

## 造型和染发用品 - 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

- 消费者在美发店和家里的造型和染发行为
- 染发剂和造型产品的使用情况变化
- 美发造型产品的使用频率和习惯
- 居家染发的痛点
- 染发剂和美发造型产品的新产品趋势及竞争格局

202]年,染发剂延续强劲增势,反映出消费者对居家染发的兴趣与日俱增。截至202]年1]月,17%的被访者于过去6个月在家染过头发,其中1]%使用黑色染发剂,8%则使用其他颜色。品牌通过拓展产品组合,满足年长和年轻消费群体的染发需求之余,也要突显产品便于使用的特点以吸引"染发小白"。40%的被访者抱怨,在没人帮忙的情况下他们没法完成在家染发。

相比之下,美发造型产品偏向于功能性品类,其渗透率相对较高,但使用频率适中,仅20%的用户表示他们每天使用这类产品。56%的被访者表示他们在挑选美发造型产品时更关注对头发的保护,仅39%表示更注重造型效果。鉴于此,品牌需利用更多洗发和护发趋势以提高使用率。同时,女性的美发造型产品使用率在过去一年显著提升,这表明她们对美发造型的需求更趋复杂。



"鉴于消费者在打理整体外观与造型风格时,对美发更为重视,染发用品市场将在未来5年保持增长态势。消费者更关注染发剂使用不便的问题,而非损伤头发或染发效果不佳,因此通过便于使用的产品驱动居家染发的渗透率是当下要务。"

- 李玉梅,研究副总监

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.

## 日录

#### 概述

- 本报告涵盖的关键议题
- 定义

#### 综述

市场

数据1: 染发用品市场的销售额预测 (最好和最差情形) ,中国, 2016-2026年

数据2: 美发造型用品市场销售额预测 (最好和最差情形) ,中国,2016-2026年

• 公司与品牌

数据3: 染发用品领先制造商的销售额市场份额,中国,2020和 2021年

数据4: 美发造型用品领先制造商的销售额市场份额,中国,2020和2021年

- 消费者
- 居家染发日益普及

数据5: 过去6个月的染发行为,2021年

• 女性的美发造型产品使用率不断上升

数据6: 过去6个月使用过的染发及美发造型产品,2020年 vs 2021年

• 造型产品的使用频率平缓

数据7: 过去6个月的美发造型产品使用频率, 2021年

• 消费者更重视美发造型产品的护发功效

数据8: 选择头发造型产品时的态度, 2021年

• 消费者对居家染发的不便有所顾虑

数据9: 在家染发的痛点,2021年

• 结合洗护发是该品类的重要机遇

数据10: 对染发与造型产品创新的兴趣, 2021年

• 我们的观点

#### 议题与洞察

• 让居家染发更轻松

数据11: 诗裴丝小鸟瓶染发剂包装设计示例,中国,2021年

数据12: oVertone染发护发素示例,美国,2021年

• 把握女性美发造型产品的机遇

数据13: 多功能美发造型产品示例,全球,2021年

数据14: Herbivore薰衣草+海盐沙滩波浪头发喷雾 (Herbivore Sea Mist Lavender + Sea Salt Beach Wave Hair Mist) ,美 国,2021 MINTEL

## 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。

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

• 染发用品市场保持强劲增长

数据15: 染发产品的销售额与年同比增长率,中国,2017-2021年数据16: 染发用品市场的销售额预测(最好和最差情形),中国,2016-2026年

• 造型产品从疫情中复苏

数据17: 美发造型产品的销售额与年同比增长率,中国,2017-2021 年

数据18: 美发造型用品市场销售额预测 (最好和最差情形) ,中国,2016-2026年

#### 市场增长动力

- 通过发型彰显个性与风格日趋重要
- 持续结合头发护理
- 高质量产品将受益于更严格的规范与质检
- 成熟消费者的美发需求保持强劲

#### 市场份额

- 染发产品
- 汉高公司一马当先,而新晋玩家受益于鲜艳发色趋势
  数据19: 染发用品领先制造商的销售额市场份额,中国,2020和2021年
- 美发造型用品
- 头部企业的地位不变,但市场进一步分散化
  数据20:美发造型产品领先制造商的销售额市场份额,中国,2020
  和2021年

#### 营销活动

施华蔻利用O2O渠道满足即时需求数据21: 施华蔻在春节时期牵手〇2〇平台,中国,2021年

• 新品牌玩转国潮

数据22: 关二哥头发造型产品示例, 2021年

• 欧莱雅聚焦于专业渠道

数据23: 欧莱雅旗舰沙龙与欧莱雅PRO的发艺时尚秀示例,中国, 2021年

### 新产品趋势

• 新品发布数量于2021年回升

数据24:美发新品发布(按品类区分),中国,2017-2021年

• 染发剂结合更多护发功效

数据25: 染发新品的热门宣称,中国,2020年 vs 2021年数据26: 带有护发功效的染发剂新品示例,中国,2021年



## 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。

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.

