

年轻人 2025 美发消费 趋势洞察



过去，年轻人进美发店就像拆盲盒：
「要慵懒羊毛卷」收到「步惊云爆炸头」
「修个发尾就行」结果「出门变成充值会员」
刚认准的「本命发型师」，
转头就消失在转让的店铺中……



而发型师们也发现，
这届年轻人要的不仅是剪发，
更是「魔法」！
「随便剪剪」=「我要又要还需要」
每个看似普通的需求背后，
都藏着消费者对
情绪、效率、价值的追求！



这一次，美团联合「后浪研究所」
发起了「美发需求」调查，
近千位消费者向我们分享了
他们的美发需求与愿望。

请看这份

《2025年轻人理发消费趋势洞察》，
让你抓住年轻人对美的追求的同时，
抓住他们的情绪和钱包。

PART 01

2025年轻人 五大美发消费趋势

趋势①

Direction

· 社交化表达 ·

#发型成
身份和情绪ID



#美发成年轻人
社交硬通货

对年轻人来说，
发型已经从个人修饰升级为社交符号，
成为身份认同和圈层归属的显性标签。

*后浪调研

/数据观察

01 高频修剪成常态 🔍

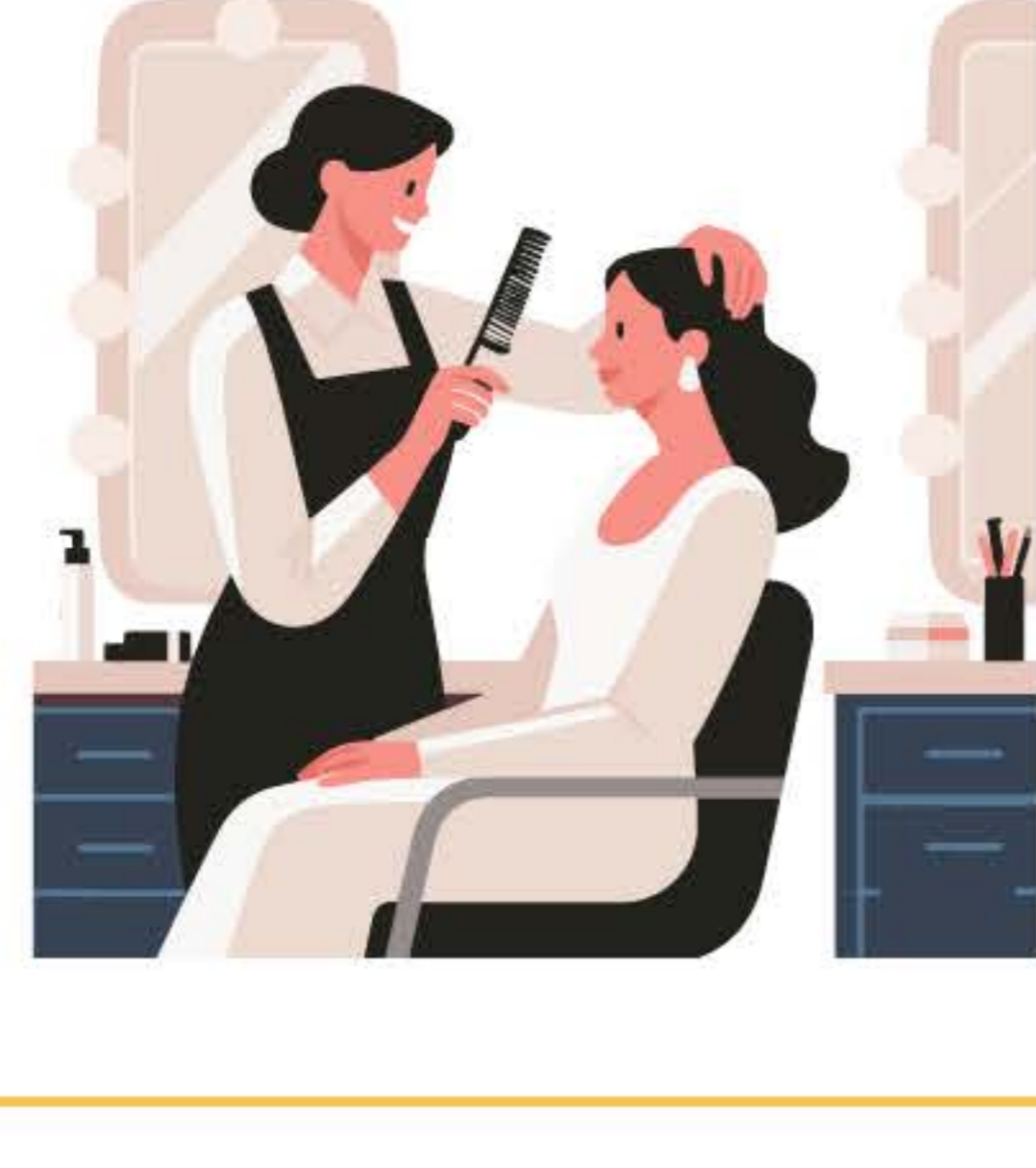
33.6%的年轻人保持1-3个月定期修剪，22.1%甚至每月必剪。

