洗发护发产品 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 洗发护发产品市场概况与增长情况
- 中国洗发护发产品市场的竞争格局及新产品趋势
- 不同类型洗发护发产品的使用情况
- 使用的洗发水功效
- 消费者感兴趣的定制化洗护发产品
- 对洗护发的行为和态度

尽管有75%的中国消费者更喜欢多功能的洗护发产品，但这并没有抵消消费者在洗护发流程中采用多步骤的趋势，体现出中国洗护发产品市场消费者的热情和旺盛需求。品牌不妨同时从这两个方面来触及消费者。此外，旺盛的消费需求促使消费者使用了更多类型的产品，使用超过5种洗护发产品的重度用户比例也有所增加（18-49岁消费者中的重度用户比例从2020年的5%上升到2021年的10%），最终推动了2021年洗护发产品市场的扩张。

尽管女性中的重度用户更多，但男性在使用头发/头皮清洁产品方面的进步令人鼓舞，而与此同时，品牌也需要迎合男性需求，提供便利的解决方案，比如洗护发二合一洗发水、干发喷雾和生发/育发产品。

而另一方面，随着消费者的需求更加精细化，若品牌不与消费者建立紧密联系，就很难发掘新机遇，比如针对不同发质的解决方案和便捷的洗护发方案（免洗型产品）。因此，品牌需在产品开发和沟通阶段更贴近消费者，否则很可能在新品发布方面失去吸引力，并最终失去市场地位。

“消费者对更好的洗护发解决方案的需求变得更加细分化，最终推动了高端化趋势和消费者使用数量的增加，进而拉动了中国洗发护发市场的增长。为了在未来继续保持增长，品牌需在洗发和护发领域满足消费者对精细化和便捷解决方案的多元化需求，比如护色/固色的洗护发产品和免洗型护发精油。”

– 蒋亚利，高级研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

洗发护发产品 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

目录

概述

- 报告关键议题
- 定义
- 不包括
- 细分群体定义（使用的产品种类）

综述

- 市场与竞争
  数据1: 洗发护发产品市场零售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年
- 公司与品牌
  数据2: 洗发护发产品领先制造商的市场销售额份额，中国，2020-2021年（预估）
- 消费者
- 细软塌在所有发质类型中占主导
  数据3: 发质类型，2021年
- 男性在洗护发产品使用方面的进步值得关注
  数据4: 过去6个月内使用过的洗发护发产品（按性别区分），2021年
- 去头屑是使用率最高和宣称最多的功效
  数据5: 使用的洗发水功效，2021年
- 产品相关的护发方案催生商机
  数据6: 护发行为，2021年
- 定制化洗护发产品更多地针对发质和头皮类型
  数据7: 感兴趣的定制化洗护发产品，2021年
- “贪心”的消费者既渴望多重功效，又寻求多步骤洗护发流程
  数据8: 对洗护发的态度——使用习惯/偏好，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 漂/染发后的护理是一种集中化战略
  数据9: 漂/染发后洗护发品牌示例，中国
- 个性化洗护发产品需在规模效应和吸引力之间取得平衡
  数据10: 线上调研分析结果，中国
  数据11: 洗护发产品中的个性化高浓度护理液示例，德国，2021年
- 男性世界值得探索

市场规模与预测

- 洗发护发产品市场增速小幅提升

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据12: 洗发护发产品市场零售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年

市场因素

- 品牌扩张，定位新受众
- 消费者对自我关爱的渴望带来细分化的洗护发需求
- 对便捷头发清洁方案的需求增加

数据13: 过去6个月使用过的便捷头发清洁产品（按性别区分），2019-2021年

- 护发产品的消费升级趋势明显

数据14: 过去6个月内使用过的部分护发产品，2020和2021年

- 不断增强的漂/染发后洗护发需求
- 防脱发需求旺盛

市场细分

数据15: 洗发护发产品市场的零售额和增长率（按细分区分），中国，2017-2021年（预估）

市场份额

- 国际大企业赢回市场份额

数据16: 洗发护发产品领先制造商的市场销售额份额，中国，2020-2021年（预估）

- 宝洁
- 欧莱雅
- 由于缺乏创新，本土头部企业陷入困境
- 环亚
- 阿道夫

营销活动

- 强调品牌历史以突显专业形象

数据17: 强调品牌历史的示例，中国，2021年

- 新品众筹

数据18: 洗护发新品众筹活动，日本，2021年

- 拥抱多元化发型

数据19: 定位卷发发型的品牌示例，澳大利亚

新产品趋势

- 中国发质修护产品新品占比增加

数据20: 洗发护发产品市场新品占比（按子品类区分），中国，2017-2021年

- 中国发质修护产品规模扩张值得期待

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据21: 洗发护发产品市场新品占比（按子品类区分），美国、英国、日本、韩国和中国，2021年

- 新产品仍然主导新品上市类型
  数据22: 洗发护发产品市场新品比例（按上市类型区分），中国，2017-2021年
- 防脱发是两大细分市场中增速最快的宣称
  数据23: 洗发水新品中增速最快的宣称，中国，2020-2021年
  数据24: 护发素和发质修护用品新品中增速最快的宣称，中国，2020-2021年
- 多元化的形态和质地蓬勃发展
  数据25: 洗发护发新品中的前十名形态和质地，中国，2017-2021年
  数据26: 次抛型护发精华示例，中国
- 固态洗护发产品正流行
  数据27: 固体洗护发产品新品，韩国和澳大利亚，2022年
- 洗护发产品瞄准不同年龄段群体
  数据28: 针对不同年龄段的洗护发产品示例
- 内置发膜的吹风机
  数据29: 具备护发功效的吹风机，中国
- 自热发膜引领高端洗护发产品创新
  数据30: 自热发膜示例，中国，2021年