数据27: 诗裴丝小鸟瓶染发剂, 中国, 2021年

• 便于使用成为关键产品特点

数据28: 染发喷雾新品示例,中国,2021年

• 新品牌推广鲜艳发色趋势

数据29: Lime Crime独角兽染发膏示例,中国,2021年

• 美发造型产品中的功能性宣称呈下降态势

数据30: 美发造型新品的热门宣称,中国,2020年 vs 2021年

• 美发造型产品的性别区分变得更明显

数据31: 清扬男士劲爽强力定型喷雾,中国,2021年

数据32: 面向女性的美发造型新品示例,中国,2021年

• 结合造型与护发的产品创新

数据33: Baxter of California造型膏 (Baxter of California Styling Paste) ,美国,2021年

#### 发型

• 发型在过去一年并未有明显变化

数据34: 发长和发型——男性, 2020年 vs 2021年

数据35: 发长和发型——女性, 2020年 vs 2021年

#### 染发及头发造型行为

• 尝试不同发色的需求强劲......

数据36: 过去6个月的染发行为,2021年

• .....特别是在年轻一代之中

数据37: 过去6个月的染发行为(按性别和年龄区分),2021年

• 一线城市消费者驱动染发行为

数据38: 过去6个月的染发行为(按城市线级区分), 2021年

数据39: 过去6个月的头发造型行为(按城市线级区分), 2021年

• 鼓励消费者培养搭配式染发习惯

• 烫发比染发更普遍

数据40: 过去6个月的烫发及头发造型行为,2021年

• 40-49岁消费者对美发造型的需求强劲

数据41: 过去6个月的头发造型行为 (按性别和年龄区分) , 2021年

#### 家用染发及造型产品的使用

• 定型啫喱/啫喱水与染发霜/膏的使用率均在上升

数据42: 过去6个月使用过的染发及美发造型产品,2021年

数据43: 过去6个月使用过的染发及美发造型产品,2020年 vs

2021年

• 女性推动产品使用率的增长

数据44: 过去6个月使用过的美发造型产品(按性别和年龄区

分),2020年 vs 2021年

• 40-49岁群体的产品使用率强劲,与年轻消费者不相上下



## 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。

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.

数据45: 过去6个月使用过的染发及美发造型产品(按年龄区分), 2021年

#### 头发造型产品的使用频率

约五分之一消费者每天使用美发造型产品
 数据46: 过去6个月的美发造型产品使用频率,2021年
 数据47: 过去6个月的美发造型产品使用频率(按性别区分),2021年

#### 头发造型产品的使用习惯

- 年长消费者更有可能将美发造型产品视为必需品数据48:对待头发造型产品的态度(按年龄区分),2021年
- 年轻女性更倾向于使用美发造型产品以护理头发数据49:使用头发造型产品的诉求(按性别和年龄区分),2021年
- 大多数消费者寻求针对特定性别设计的美发造型产品,尤其是女性数据50:对待区分性别的头发造型产品的态度(按性别区分),2021年
- 更多消费者关注美发造型产品的护发功效数据51:选择头发造型产品时的态度,2021年
- 专业美发品牌也有必要提供护发功效 数据52: 对头发造型产品品牌的倾向性(按年龄区分), 2021年

#### 在家染发的痛点

- 消费者最关注居家染发的不便之处数据53: 在家染发的痛点,2021年
- 男性担忧染发步骤过于繁琐 数据54: 在家染发的痛点(按性别区分),2021年
- 年轻消费者更可能抱怨染发结果数据55: 在家染发的痛点(按年龄区分), 2021年

#### 对产品创新的兴趣

多重功效受到消费者的欢迎数据56:对染发与造型产品创新的兴趣,2021年

### 美容消费人群画像

- 他们是谁?
- 美容达人与热情尝鲜者在居家染发方面处于领先地位数据57: 过去6个月的染发行为——在家(按美容消费人群画像区分),2021年
- 全身心健康关注者在家里染发时担忧影响头发与头皮的健康数据58: 在家染发的痛点(按美容消费人群画像区分),2021年



## 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。

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

## 造型和染发用品 - 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.

#### 附录——市场规模与预测

数据59: 染发用品市场的销售额和年同比增长率,中国,

2016-2026年

数据60:美发造型用品的销售额和年同比增长率,中国,

2016-2026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。

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.。