



2021防脱洗护消费洞察报告

2021防脱洗护消费洞察报告

2021防脱洗护消费洞察报告

脱发

洗护

专业化



# 2021防脱洗护 消费洞察报告



养元青<sup>®</sup>  
YANGYUANQING



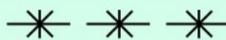
阿里健康



CBN'DATA

第一财经商业数据中心

© 2021 CBNDdata. All rights reserved.



#

“秃”如其来

2021防脱洗护消费洞察报告



# 目录

CONTENTS



01

第一部分  
防脱洗护市场  
消费概况



02

第二部分  
防脱洗护消费  
人群特征



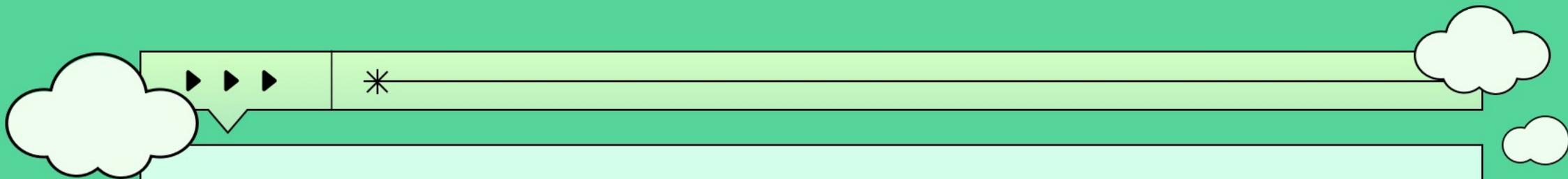
03

第三部分  
防脱洗护产品  
消费趋势



04

第四部分  
头皮头发护理  
指南



# 01 防脱洗护市场 消费概况

# 发量危机“内忧外患”，国人头发亚健康问题不容忽视

在饮食油腻、焦虑压力大等内部因素和频繁染烫、护理不到位等外部因素的影响下，国人的头发健康和头皮生态受到不同程度的影响，使得头屑、头皮痒、脱发等问题成为最常见的头发困扰。

## 引发头发问题的原因



资料来源：时尚芭莎《2019美发宝典》

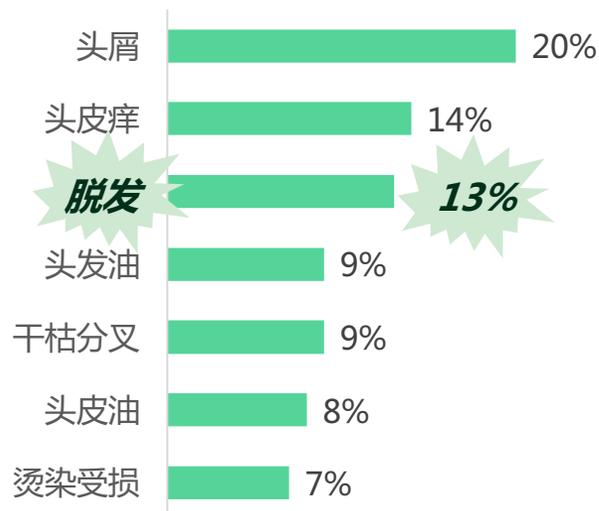
## 头皮生态环境失衡 会引发各类头发问题

- 头油、头痒、头屑多、头发干、脱发等都是头皮生态环境失衡导致的
- 头皮的生理环境如皮脂含量、水分含量和酸碱度等都会反应头皮的健康程度，并直接影响头发的生长
- 头皮分泌油脂过多会导致头发油腻，诱发皮炎甚至脱发



资料来源：金瑞涛、吴庆辉、李建树，《头皮生态与头发健康的相关性研究进展》，中国医学创新 2019,16(05), 168-172

## 中国人常见的头发问题



资料来源：《中国人头皮亚健康白皮书》

# “头顶大事”亟待解决，脱发问题正深深困扰着男性和年轻群体

全国脱发人口已达2.5亿，男性占比近七成，30岁以下群体成为脱发主力军；脱发的年轻化趋势在社交媒体上逐步发酵，成为热议话题。

全国脱发人数约



中国脱发人群画像



脱发成为全民热议话题



资料来源：中国健康促进与教育协会脱发人群调查，《中国人头皮健康白皮书》

# 脱发的烦恼千篇一律，但脱发原因却不尽相同

不管是颜值下滑还是自信心受挫，脱发带来的烦恼无疑与外型受到影响挂钩，但不同的脱发人群背后却有着各自的辛酸史。熬夜、压力、内分泌、饮食不规律等因素都可以成为人们半“秃”而废的助推器。

## 熬夜越深头发越少——雄激素性脱发

- 熬夜会影响身体的激素分泌和免疫功能
- 雄激素源性脱发可定义为敏感毛囊荷尔蒙的过程，与睾酮及二氢睾酮水平升高密切相关
- 脱发也与人体免疫失调直接相关



资料来源：王任，袁婷，《脱发的中西医结合因机制研究进展》，世界中西医结合杂志，2016,11(07)

## 社畜的窘迫——压力带来的脱发

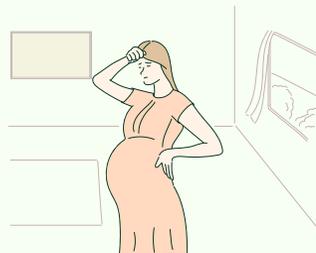
- 处于压力状态下，会大量分泌皮质酮（肾上腺分泌的一种激素），皮质酮的大量存在就会使得毛囊干细胞处于静止状态，毛发不生长，进而导致脱发



资料来源：Sekyo Choi, Bing Zhang, *Corticosterone inhibits GAS6 to govern hair follicle stem-cell quiescence, Nature*, 2021.03

## 产后妈妈的烦恼——产后休止期脱发

- 产后体内雌激素水平大幅下降，引起脱发；
- 精神压力倍增、饮食不平衡、护理不当也会导致脱发



资料来源：刘佳姝，李政霄，《如何应对产后休止期脱发》，家庭医生报，2021-10-

11

## 节食减肥的副作用——营养性脱发

- 过度节食期间，只吃蔬菜水果，不吃肉类和谷类，造成蛋白质、微量元素和热量摄入不足，会导致头发因营养不良而进入休止期，进而产生脱发

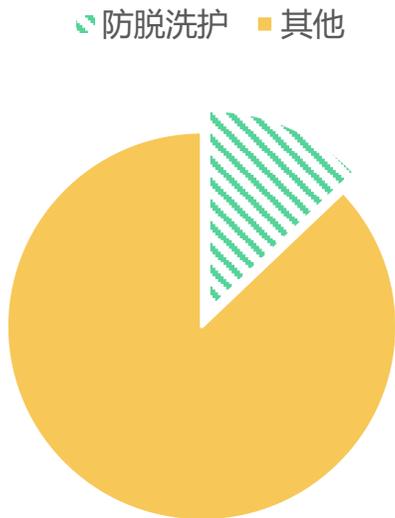


资料来源：陈蕾，范卫新，《营养与脱发》，临床皮肤科杂志，2010,39(04)

