

造型和染发用品 - 中国 - 2023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

- 消费者在美发店和在家里的造型和染发行为
- 染发和头发造型产品的使用情况变化
- 使用头发造型产品时对头发造型的需求
- 对染发和头发造型产品的态度
- 在家染发的原因以及染发和头发造型产品令人感兴趣的宣称
- 染发和头发造型产品的新产品趋势及竞争格局

染发和头发造型产品的使用呈现与2021年类似的趋势：定型喷雾/发胶、定型啫喱/啫喱水和弹力素仍然是使用率最高的3类产品，同时在家染发行为保持稳定；将头发染黑比染成其他颜色略受欢迎。

对于头发造型产品，消费者在家做头发造型时主要追求健康的头发外观，因此在护发功效方面加以创新值得考虑。对于染发产品，消费者喜欢在家DIY（自己动手做）染发的方便和灵活，因此提供更实用的使用方法和更简单的使用指导对消费者更有帮助。

有趣的是，虽然新冠疫情影响了消费者的消费信心，美发产品的优先级也有所下降，但仍有50%的被访者认为疫情期间也有必要打理头发，这说明消费者对于追求美以及干净得体的外表的积极态度有助于提升消费热情。后疫情时期，美发产品市场将迎来更有力的增长。不过，防疫政策放宽将对该市场构成威胁，因为随着生活恢复正常，消费者可能倾向于去美发店美发，而不是在家自己动手。

展望未来，随着消费者寻求能够改善头发状况和护理头皮的高品质产品，美发品类将继续朝着融合护发功效的方向发展。



“虽然新冠疫情导致美发产品市场增长放缓，但当生活恢复正常时，消费者将重燃对美发的情。家用染发产品领域将继续开发可行的创新解决方案，凭借方便和灵活优势与线下美发店竞争。家用头发造型产品必须着力于满足消费者的首要使用目的，即健康的头发外观，不过该品类也有望进一步模糊与护发品类的界限。”

——靳尧婷，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



目录

概述

- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场
数据1: 染发产品市场的销售额预测（最好和最差情形），中国，2017-2027年
数据2: 头发造型产品市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2017-2027年
- 公司与品牌
数据3: 染发产品领先生产商的销售额市场份额，中国，2021-2022年
数据4: 头发造型产品领先生产商的销售额市场份额，中国，2021-2022年
- 消费者
- 对染发解决方案的选择保持不变
数据5: 过去6个月的染发行为，2021年vs2022年
- 使用情况与2021年类似
数据6: 过去6个月使用过的染发和头发造型产品，2021年vs2022年
- DIY用户最看重灵活性
数据7: 在家染发的原因，2022年
- 消费者追求健康的头发外观
数据8: 在家做头发造型希望达到的效果，2020年vs2022年
- 与护发有关的宣称更重要
数据9: 最感兴趣的染发产品宣称，2022年
- 消费者关注采用天然成分的产品
数据10: 对发色和添加天然成分的选择（所有和按年龄区分），2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 在染发和头发造型产品中引入头皮护理概念
数据11: 具有头皮保护宣称的Hercolor赫霓染发膏，中国，2022年
数据12: 若也头皮喷雾，中国，2022年
- 把握男性个人护理领域的机遇
数据13: 理然的头发造型产品，中国，2022年
数据14: 施华蔻男士专用染发产品，中国，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

市场规模与预测

- 染发产品市场保持正增长
数据15: 染发产品市场的销售额预测（最好和最差情形），中国，2017-2027年
- 头发造型产品市场增速放缓
数据16: 头发造型产品市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2017-2027年

市场因素

- 人口老龄化导致遮盖白发的需求高涨
- 后疫情时期，消费者的美发场景增加
- 头发造型和护发产品正相互融合
数据17: 具有护发宣称的头发造型产品，中国，2022年

市场份额

- 染发产品
- 汉高集团的增长率位居首位
数据18: 染发产品头部生产商的销售额市场份额，中国，2021-2022年（预估）
数据19: 施华蔻的全线染发产品，中国，2022年
数据20: 施华蔻与外卖app合作，中国，2022年
- 头发造型产品
- 汉高集团保持领头羊地位，新兴品牌入局
数据21: 头发造型产品领先生产商的销售额市场份额，中国，2021-2022年（预估）
数据22: 丝蕴的头发造型产品，中国，2022年

营销活动

- 无需漂发即可实现理想发色
数据23: 探色的染发产品，中国，2022年
数据24: 乐力和舒妃的染发产品，中国，2022年
- 借鉴护肤品类的概念
数据25: 含有氨基酸的弹力素，中国，2022年
数据26: 斐丝丽泡泡染发剂，中国，2022年
- 高颅顶审美日益流行
数据27: 宣称可打造高颅顶的定型喷雾，中国，2022年

新产品趋势

- 头发造型和染发产品品类的创新产品数量分别呈上升和下降趋势
数据28: 发用产品新品，中国，2020-2022年
- 染发产品
- 染发产品品类的植物/草本宣称有所减少，小众形式呈增长趋势

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

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

数据29: 染发产品新品的部分宣称，中国，2021-2022年

数据30: 具有小众宣称的染发产品，中国，2022年

- 提供方便灵活的染发解决方案的品牌

数据31: 花果里染发摩丝，中国，2022年

数据32: Shrine的染发套装，2022年

- 利用高科技使产品更易涂抹

数据33: 欧莱雅的Colorsonic染发仪器

- 利用天然成分提高染发产品的安全性

数据34: ONC Natural Colors更健康的永久染发剂 (ONC Natural Colors Healthier Permanent Hair Color)，美国，2022年