年轻人将发型视为**社交形象**的一环，成为社交活跃度的外显指标。



02 收入与剪发频次正相关 🔍

数据显示，月薪1.5万以上的职场人理发频率在逐步增加。

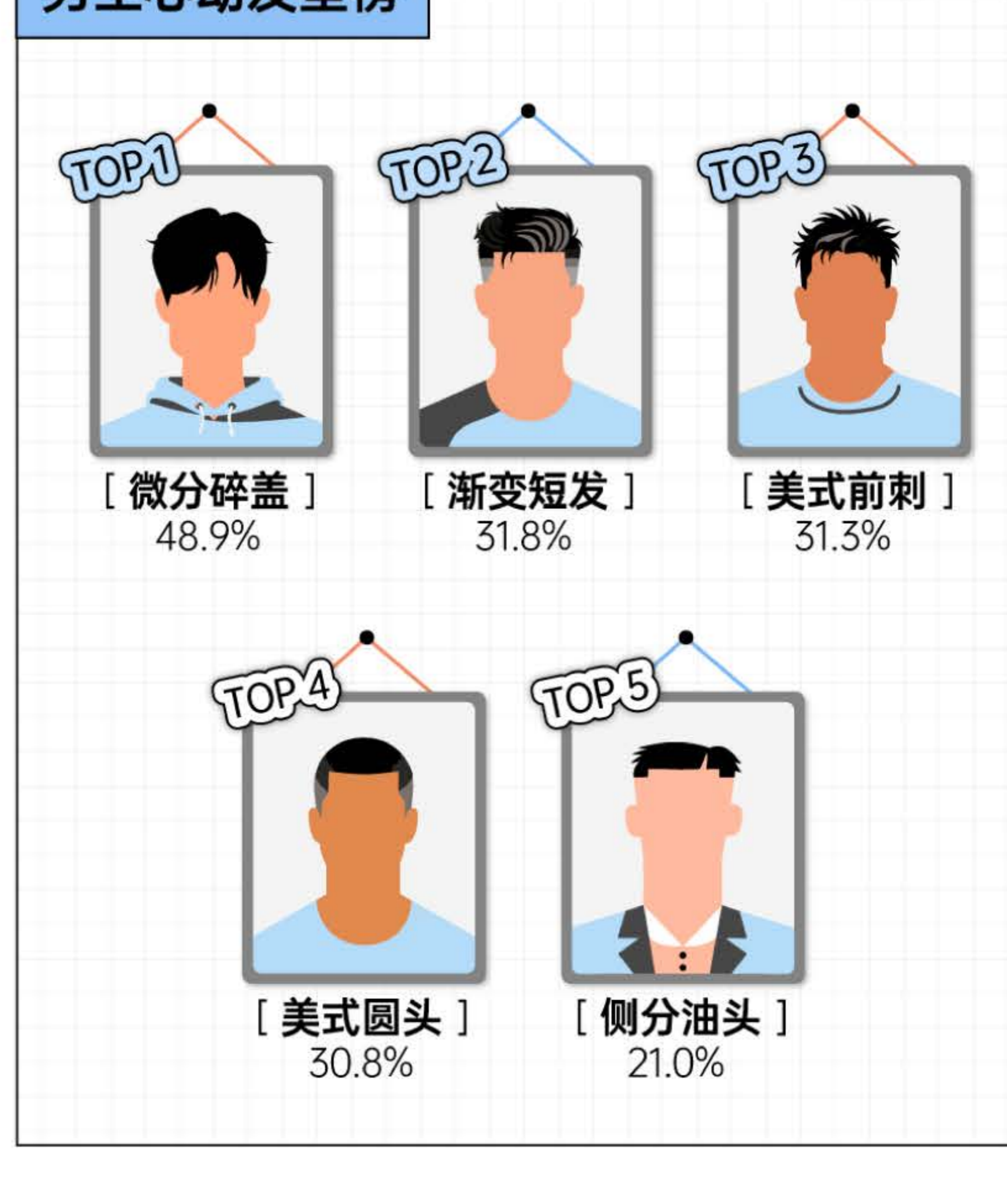


发型管理是**新中产生活**的「软性标配」，是对生活品质的一种佐证。

03 性别偏好分化鲜明 🔍

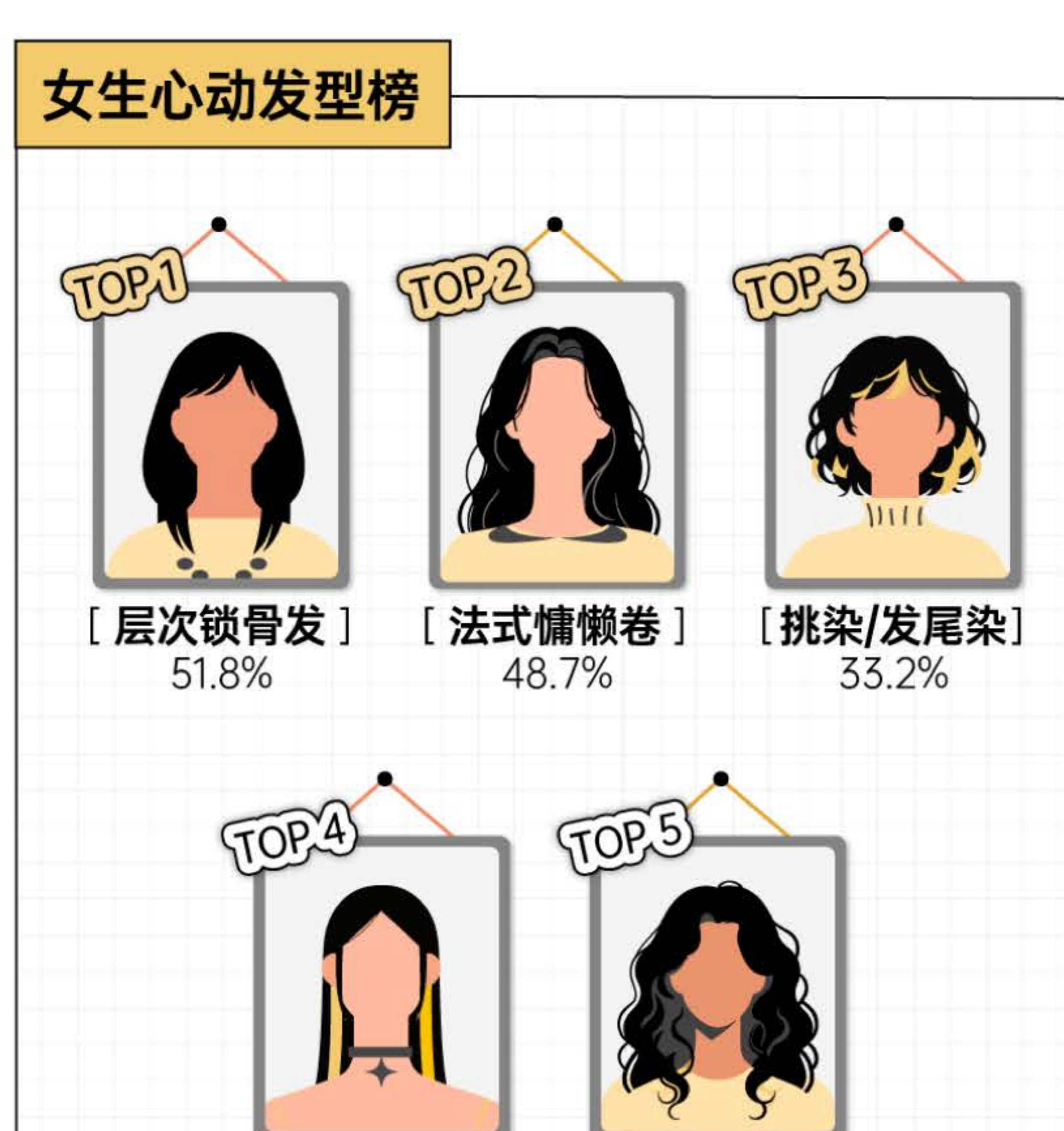
男性偏爱**微分碎盖**、**渐变短发**等利落造型，这类发型易于打理且适配职场；