# 随着消费者对脱发问题的日益关注，脱发经济“秃”然崛起

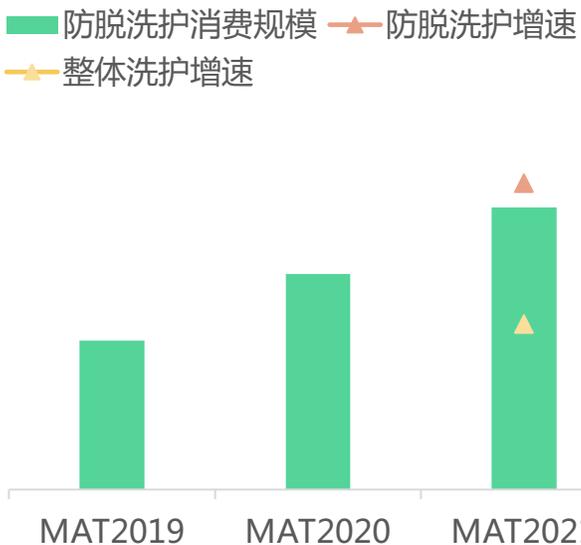
饱受脱发困扰的消费群体逐步扩张，增速远超整体洗护市场；消费者通过洗护升级来保卫发量的意识也在增强，防脱洗护市场正蓬勃发展。

MAT2021 防脱洗护消费  
规模占比



数据来源：CBNDATA消费大数据  
防脱洗护消费规模占比=防脱洗护消费规模/整体洗护消费规模

MAT2019-MAT2021 防脱洗护  
市场消费趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

大数据·全洞察

MAT2021 防脱洗护增长驱动因素分析



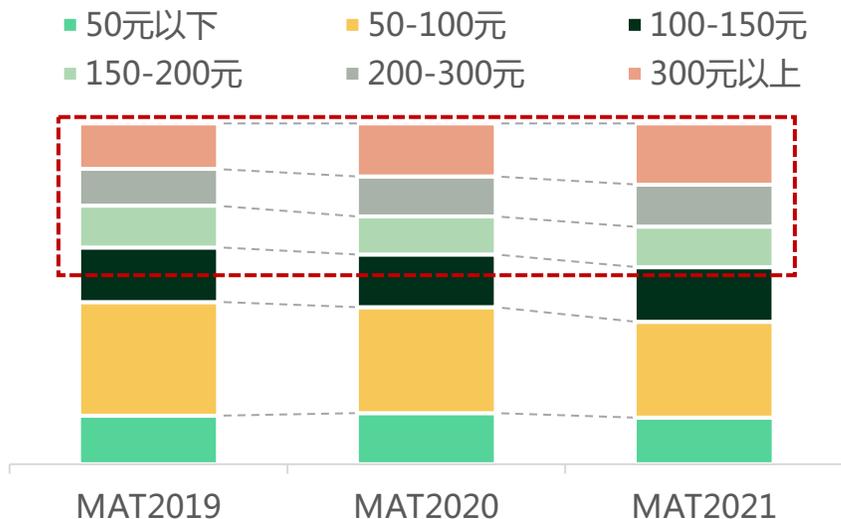
数据来源：CBNDATA消费大数据

## 国货稳居市场主流，以法国品牌为代表的国外品牌引领防脱消费持续升级

越来越多的消费者不惜用氪金解决“秃”如其来的脱发难题，进一步推动了高端防脱洗护消费的持续增长；国货防脱洗护产品消费规模占据C位，而来自法国、英国的高端产品溢价空间较高。

MAT2019-MAT2021防脱洗护市场

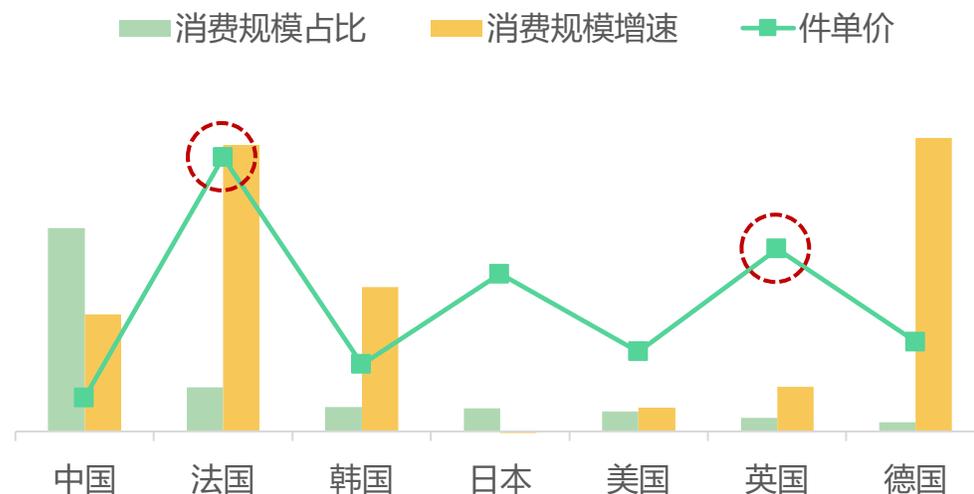
各价格段消费占比走势



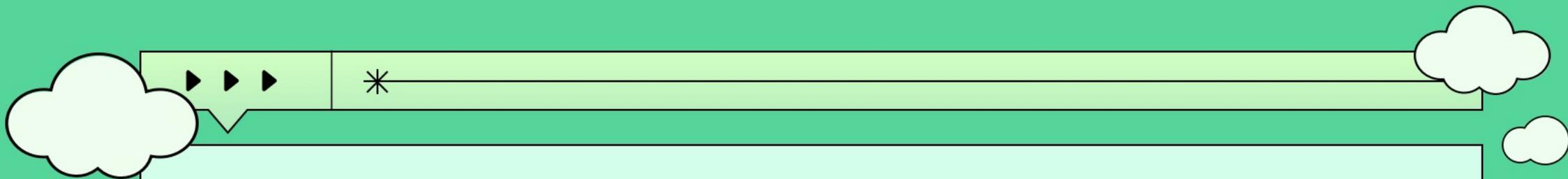
数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021 不同国别品牌防脱洗护产品