数据35: Noelle草药染发剂，德国，2022年

- 固色洗发水

数据36: 意摩和施华蔻的固色洗发水，中国，2022年

- 头发造型用品

- 便于使用、植物/草药和加强维生素/矿物质宣称在头发造型新品中有所增加

数据37: 头发造型新品的部分宣称，中国，2021-2022年

数据38: 具有植物/草本和加强维生素宣称的头发造型产品，中国，2022年

数据39: 具有便于使用宣称的头发造型产品，中国，2022年

- 具有环保和可持续宣称的创新产品

数据40: Herbina发胶采用环保喷射剂，芬兰，2022年

发长和发型

- 剃板寸的男性变少，短发人气上升；女性的发型与去年类似

数据41: 发长和发型——男性，2021年vs2022年

数据42: 发长和发型——女性，2021年vs2022年

头皮状况

- 油性头皮是最常见的头皮类型

数据43: 头皮类型，2022年

- 42%认为自己是敏感头皮

数据44: 头皮敏感性，2022年

染发及头发造型行为

- 染发行为与去年相比变化不大

数据45: 过去6个月的染发行为，2021年vs2022年

- 在家染发时，将头发染黑比其他颜色更普遍

数据46: 过去6个月的染发行为，2022年

- 女性消费者更倾向于去美发店

数据47: 过去6个月的染发行为，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 25-29岁消费者在染发方面最为活跃，包括将头发染黑
数据48: 过去6个月的染发行为（按年龄区分），2022年
- 一次性美发造型比烫发更普遍
数据49: 过去6个月的烫发及头发造型行为，2022年

家用染发及造型产品的使用

- 定型啫喱/啫喱水和染发造型二合一产品的使用率略有下降
数据50: 过去6个月使用过的染发和头发造型产品，2021年vs2022年
- 相较2021年，造型摩丝/泡沫在男性和女性中的渗透率分别略有下降和略有增长
数据51: 过去6个月使用过的染发和头发造型产品——男性，2021年vs2022年
数据52: 过去6个月使用过的染发和头发造型产品——女性，2021年vs2022年
- 25-29岁女性使用的产品类型最丰富
数据53: 过去6个月使用过的染发和头发造型产品（按性别区分），2022年
数据54: 过去6个月使用过的染发和头发造型产品——女性（按年龄区分），2022年
- 混合性头皮消费者使用染发和头发造型产品更积极
数据55: 过去6个月使用过的染发和头发造型产品（按头皮类型区分），2022年

在家染发的原因

- DIY染发时间灵活，适合现代生活方式
数据56: 在家染发的原因，2022年
- 混合性头皮消费者最热衷于在家DIY
数据57: 在家染发的部分原因（按头皮类型区分），2022年
- 低线城市消费者享受DIY过程的乐趣
数据58: 在家染发的部分原因（按城市线级区分），2022年

在家做头发造型希望达到的效果

- 健康的头发外观是重点
数据59: 在家做头发造型希望达到的效果，2020年vs2022年
- 有层次感和造型自然对成熟男性有吸引力
数据60: 在家做头发造型希望达到的部分效果——男性（按年龄区分），2022年
- 年轻女性追求头发茂密
数据61: 在家做头发造型希望达到的部分效果——女性（按年龄区分），2022年

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

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

数据62: 高颅顶/发量增多在社交媒体平台上成为关键词，中国，2022年

感兴趣的宣称

- 头皮护理成为关注的焦点
数据63: 最感兴趣的染发产品宣称，2022年
数据64: 最感兴趣的头发造型产品宣称，2022
- 油性头皮消费者对于染发和头发造型产品的需求都包括保护头皮
数据65: 部分最感兴趣的染发产品宣称（按头皮类型区分），2022年
数据66: 部分最感兴趣的头发造型产品宣称（按头皮类型区分），2022年
- 不同年龄段消费者对头发造型和染发的需求不尽相同
数据67: 部分最感兴趣的染发产品宣称（按年龄区分），2022年
数据68: 部分最感兴趣的头发造型产品宣称（按年龄区分），2022年

对染发和头发造型产品的态度

- 天然成分比理想的染发效果更重要，不过优势不大
数据69: 对发色和添加天然成分的选择（所有和按年龄区分），2022年
- 头发造型产品和护发产品提供相似的效果
数据70: 对增加发量方式的偏好（所有和按年龄区分），2022年
- 女性消费者更喜欢有香味的头发造型产品
数据71: 对头发造型产品香味的态度（所有和按性别区分），2022年
- 染发产品的护发功效值得投资
数据72: 对含有护发功效的染发产品的态度（所有和按部分人口统计特征区分），2022年
- 美发对于提升信心至关重要
数据73: 疫情前后染发的意愿（所有和按年龄区分），2022年
数据74: 疫情期间对美发的态度（所有和按年龄区分），2022年

美容人群画像

- 他们是谁？
- 热情尝鲜者更喜欢多功能产品，美容达人则更加谨慎
数据75: 在家染发的部分原因（按美容消费人群画像区分），2022年
- 全身健康关注者追求创新形式
数据76: 部分最感兴趣的染发产品宣称（按美容消费人群画像区分），2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

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



附录——市场规模与预测

数据77: 中国染发产品市场总销售额，2017-2027年

数据78: 中国头发造型产品市场总销售额，2017-2027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

交互式数据手册

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



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](https://www.mintel.com)。