CBN DATA**

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察