消费占比及增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

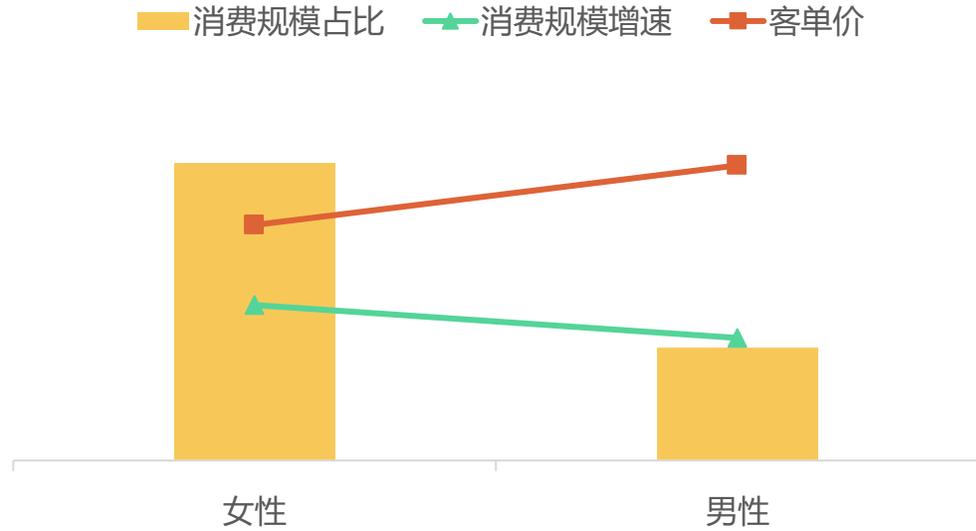


# 02 防脱洗护消费 人群特征

## “她经济”不容忽视，产后妈妈脱发焦虑最为严重

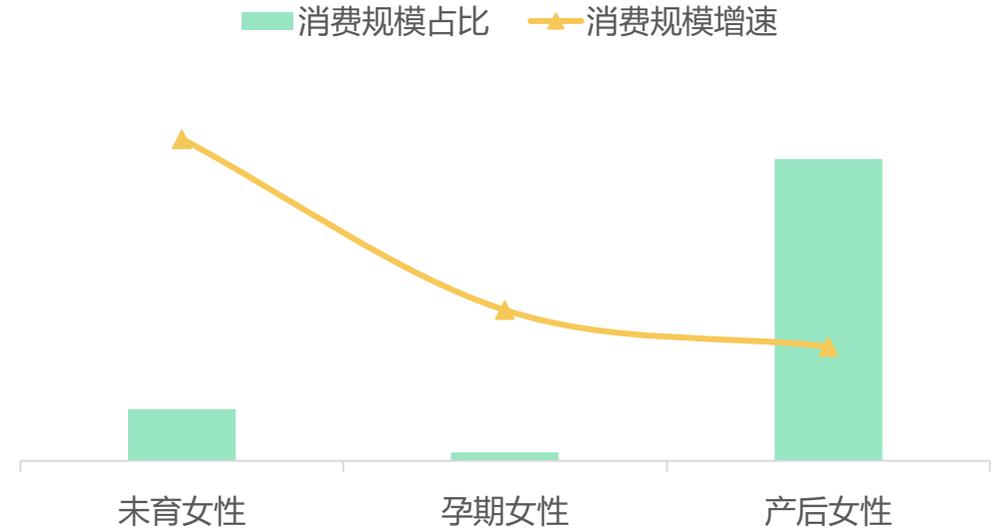
女性脱发比例虽不如男性，但女性防脱意识更超前，消费规模约为男性的两倍；产后妈妈是女性脱发消费的主力，随着头发焦虑现象的普及，未育女性也已入局保卫头发阵营，增势强劲。

MAT2021 防脱洗护市场消费规模、增速及客单价\_分性别



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021 防脱洗护消费规模占比及增速\_分生育情况

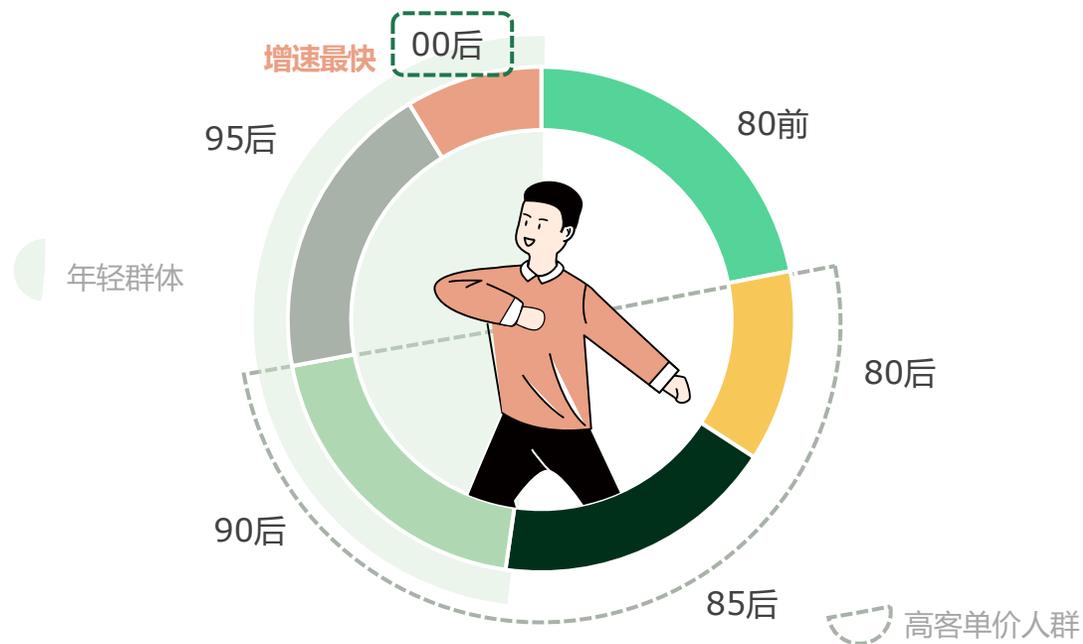


数据来源：CBNDATA消费大数据

# 年轻人占防脱洗护市场近半壁江山，00后增长尤为迅猛；一二线城市打工人更易遭遇发量危机，成为防脱领军者

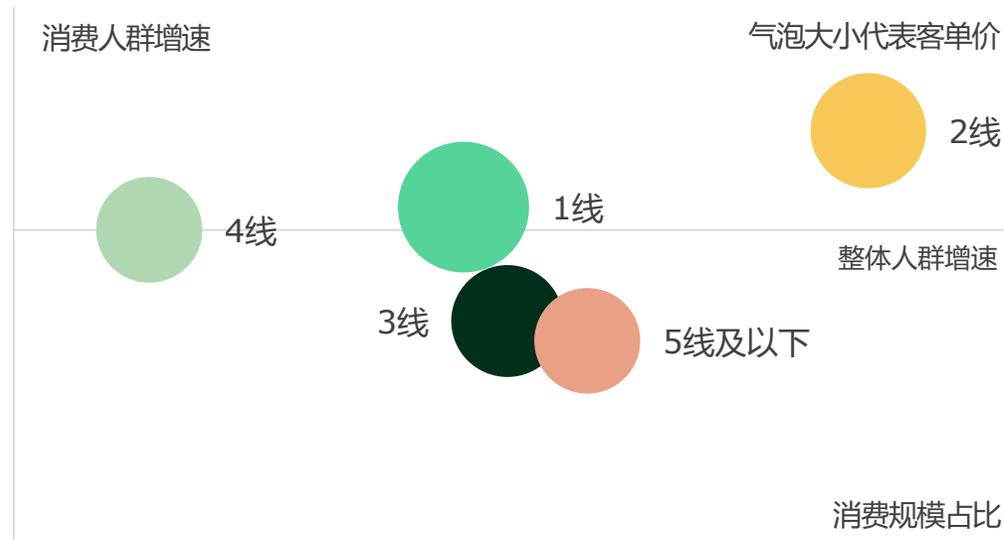
95后和00后正面临“英年早秃”的困境，80一代和90后呈现高购买力，引领防脱消费升级；一、二线级城市高举防脱大旗，但低线城市消费者的防脱需求仍不容小觑。