男生心动发型榜



女性则更倾向**层次锁骨发**、**法式慵懒卷**等需要定期维护的风格，**超3成**女性想尝试**挑染**，通过发色表达个性，形成「移动的视觉名片」。

女生心动发型榜



***消费趋势**

/动因观察

01 职场内卷的外显化

专业、干练、得体的发型，在职场竞争中加的都是「软性分」。

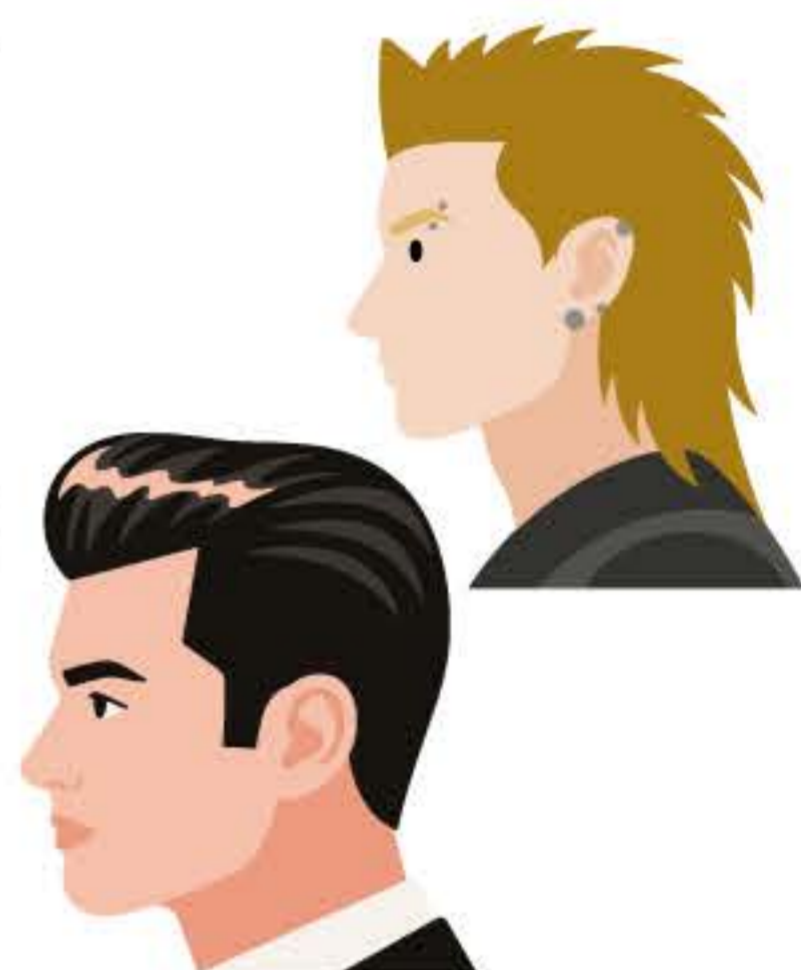


促使年轻人将理发也纳入「形象投资」清单。

02 圈层认同的符号化

特定发型成为亚文化群体的「入场券」。

例如，中性化发型狼尾剪在潮流圈代表反叛精神，而油头则是复古爱好者的标志。



03 颜值经济的杠杆效应

发型是低成本的形象升级方式。



这种高ROI形象投资推动高端美发消费常态化。

“ 商家说：

@东方麒麟潘多美发连锁CEO

顾客对发型的需求已不仅仅是修饰，而是自我表达和社交身份的象征。

”