发质类型

- 细软塌发质的群体庞大，使得带有丰盈功效的洗护发产品受欢迎
  数据31: 发质类型，2021年
  数据32: 针对细软塌发质的洗发护发产品，中国，2021年
  数据33: 针对粗硬沙发的洗发护发产品示例，中国
- 细软塌发质在各年龄段都占主导地位
  数据34: 发质类型（按性别和年龄区分），2021年
- 细软塌发质多见于长发人群
  数据35: 发质类型（按头发长度区分），2021年

产品使用情况

- 男性在使用头发和头皮清洁产品方面正逐渐赶上女性消费者
  数据36: 过去6个月内使用过的洗发护发产品（按性别区分），2021年
- 男性在每类产品的使用率几乎都有所提升
  数据37: 过去6个月内使用过的洗发护发产品，男性，2019-2021年
- 女性从传统冲洗型护发素转向多种头发护理产品的迹象明显
  数据38: 过去6个月内使用过的洗发护发产品，女性，2019-2021年
- **25-29**岁的年轻女性建立了完善的洗护发流程

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据39: 过去6个月内使用过的洗发护发产品（按年龄区分），女性，2021年

- 混合性发质（头皮油、头发干）消费者使用多种产品
  数据40: 过去6个月内使用过的洗发护发产品（按头皮类型区分），2021年
- 高收入者引领小众产品的使用
  数据41: 过去6个月使用过的洗发护发产品（按个人月收入区分），2021年
- **10%**的消费者使用**5**种以上的产品
  数据42: 过去6个月使用过的洗发护发产品数量，2020vs2021年
- 将更多长发消费者转化为重度用户
  数据43: 过去6个月内使用过的洗发护发产品数量（按头发长度区分），2021年

使用的洗发水功效

- 毛躁发质需要保湿宣称，而防脱发需求尚未得到充分满足
  数据44: 使用的洗发水功效，2021年
  数据45: 洗发水新品中的前几名宣称，中国，2020-2021年
- 不同性别消费者使用最多的功效几乎没有差异
  数据46: 使用的洗发水功效（按性别区分），2021年
- 控油、护色/固色和抚平毛躁功效最受**18-24**岁女性青睐
  数据47: 使用的洗发水功效（按年龄区分），女性，2021年
- 增加亮泽可成为高阶护发功效
  数据48: 使用的洗发水功效（按头皮类型区分），2021年
  数据49: 带有增加亮泽高阶功效的洗发水示例，中国
- 微小差异值得重视
  数据50: 使用的洗发水功效（按发质类型区分），2021年

护发行为

- 逾半数消费者寻求产品解决方案以更好地护理头发
  数据51: 护发行为，2021年
- 长发消费者通过头发护理产品和改变生活方式寻求解决方案
  数据52: 护发行为（按头发长度区分），2021年
- 重度用户利用产品和服务改善发质
  数据53: 重度用户和轻度用户（作为基准）之间的护发行为差异，2021年
- 高收入者同时借助产品和生活方式解决方案
  数据54: 护发行为（按个人月收入区分），2021年

感兴趣的定制化洗护发产品

- 基于发质和头皮类型的定制化洗护发产品吸引了最多的兴趣
  数据55: 定制化洗护发品牌，中国

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据56: 感兴趣的定制化洗护发产品，2021年
- 高收入者对定制化产品质地和香味感兴趣
  数据57: 感兴趣的定制化洗护发产品（按个人月收入区分），2021年
- 同时针对特定发质、头皮类型和发型的产品吸引了近**90%**的消费者
  数据58: TURF分析——感兴趣的定制化洗护发产品，2021年

对洗护发的态度

- 单一功能产品依然小众，但消费者增加了洗护发步骤
  数据59: 对洗护发的态度——使用习惯/偏好，2021年
- 头皮和头发应该分开护理
- 瞄准积极护发的人群，而非需求较少的消费者
  数据60: 对洗护发的态度——差异化因素，2021年
- 近**80%**的消费者重视漂/染发后的护理
  数据61: 对洗护发的态度——漂/染发后的头发护理，2021年
  数据62: 对洗护发的态度——漂/染发后的头发护理，2021年
- **18-24**岁的消费者最热衷于漂/染发后的特殊护理
  数据63: 对洗护发的态度——漂/染发后的头发护理（按年龄区分），2021年
  数据64: 对洗护发的态度——漂/染发后的头发护理（按年龄区分），2021年

美容消费人群画像

- 他们是谁？
- 美容达人、热情尝鲜者和功效为王者引领洗护发产品使用率
  数据65: 过去6个月使用过的洗发护发产品（按美容消费人群画像区分），2021年
- 美容达人通过多元方式追求更好的头发护理
  数据66: 护发行为（按美容消费人群画像区分），2021年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快 做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我 们如何实现这一目标，请点击**mintel.com.** 。

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有