MAT2021 防脱洗护消费规模占比\_分年龄段

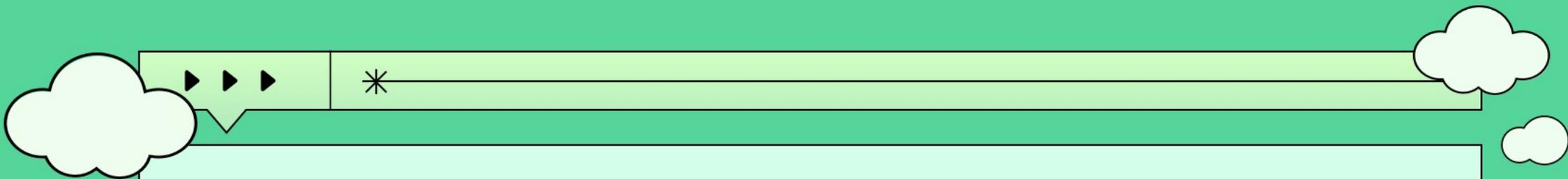


数据来源：CBNDATA消费大数据

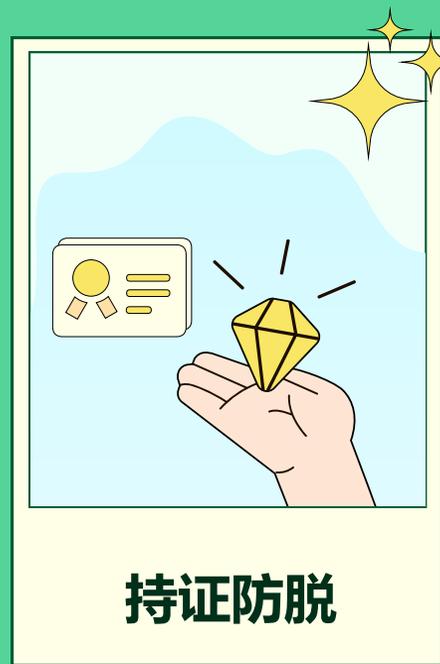
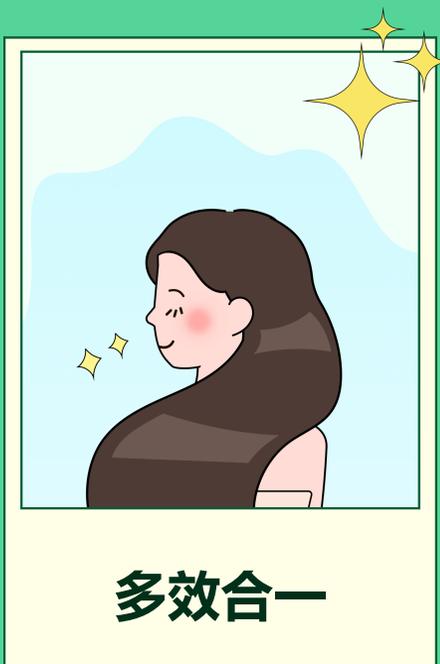
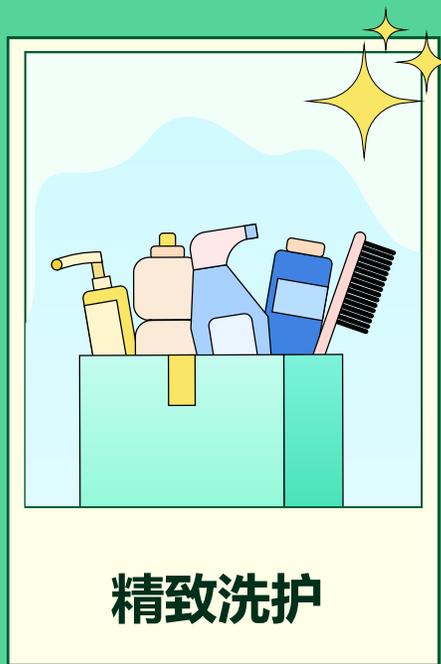
MAT2021 防脱洗护消费规模占比、人群增速及客单价\_分城市级别