趋势② Direction

·效率与激情·

#美发
消费场景和偏好



呈多元化趋势

剪发市场分化，
有人追求10分钟搞定，
有人愿意花5个小时享受「变美仪式感」。

*后浪调研

/数据观察

01 消费需求呈现精细化分层 🔍

男士以**基础刚需**（如快剪）和进阶精致（如油头/刮面）为主。

女士注重**效果导向**（剪发精度），关注烫染健康度的分级等。



02 快剪市场增长迅速 🔍

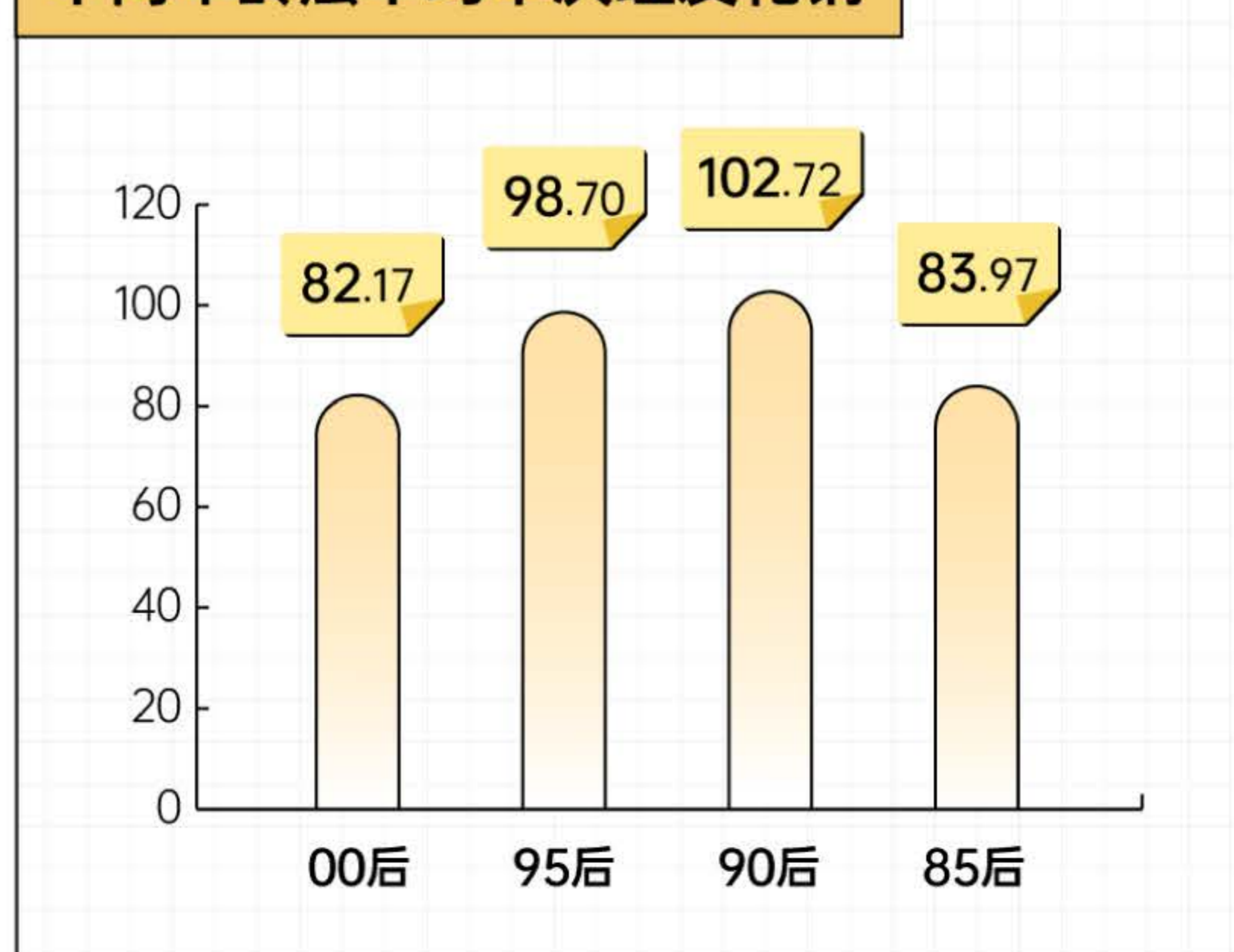
2024年**快剪**订单量同比**激增67%**，三四线城市**渗透率达39%**。

数据来源：《2025-2031年中国美容美发行业市场现状分析及投资前景评估报告》

03 尝新与保险 🔍

在发型「尝新」和「保险」的选项中，
近8成人都选择了「保险」。

不同年龄层平均单次理发花销



*消费趋势

/动因观察

01 理发消费理性化

「值不值」正替代「贵不贵」成为消费者的决策核心标准。



无论是10元快剪还是千元美发，人们努力在极致性价比与享受生活间寻找平衡。

02 时间价值差异

有人追求**10分钟快剪**的效率，有人将几个小时的美发过程视为「**自我疗愈时光**」。

洗剪吹烫染的全套流程，是在打造一个更好的自己。



“他们说：

@尤司男士理发 吕华君

当下男士发型趋势正朝着**多元化与个性化**发展。像微分碎盖、美式前刺这类发型，深受年轻群体喜爱。

”

