

洗发护发产品 - 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

- 中国洗发护发产品市场概述
- 中国洗发护发产品市场的竞争格局及新产品趋势
- 过去一年内不同种类洗发护发产品的使用情况及变化
- 不同种类洗发护发产品的理想价格区间
- 洗发护发产品市场消费升级的原因和特征
- 消费者对头皮护理宣称的兴趣
- 消费者关于头皮护理的行为和态度

2022年，敏感头皮的概念在中国洗发护发产品市场步入公众视野。41%的消费者认为自己属于敏感头皮，说明针对敏感头皮的洗发护发产品拥有庞大的消费者基群。同时，头皮敏感的消费者也是众多种类洗发护发产品的活跃用户。因此，针对敏感头皮的洗发护发产品不仅局限于头皮护理产品，也可拓展至其他洗发护发细分。

新冠疫情期间，消费者更关注整体健康，因而将消费重心转移至个人护理品类，包括洗发护发产品。新冠疫情防控政策放松后，消费者或将重新关注美容品类，例如面部护肤品和彩妆。因此，品牌需宣传洗发护发的重要性，并确保消费者继续优先考虑洗发护发品类的消费。

目前，在所有美容及个人护理（以下简称“美容个护”）品类中，消费者最愿意加大投资的品类为洗发护发品类。同时，消费者也表示对有特定功效和含有护肤成分的洗发护发产品感兴趣。此外，消费者愿意增加洗发护发步骤来扩充他们的洗发护发流程，例如头皮护理步骤。



“消费者投资洗发护发产品的意愿强，且对头皮健康的意识有所提升，二者将继续驱动中国洗发护发产品市场的发展。品牌可利用护肤成分和理念推出高端产品，从而迎合消费者的需求。此外，敏感头皮护理产品将成为主流，并延伸至洗发水或护发素以外的其他细分子品类。”

—— 柴静彦，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

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
- 人群细分定义：

综述

- 市场
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，2017-2027年
- 公司与品牌
数据2: 洗发护发产品领先生产商的市場銷售額份額，中国，2021-2022年（预估）
- 消费者
- 41%的消费者属于敏感头皮
数据3: 头皮类型和敏感性，2022年
- 产品使用率稳步攀升
数据4: 过去6个月内使用过的洗发护发产品——男性，2021年 vs 2022年
数据5: 过去6个月内使用过的洗发护发产品——女性，2021年 vs 2022年
- 头发护理和头皮护理产品价格区间更高
数据6: 价格区间，2022年
- 女性升级整体头发养护；男性探索洗发护发产品
数据7: 头发护理花费更多的原因（按性别区分），2022年
- 明确的产品定位对消费者颇具价值
数据8: 溢价因素，2022年
- 护肤类宣称在头皮护理领域受到青睐
数据9: 感兴趣的头皮护理宣称，2022年
- 大多数消费者信赖头皮护理的效果
数据10: 对头皮护理的态度，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 借用护肤概念实现高端化
数据11: 采用护肤成分的洗发护发产品，中国，2020-2022年
数据12: 夜间洗发护发产品，美国，2021年
- 除了头皮护理产品，还可推出其他产品呵护敏感头皮
数据13: 敏感头皮专用干发喷雾，意大利，2022年
数据14: 针对敏感头皮的免洗型护发素，德国，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

市场规模与预测

- 抗住压力，坚挺增长

数据15: 洗发护发产品市场零售额预测（最好和最差情形），中国，2017-2027年

市场细分

数据16: 洗发护发产品市场的零售额和增长率（按细分区分），中国，2018-2022年（预估）

市场因素

- 2022年消费者信心变弱
 - 防止脱发/掉发产品的规定变严格
 - 美容个护品类中，洗发护发产品的消费优先级高
- 数据17: 消费变化趋势，2022年
- 专业美发沙龙兴起，推动洗发护发产品市场的发展

市场份额

- 欧莱雅继续赢得市场份额
- 数据18: 洗发护发产品领先生产商的市場銷售額份額，中国，2021-2022年（预估）
- 数据19: 卡诗发布的新品，中国，2022年
- 数据20: 欧莱雅PRO的上市新品和新代言人，中国，2022年- 资生堂将专业美发业务转让给汉高集团
- 舒蕾推出新品牌：舒蕾PRO

数据21: 舒蕾PRO发布的新品，中国，2022年

 - 规模较小的品牌也获得了喜人成绩

营销活动

- 与O2O平台联手
- 数据22: 施华蔻与O2O平台的合作，中国，2022年- 宣传多步骤的洗发护发流程

数据23: 多芬推广多步骤洗发护发流程，中国，2022年- 通过跨品类合作触及目标受众

数据24: 潘婷与天真蓝的合作，中国，2023年

新产品趋势

- 便利的洗发护发方案涌现
- 数据25: 洗发水新品中增速最快的前几名宣称，中国，2021-2022年
- “无添加”宣称正当红
 - 环保将成为主流话题
- 数据26: 无水型洗发护发产品示例，加拿大和韩国，2021-2022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。

- 年度重点：敏感头皮
数据27: 针对敏感头皮的新产品，中国，2022年
- 市场上头皮去角质/磨砂产品的数量增多
数据28: 头皮去角质/磨砂产品示例，韩国和法国，2021-2022年
- 2022年，提亮/焕彩宣称反弹
数据29: 护发素和头发护理新品中增速最快的前几名宣称，中国，2021-2022年
- 与临近品类融合
数据30: 与其他美容个护品类融合的洗发护发新品，韩国，2022年