数据来源：CBNDATA消费大数据，数据说明：消费规模占比=该人群消费规模/女性整体消费规模



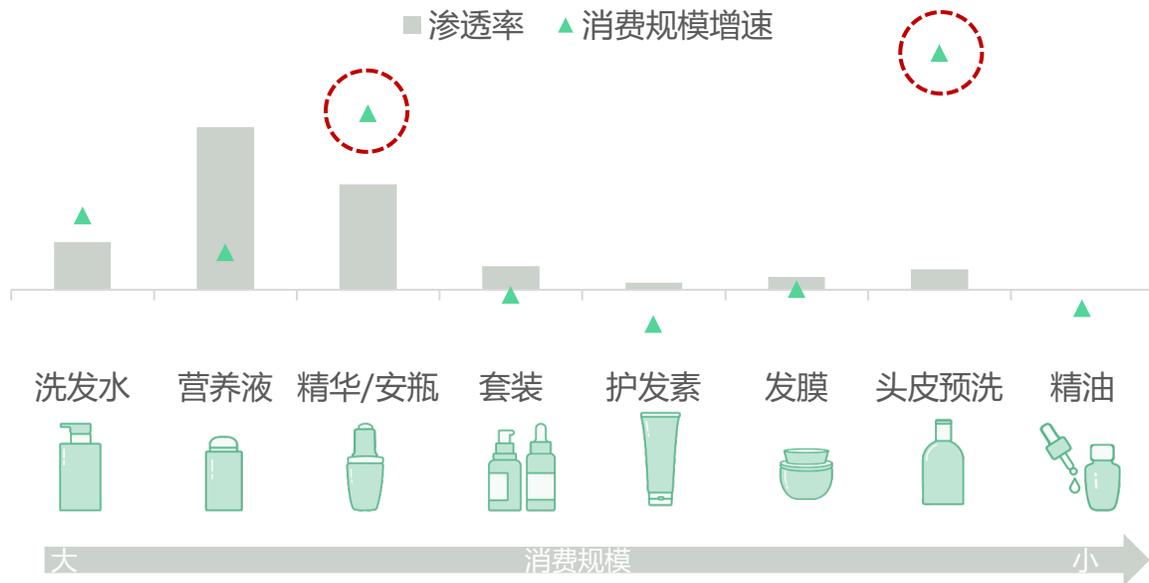
**03** 防脱洗护产品  
消费趋势



## 营养液/精华担起防脱重任，一洗一育，高效防脱

基础的洗发水不再是防脱的唯一答案，搭配营养液/精华才是秃秃们更青睐的选择，一洗一育已成为秃头星人的基本共识，头皮清洁对防脱的积极作用也在深入人心。

MAT2021 防脱洗护不同细分品类消费渗透率及消费规模增速



数据来源：CBNData消费大数据，  
数据说明：渗透率=有防脱功效的该细分品类消费规模/该细分品类整体消费规模  
营养液中包含育发液、生发液、营养液

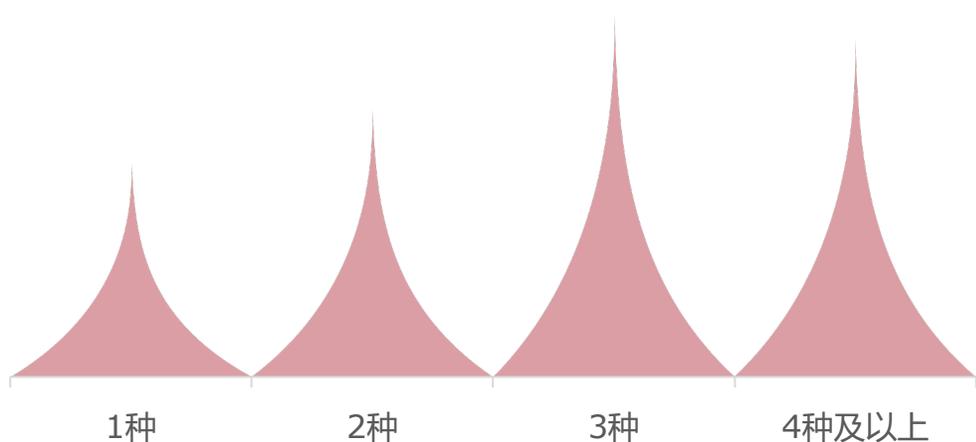
洗发水+营养液/精华：一洗一育，双效加成

1. 国家特妆认证+国家发明专利，双料认证
2. 天然植物精粹
3. 持久控油，固发育发

## 精细防脱的消费心智日益成熟，90/95后成为多步骤防脱先锋

一洗一育成为防脱的基本操作，护发素、发膜齐上阵，动辄4种以上产品的精致护发大军快速扩张；不同于成熟消费群体，90/95后切实践行着多品类精致防脱的理念。

MAT2021 购买不同数量细分品类防脱产品的消费人群增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

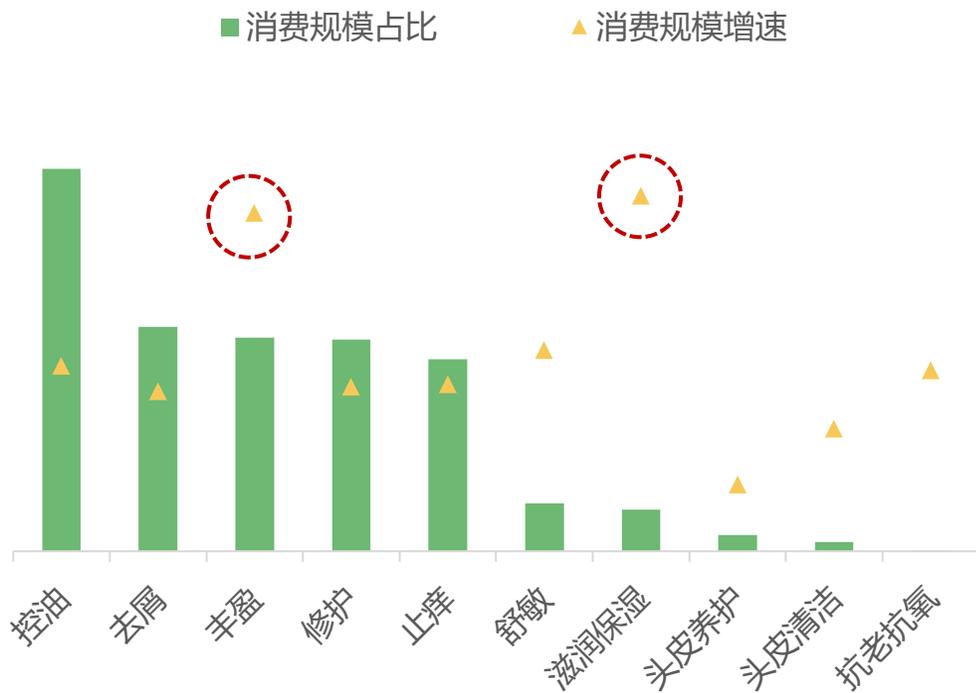
MAT2021 不同细分品类防脱产品偏好度-分年龄段

|  | 80前 | 80后  | 85后  | 90后  | 95后 | 00后  |
|--|-----|------|------|------|-----|------|
|  | 营养液 | 护发素  | 精华安瓶 | 发膜   | 发膜  | 头皮预洗 |
|  |     | 精华安瓶 | 护发素  | 精华安瓶 | 精油  | 套装   |
|  |     |      |      | 套装   | 套装  |      |

数据来源：CBNDATA消费大数据

# 控油与防脱密切相关，成为最常见的附加功效，而附带丰盈、滋润功效的防脱产品也愈发受到消费者青睐

MAT2021 附加不同功效的防脱洗护产品消费占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据

## 为什么控油是防脱的好搭档？

### 1. 头皮油和脱发有何联系？

- 在头皮油脂大量分泌的情况下，头皮正常定植的马拉色菌等微生物所分泌的促炎性物质会使头皮的过氧化脂质大量增加，导致头皮瘙痒、脱屑，进而加重休止期脱发。

### 2. 控油如何助力防脱？

- 由于头皮皮脂腺分布密集，并且皮脂的分泌是持续不断的，因此只有通过温和的清洗，才能让头皮表面的油脂量保持平衡。
- 在冲洗阶段，洗发水的浓度被大量水稀释清除，而植物提取物等功效性成分则被留在头皮，有助改善头皮血液循环和恢复毛发生长。**配合育发精华液，一洗一育，可以更好地帮助预防头发脱落。**