美团数据：在美团的美发用户中，有26%的男士更倾向于在barber门店做精致造型。

趋势③ Direction

·情绪与悦己·

#发型的
改变



#是一场关于自我的
微型重塑

「换个发型，换个生活状态」，
美发本质上是对自我状态的一场温和革命，
成为自我重塑的最简单的仪式表达。

*后浪调研

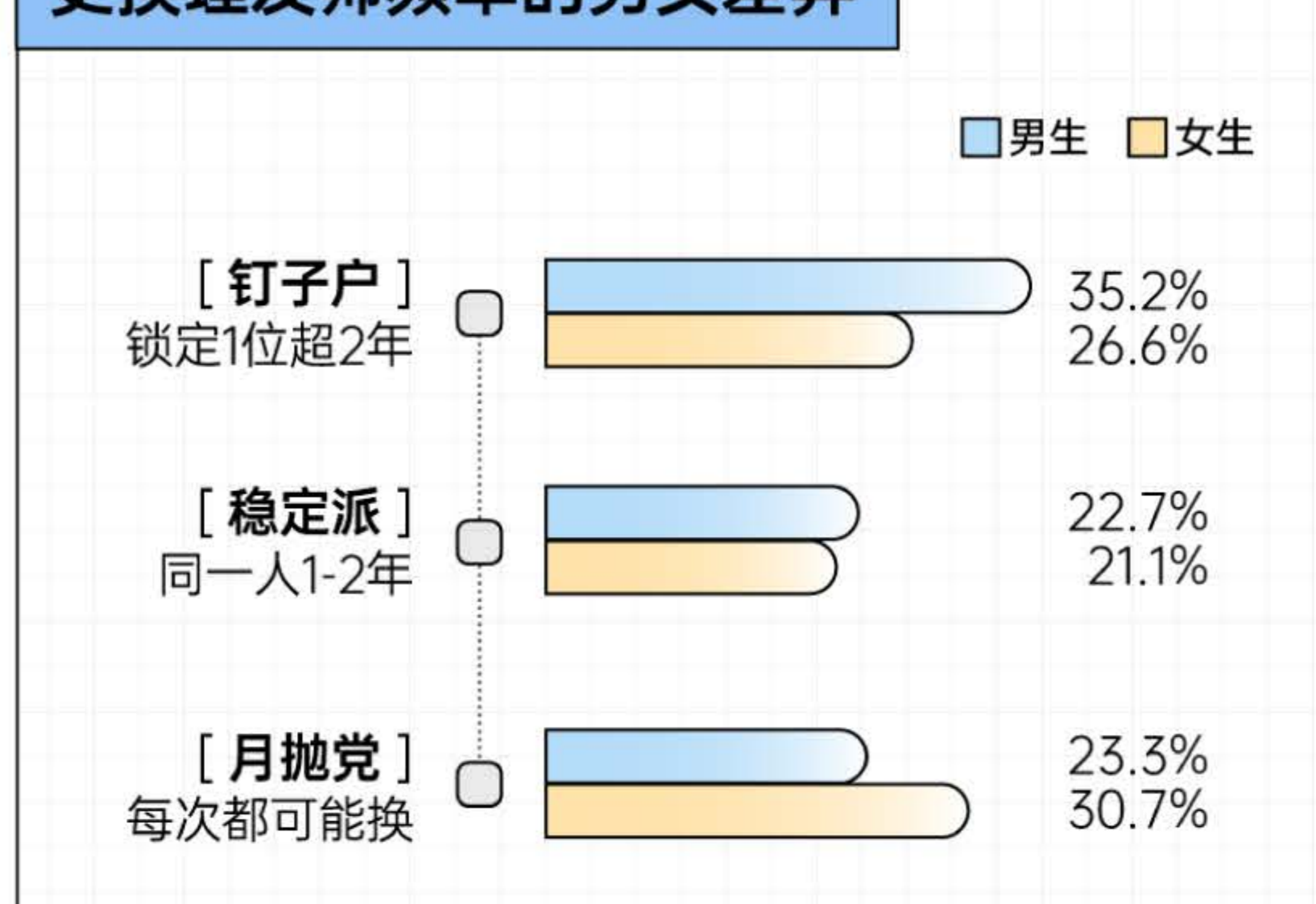
/数据观察

01 女性尝新频率显著高于男性 🔍

在改变发型上，**女性显然更加积极。**

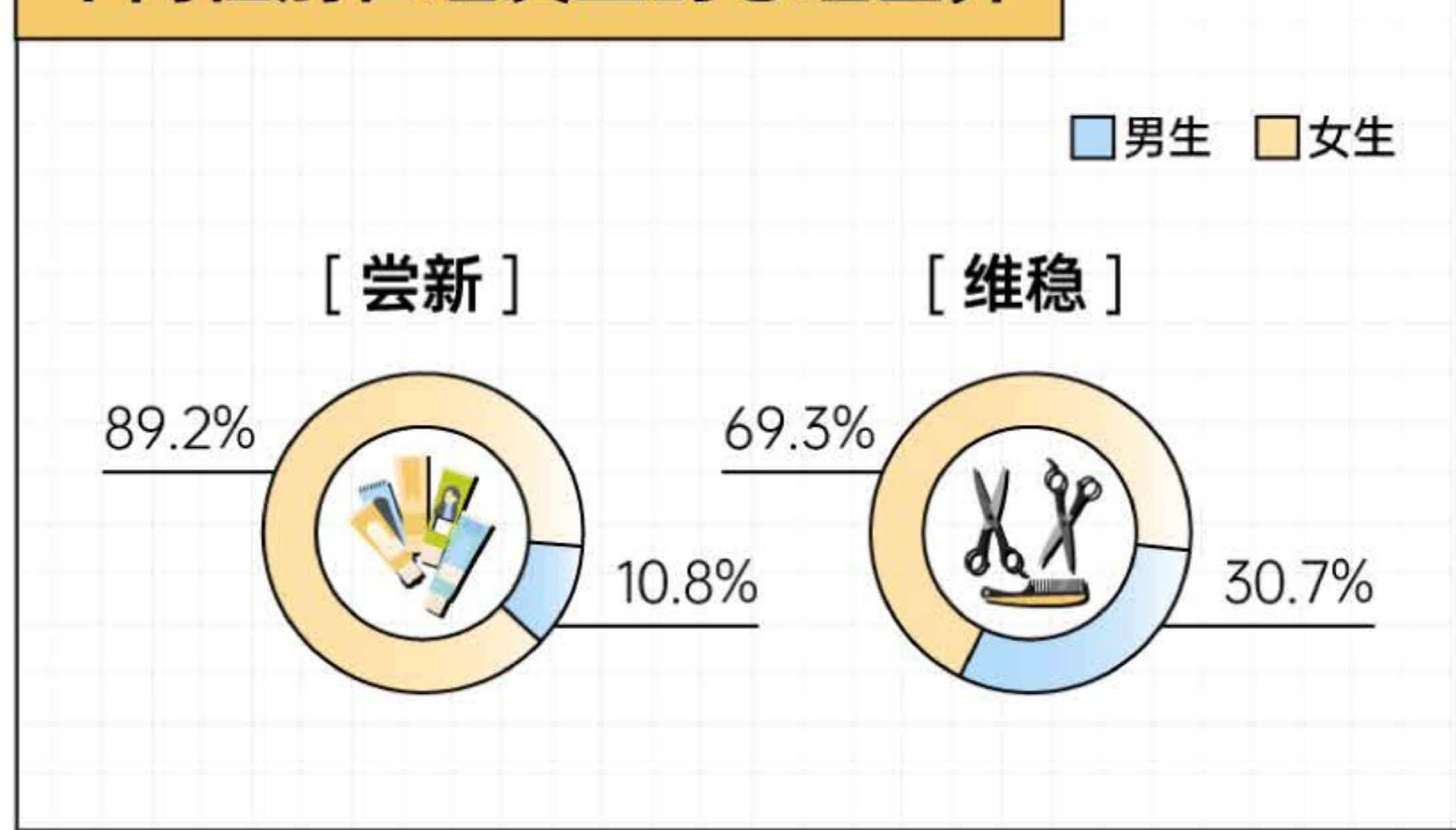
「每次都更换发型」的比例达到30.7%。

更换理发师频率的男女差异



而男性为23.3%。**3成女性选择了发型尝新，而男性仅有1成。**

不同性别在理发上的心理差异



02 男性「稳中求精」的消费心理 🔍

仅**10%左右的男性愿意尝新**，但男士对悦己以及精致的要求也在逐步提升。

03 「DIY教程热」与专业服务并存 🔍

越来越多女生开始尝试**自己在家染发、修剪刘海。**

内容平台关于#自己剪刘海的教程播放量破亿。



***消费趋势**

/动因观察

01 悦己和仪式感的追求

大部分**年轻女性**将美发视为一种「**自我更新**」，会为追求仪式感而消费。

对**男性**来说，他们过去大多情况下把美发当成一种**功能性需求**。

不过目前，男性因「**悦己**」驱动的美发需求，也在逐步提升。