头皮状况

- 41%的被访者认为自己属于敏感头皮
数据31: 头皮类型和敏感度（按所有和部分人口统计特征区分），2022年
- 油性和混合性头皮占主流
数据32: 头皮类型与敏感度，2021年vs2022年
数据33: 头皮类型和敏感度（按部分人口统计特征区分），2022年

产品使用情况

- 男性更注重洗发水；女性的选择更多元
数据34: 过去6个月使用过的洗发护发产品类型数量——男性，2021年vs2022年
数据35: 过去6个月使用过的洗发护发产品类型数量——女性，2021年vs2022年
数据36: 过去6个月内使用过的洗发护发产品（按性别区分），2022年
- 男性比2021年时使用了更多洗发水了护发素
数据37: 过去6个月内使用过的洗发护发产品——男性，2021年vs2022年
- 女性继续丰富使用的洗发护发产品种类
数据38: 过去6个月内使用过的洗发护发产品——女性，2021年vs2022年
- 敏感或混合性头皮的消费者使用的产品种类更多
数据39: 过去6个月内使用过的洗发护发产品数量（按头皮敏感与否区分），2022年
数据40: 过去6个月内使用过的洗发护发产品（按头皮敏感与否区分），2022年
数据41: 过去6个月内使用过的洗发护发产品数量（按头皮敏感与否区分），2022年
数据42: 过去6个月内使用过的洗发护发产品（按头皮类型区分），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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

价格区间

- 消费者更愿意在头发和头皮护理产品上花钱
数据43: 价格区间，2022年
- 洗发水和护发素的价格偏好多元
数据44: 价格区间（按性别区分），2022年
- 25岁以下和50岁以上的消费者对价格更敏感
数据45: 价格区间（按年龄区分），2022年

头发护理花费更多的原因

- 女性升级头发养护；男性探索洗发护发产品
数据46: 消费变化趋势——“洗发护发（α）”（按所有受访者和性别区分），2022年
数据47: 头发护理花费更多的原因（按性别区分），2022年
- 富裕消费者比其他收入群体更愿意新增洗发护发步骤和升级使用更好的产品
数据48: 头发护理花费更多的原因（按个人月收入区分），2022年
- 升级洗发护发产品的消费者能接受的价格区间更高
数据49: 价格区间——“用了更贵的洗发水/护发素”的消费者vs所有受访者，2022年
数据50: 价格区间——“用了更贵的头发护理产品”的消费者vs所有受访者，2022年
数据51: 价格区间——“用了更贵的头皮护理产品”的消费者vs所有受访者，2022年

溢价因素

- 清晰的产品定位可为洗发护发产品增添价值
数据52: 溢价因素，2022年
- 洗发护发产品可搭乘“护肤化”趋势
数据53: TURF（累积无重复到达率和频次）分析——溢价因素，2022年
- 女性更愿意为成分买单
数据54: 溢价因素（按性别区分），2022年
- 成分驱动产品升级
数据55: 溢价因素（按头发护理花费更多的原因区分），2022年

感兴趣的头皮护理宣称

- 头皮护理与头发健康紧密相关
数据56: 感兴趣的头皮护理宣称，2022年
- 护肤级别的头皮护理
数据57: TURF分析——感兴趣的头皮护理宣称，2022年
- 补水保湿和减轻发痒功效或能带动头皮护理产品升级

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58: 感兴趣的头皮护理宣称（按头发护理花费更多的原因区分），2022年

- 低线城市消费者更注重头皮敏感

数据59: 感兴趣的头皮护理宣称（按城市线级区分），2022年

- 减轻敏感是敏感头皮消费者的首选

数据60: 感兴趣的头皮护理宣称（按头皮敏感与否区分），2022年

- 头皮类型也影响消费者对头皮护理产品的选择

数据61: 感兴趣的头皮护理宣称（按头皮类型区分），2022年

对头皮护理的态度

- 消费者意识到头皮护理的益处

数据62: 对头皮护理效果的态度（按所有被访者和部分人口统计特征区分），2022年

- 不论是否相信头皮护理的功效，消费者都一样尝试头皮护理产品

数据63: 过去6个月内使用过的洗发护发产品（按对头皮护理的态度区分），2022年

数据64: 卡诗对头皮护理产品的宣传，中国，2022年

- 头皮护理仍在探索阶段

数据65: 头皮护理产品使用习惯，2022年

数据66: 使用头皮护理产品的动机，2022年

数据67: 头发护理和头皮护理的消费优先级，2022年

- 美发沙龙提供的头皮护理服务未蚕食消费者购买头皮护理产品的预算

数据68: 进行头皮护理的地点，2022年

数据69: 过去6个月内使用过的洗发护发产品（按进行头皮护理的地点区分），2022年

美容人群画像

- 他们是谁？

- 上进学徒不太相信头皮护理；美容达人则积极进行头皮护理

数据70: 对头皮护理效果的态度（按美容消费人群画像区分），2022年

数据71: 过去6个月使用过的洗发护发产品——“头皮清洁/护理产品”（按美容消费人群画像区分），2022年

数据72: 头皮护理产品的使用习惯（按美容消费人群画像区分），2022年

- 美容达人愿意投资头发护理步骤；热情尝鲜者乐于探索

数据73: 头发护理花费更多的原因（按美容消费人群画像区分），2022年

- 美容达人和功效为王者为成分花费更多

数据74: 溢价因素（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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

附录——市场规模与预测

数据75: 洗发护发产品市场销售额，中国，2017-2027年

附录——研究方法与缩写

- 消费者研究方法
- 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



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)。