### 专家意见

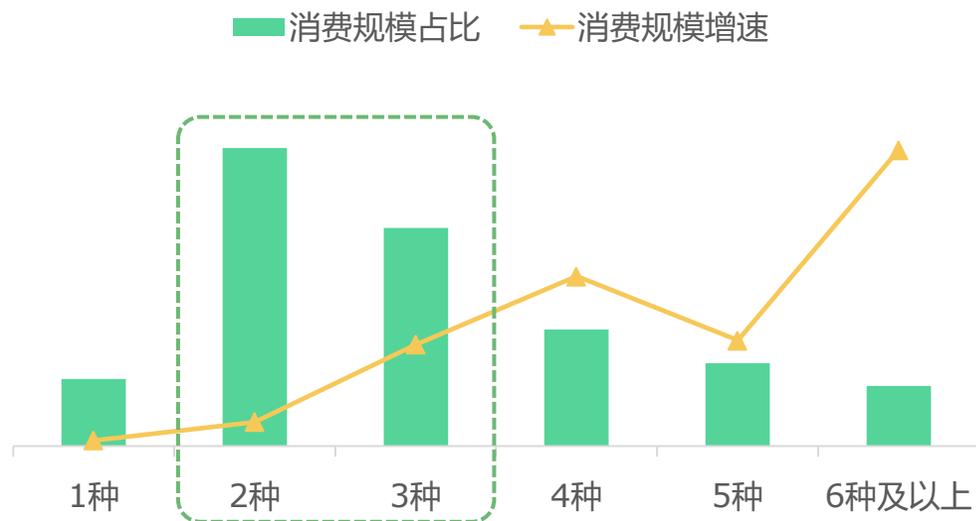
清华大学  
协和医学院  
医学博士  
舒畅

## 多效合一受追捧，防脱产品功效持续加码中

单一功效已不满足消费者日益提高的护发需求，提供2-3种功效已是防脱产品的常规操作；市场上的多功效产品不断涌现，防脱、控油全面覆盖。

MAT2021 附加不同个数功效的防脱洗护产品消费

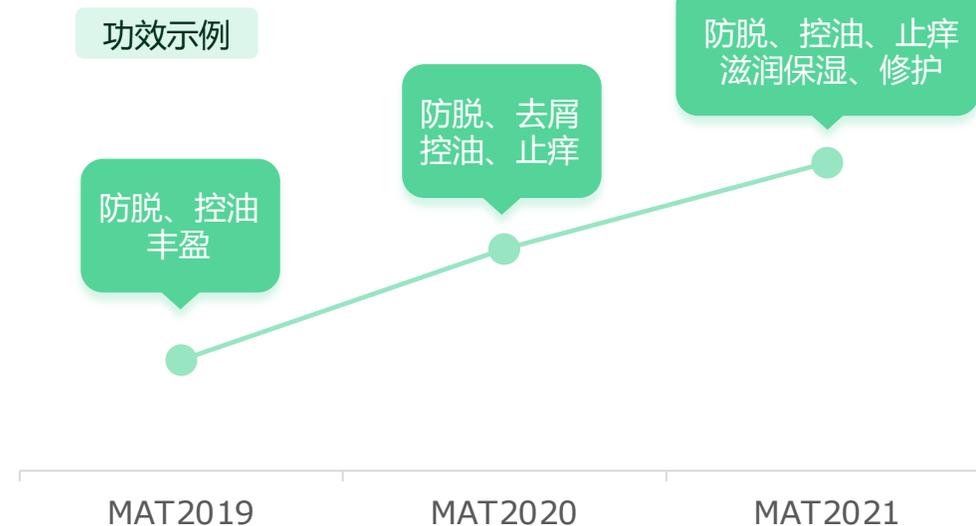
规模占比及增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019-MAT2021 防脱洗护产品平均功效

个数走势



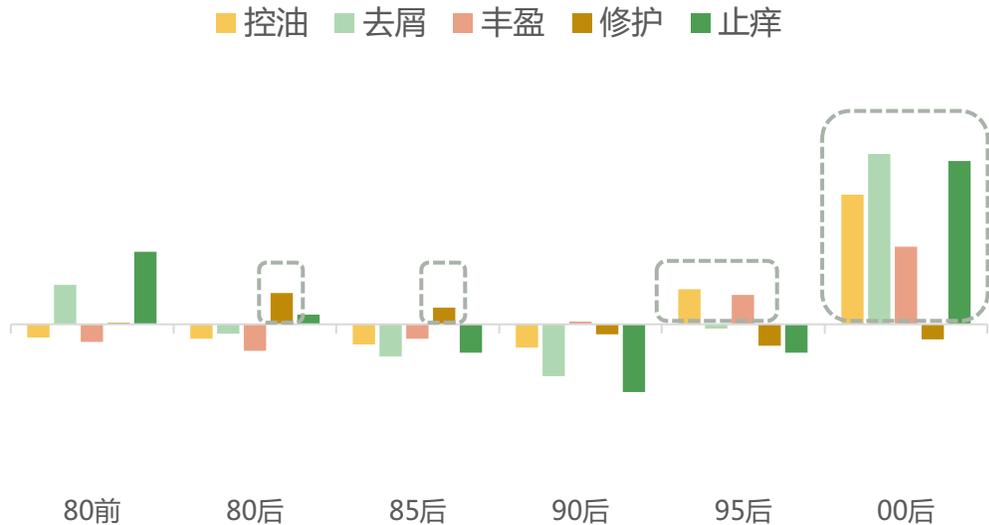
数据来源：CBNDATA消费大数据

多效合一

# 95后00后年轻人追求功效均衡，产后妈妈需要高阶护发

80一代偏好修护功效，90一代更注重防脱功效本身，95后00后则讲究多元效果面面俱到，尤其是控油和去屑止痒；内分泌异常等因素带来的头发问题，让孕产期女性对舒敏、抗老抗氧、头皮洗护功效有着更高的要求。

MAT2021 各年龄段人群对防脱生发产品的不同附加功效的偏好度



MAT2021 产前产后女性附加功效偏好对比

| 未育女性        | 孕期/产后女性     |
|-------------|-------------|
| 滋润保湿        | 抗老抗氧        |
| 止痒          | 舒敏          |
| 去屑          | 头皮养护        |
| 控油          | 头皮清洁        |
| <b>基础护理</b> | <b>高阶需求</b> |

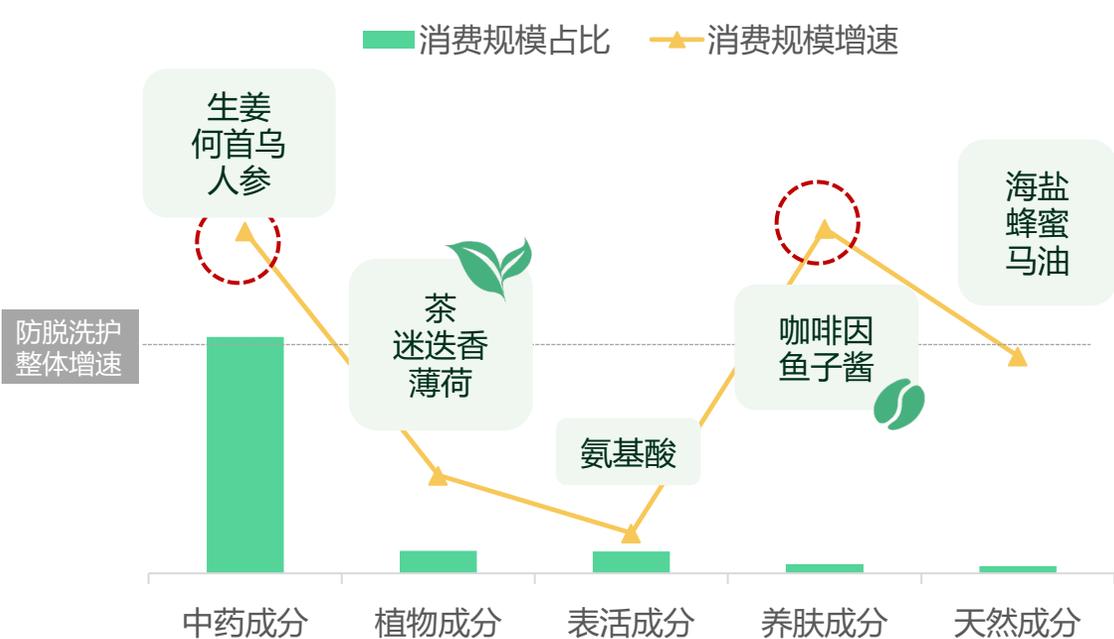
数据来源：CBNData消费大数据，数据说明：偏好度=该年龄段人群消费该功效防脱产品比例/整体消费该功效防脱产品比例-1，偏好度>0表示相较整体更偏好