“ 商家说：

@美团百大发型师代表-苏然

很多顾客在人生的重大节点，会**从很远的城市打「飞的」来上海找我做造型。**

顾客在美发过程中不仅追求「**变美**」，还希望获得快乐。

”

趋势④ Direction

· 自主性增强 ·

#年轻人自带
参考图到店



#希望对
自己的发型做主

消费者不再被动接受，
而是掌握美发的主动权，
要求精准还原理想款。

*后浪调研

/数据观察

01 带参考图沟通成必备项目 🔍

近6成消费者会携带参考图到店。

提前跟发型师讲好自己渴望呈现的**最终效果图**。



02 年轻人渴望深度参与决策 🔍

仅**25.3%**的年轻人敢**全权委托发型师**，
超7成人都要求深度参与发型决策。

和发型师的「选款」沟通方式



***消费趋势**

/动因观察

01 美发信息平权

小红书/抖音教会消费者「理想发型该长啥样」。

解构理发过程，让年轻人对美好发型有了更具体的想象空间。



02 服务业信任重构

美发行业长期存在的「卖家秀vs买家秀」落差，让年轻人吃一堑长一智。



在理发决策前，他们更喜欢在美团通过发型师往期作品集等，查看发型效果，也更注重参考真实的用户评价和推荐。

03 个性化定制

年轻人拒绝「模板化发型」，我的就是独一无二的！

“ 消费者说：

@美团用户 小韩大人

我会提前找好参考图，跟发型师沟通清楚我脸型适合的风格。我希望发型师能尊重我的想法，一起讨论细节，不翻车。

”