数据来源：CBNData消费大数据

# 天然植物成分是当前防脱洗护市场中热门之选

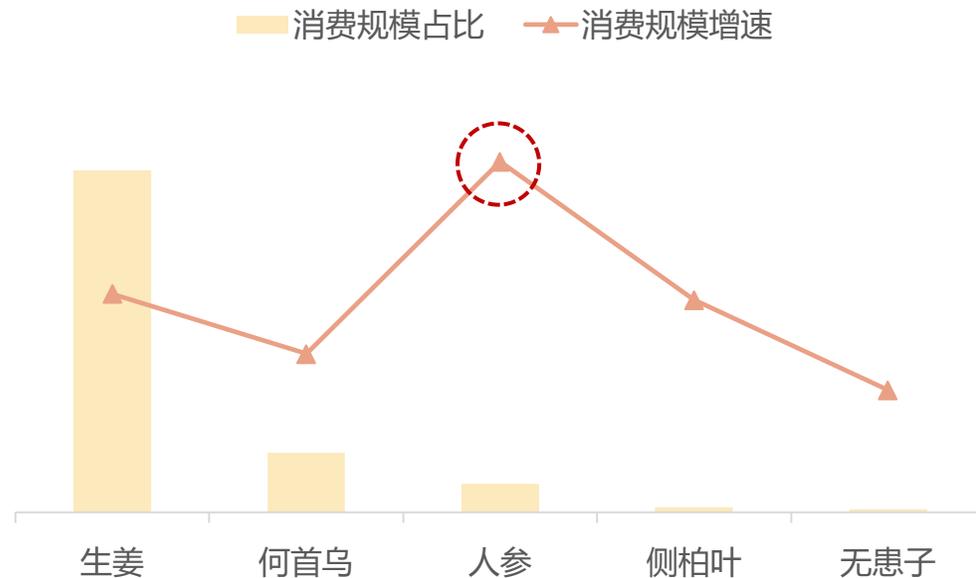
以生姜、何首乌、人参为代表的中药成分备受成分党们青睐。养肤成分防脱洗护目前消费占比较小，但增速领先，头发也要当人的“第二张脸”来呵护。

MAT2021 不同类型成分防脱洗护消费占比及增速



数据来源：CBNDATA消费大数据，数据说明：植物成分中不含中药成分

MAT2021 TOP中药成分防脱洗护消费占比及增速



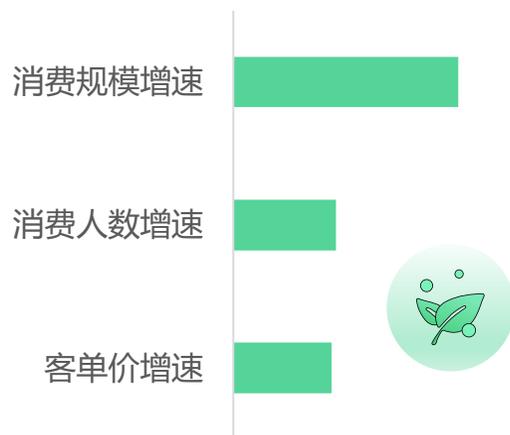
数据来源：CBNDATA消费大数据，  
数据说明：生姜消费占比缩放为1/2，人参增速缩放为1/3以合理展示

## 00后年轻群体和中高消费力人群掀起天然植物洗护风潮

含有天然植物成分的洗护产品吸引着越来越多以00后年轻人为代表的脱发群体，也成为了更多中高购买力人群的选择，让中药成分防脱洗护高速增长。

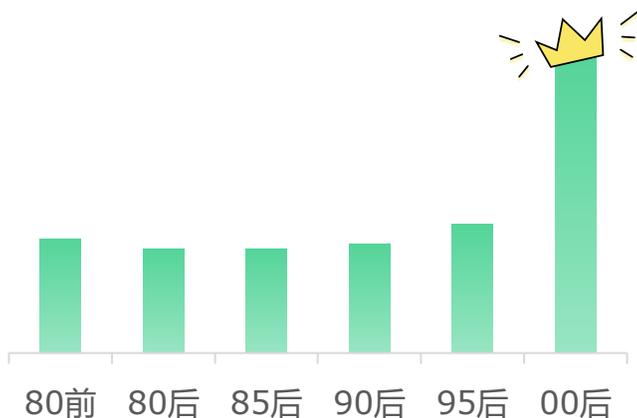
天然植物

MAT2021 天然植物成分防脱洗护消费增长因素分析



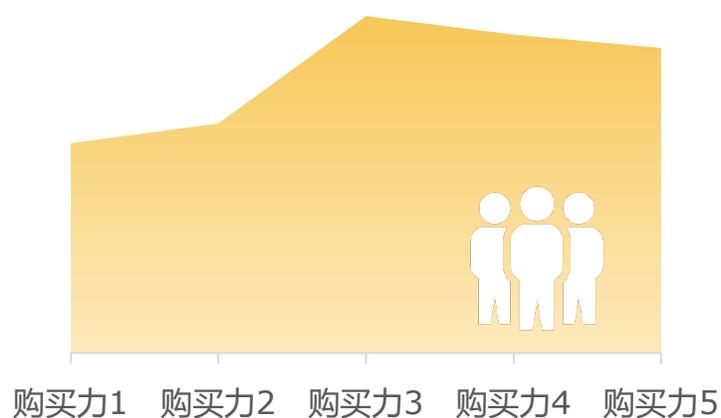
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021 消费天然植物成分防脱洗护消费人群规模增速-分年龄段



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021天然植物成分防脱洗护消费人群规模增速-分购买力级别



数据来源：CBNData消费大数据

# 男士专用防脱产品消费增速瞩目，洗护套装和精华率先抓住男性需求

相比通用产品和女性专用产品，男士专用产品在防脱洗护消费中表现更为亮眼，增速领先；洗发水和营养液等细分品类也涌现出更加贴合男士需求的产品。

男女有别

## 男女脱发原因差异

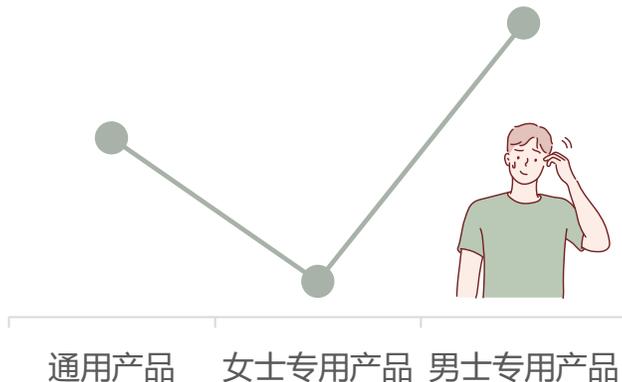


- 雄激素脱发
- 遗传因素

- 产后-雌激素水平下降
- 压力-精神性脱发
- 节食-营养性脱发

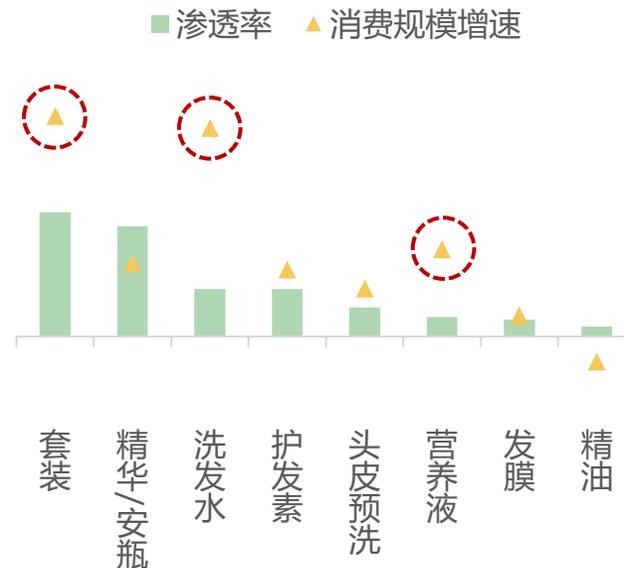


## MAT2021 不同性别专用防脱产品消费规模增速



数据来源：CBNData消费大数据

## MAT2021 男士专用防脱产品不同细分品类渗透率及增速



数据来源：CBNData消费大数据

资料来源：王任，袁婷，《脱发的中西医病因机制研究进展》，世界中西医结合杂志，2016,11(07)；易欣、苏苏、扁舟，《关注女性“头顶大事”：防脱》，健康之家，2020,(03),52-59

# 安全有保障的特妆字号产品在防脱洗护消费市场中的占比逐步攀升

国妆特字号防脱洗护产品的消费占比在逐年提高，消费增速也已超过整体防脱洗护市场，彰显出秃顶星人的安全意识，面临脱发焦虑仍旧保持理性。

## 什么是国妆特字号？



指特殊用途化妆品在上市前经过国家审批后获得的批准文号。



**特殊化妆品**  
包含九大类

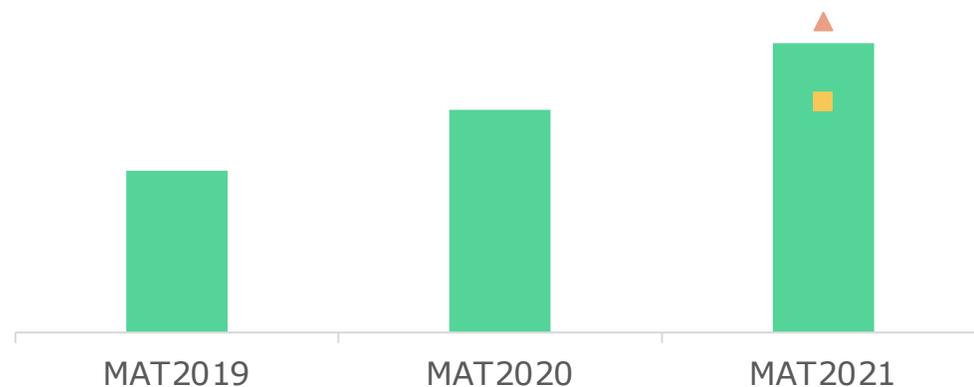
|    |          |    |
|----|----------|----|
| 育发 | 染发       | 烫发 |
| 脱毛 | 美乳       | 健美 |
| 除臭 | 祛斑<br>美白 | 防晒 |

- 检测项目更多**  
微生物5项、重金属4项、  
人体试用实验安全性评价
- 一品一证一号**  
产品及成分需经过国家食品药品  
监督管理局检测合格
- 监管更严格**  
安全无副作用，功效有保障

资料来源：外部资料整理

MAT2019-MAT2021 特妆字号防脱产品消费趋势

消费规模占比 特妆规模增速 防脱洗护规模增速



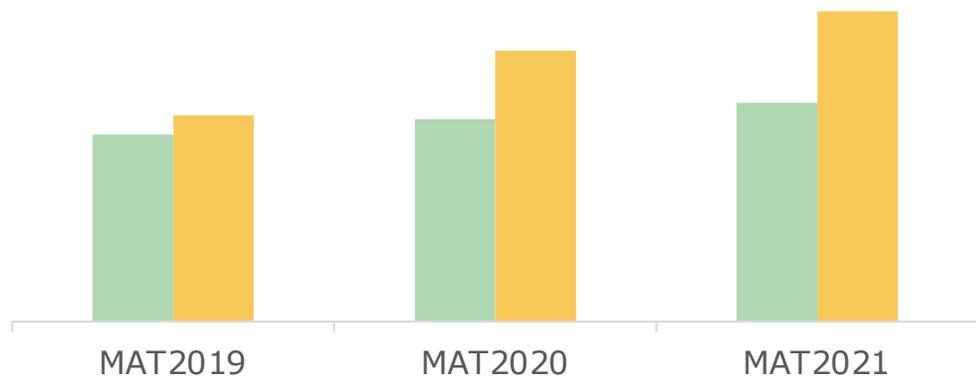
数据来源：CBNDATA消费大数据，特妆字号产品根据产品详情中是否为特殊用途化妆品判定；  
消费占比=特妆字号产品消费规模/防脱洗护消费规模

## 特妆字号渐成爆款标配，营养液和精华作为功效担当，持证比例更高

TOP单品更注重口碑，安全性不容忽视，大品牌特妆字号持证比例三年来均高于整体水平；除营养液、精华/安瓶外，消费者对于特妆字号防脱产品的需求正快速渗透到其他品类，尤其是洗发水、精油和头皮预洗。

MAT2021 特妆字号防脱产品消费规模占比

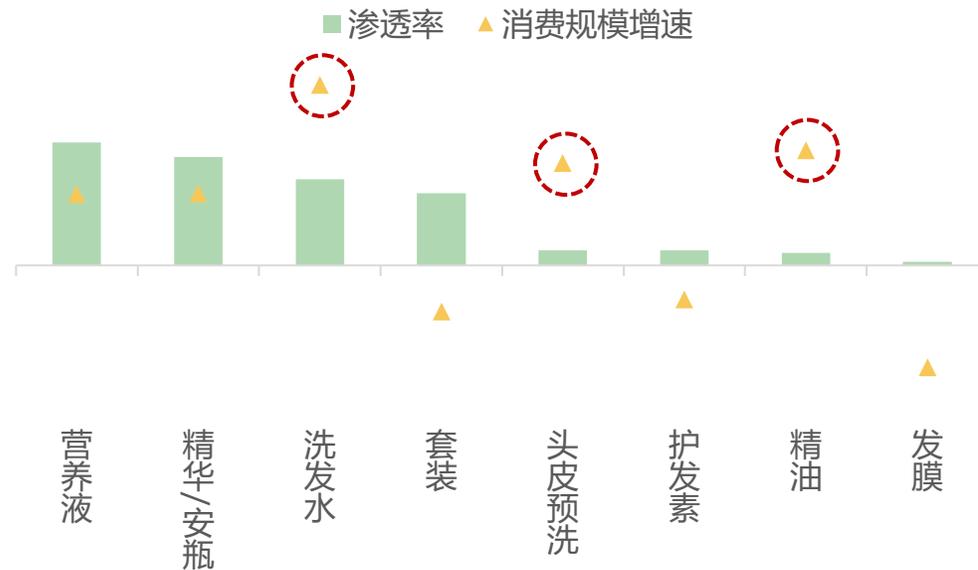
■ 整体防脱消费占比 ■ TOP100单品消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021 特妆字号防脱产品不同细分品类消费渗透率及消费规模增速

■ 渗透率 ▲ 消费规模增速



数据来源：CBNData消费大数据，  
渗透率=特妆字号产品消费规模/该品类整体消费规模

持证防脱



# 04 头皮头发 护理指南

# 掌握科学的洗发护发方案，跟脱发烦恼说再见

## 科学的洗发频率



资料来源：外部资料整理

## 科学洗发护发的步骤



资料来源：外部资料整理

# 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: 2018.08.01-2021.07.31

MAT2019: 2018.08-2019.07

MAT2020: 2019.08-2020.07

MAT2021: 2020.08-2021.07

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

视觉设计：王艺霖

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），是国内领先的消费研究机构及数字化增长服务商，致力于洞察消费行业前沿动态，提升企业品牌的运营及决策效率。

CBNData以跨领域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



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

CBN DATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察