趋势⑤ Direction

·追求确定性·

#到店即
享受服务



#开始
「追星式理发」

确定性的美好，
不仅包括剪完就能看到的惊艳，
还有坐下就能享受的宠爱。

*后浪调研

/数据观察

01 愿为认可的发型师跑远路 🔍

71%的消费者愿意为优秀发型师额外通勤**52.5分钟**。

甚至有消费者**跨城消费**，只
为一位靠谱托尼。



02 线上筛选成常态 🔍

大部分年轻人都想要一种**服务的确定性**，进店前先主筛选，确认服务时间。



挑选理发店时，有**65%的美团美发用户**会提前预约；超**6成美团用户**，会结合作品集筛选发型师。

03 发型师流动性带来的挑战 🔍

比起认店，认人成本更低。74.4%的人都认为**比起理发店，更相信发型师**。

理发崩溃瞬间TOP6

01 TA说「懂了」
但剪出来**完全不同**

57.6%

02 推销办卡
打断沟通

13.9%

03 TA反驳「你脸型/
发质不适合」

10.4%

04 全程沉默
你不敢提要求

5.1%

05 用你看不懂的
术语敷衍

3.5%

06 **否定你带来的
参考图**

2.1%

***消费趋势**

/动因观察

01 试错成本高

年轻人在理发上已经产生路径依赖，对**靠谱发型师的忠诚度相当高**。

多跑点路，那点路费完全比不上换新人的试错成本。



02 手艺人的IP化效应

山城小栗旬、理发师晓华等在各种社交媒体出圈。发型师开始打造个人IP，甚至在全国巡剪。



优秀的手艺人能够突破门店限制，形成**个人品牌**。

03 线上化助力「明星发型师」的诞生

每一次线上的曝光，为素人改造的「神之一剪」等，很可能剪出源源不断、慕名而来的粉丝，年轻人也开始了「**追星式理发**」。

“ 消费者说：

@美团用户 熊本拌饭

现在我会**在美团上看发型师的作品**，看起来综合实力强、靠谱的人，我才敢预约。发型师给我剪一次，我满意了，就再也不想换人了。

”

PART 02

美发行业 经营启示录



启示① Inspiration

美发店做好线上化经营， 构建美发消费的「确定性」

美发商家需**构建美发行业的新一轮信任**，做好线上化经营，为消费者构建确定性的消费场景，如做好发型师擅长款式展示、真实消费评价等，让用户都能找到适合自己的心动发型师。

还需要**做好美发店和发型师个人的【忙闲时间】安排**，让消费者享受服务的时间确定性也能提升。



美团在行动

美团提供线上化手艺人的库存管理和预约功能，让用户不用费劲打电话、更不用到店无限坐等。

用户可以在美团直接**一键预约喜欢的手艺人、以及可服务时间**，将大大提高商家的履约效率。



启示② Inspiration

- 「选人」的比重越来越高，
• 发型师需进行职业进阶，
成为「活招牌」

随着年轻人对发型师的专业性要求提升，美发行业不能单纯依靠理发店的品牌驱动。

在以发型师为服务履约主体的理发市场上，行业需让自己店里的优秀发型师，成为自己店面的「金字招牌」。



美团在行动

美团支持发型师手艺人的线上化运营、为发型师做线上档案积累，展现发型师个人作品、擅长款式、历史评价等。

消费者在做消费决策前可以在美团看发型师主页，最大限度的找到最适合自己的那个TA。



持续的线上化，让更多的发型师都能被更广泛的看见。

启示③ Inspiration

- 以「听懂人话」为本，
重塑美发行业的信任，
进行行业生态升级

美发行业需要行动起来，让消费者不再靠运气，就能找到合适的美发店和发型师，重建消费者信任。



美团在行动

结合消费者的真实反馈，综合发型师技术水平、服务态度、擅长款式、用户体验四大维度，美团推出「**百大发型师榜**」。

让消费者美发不踩坑的同时，让优秀的发型师被更多人看见、**打造发型师个人IP名片**。



不断升级榜单功能，增加发型师价目表及在线预约入口，缩短用户闭环转化路径等，构建一条更加完整的线上线下导流的链路，切实助力实现让「好手艺成为好生意」。