

A view of Earth from space, showing the curvature of the planet and a bright light source on the horizon, creating a lens flare effect. The background is a dark, starry sky.

知行

战略咨询



DATA

SPECIALITY

REVIEW

BENCHMARKING

知行
战略咨询

知行数据观察

染发品类

知行合一集团

经营使命

以数为据，不让企业走弯路

核心价值观

尊重专业，凡是彻底

企业精神

对标找差距，复盘取机会

经营理念

客户的生意就是知行人的命

01

行业宏观市场调研



染发行业定义及分类

染发产品是指以改变头发颜色为核心功能，通过色素吸附、渗透或氧化聚合等作用，使头发获得目标色泽的化妆品，主要成分包括染料、氧化剂、碱性物质等，其核心是实现色素在毛发皮质层的留存与固着。

暂时性染发剂

持久度	极短，洗1-2次即褪
核心成分	大分子染料/颜料、酸性/碱性染料、植物色素
作用机理	染料仅附着于头发表面
着色效果	临时覆盖，无法改变发色
刺激性	最低，不易穿透皮肤，安全性高
常见形式	彩色发蜡、喷雾、染发摩丝

半永久性染发剂

持久度	中等，约可维持1个月
核心成分	小分子硝基染料、酸性染料、蒽醌染料
作用机理	小分子染料渗透至头发皮质层，通过离子键等结合
着色效果	增强或微调天然发色，无法染浅，颜色选择有限
刺激性	较低，不含强氧化剂和碱化剂
常见形式	染发啫喱、乳霜，多为单剂型

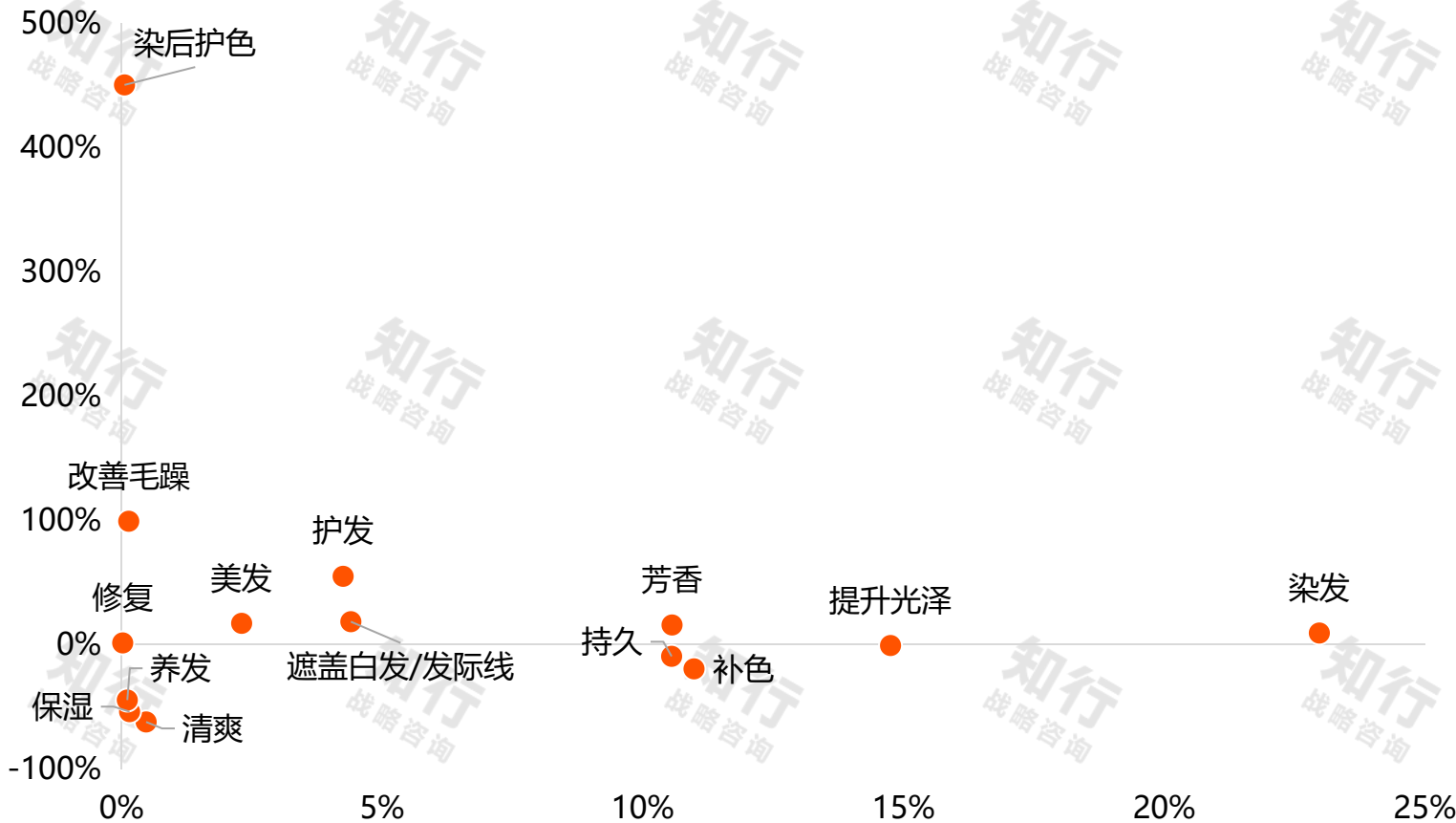
永久性染发剂

持久度	长久，可保持1-3个月
核心成分	染料中间体、偶联剂、氧化剂
作用机理	中间体与氧化剂发生氧化聚合，生成锁在皮质层的大分子染料
着色效果	彻底改变发色，色调范围广
刺激性	最高，含多种潜在致敏成分和损伤头发的氧化剂
常见形式	双剂型染发膏

染发护发需求爆发，护色、护发、改善毛躁功效增速明显

“染发”以23%占比居首，搭配9%增速，是行业基本盘，兼具高渗透率与稳定增长；Top10热门功效中，“护发”虽仅4%占比，却以55%增速展现最强增长爆发力，“遮盖白发”“芳香”也保持16%-18%高增速，成为细分需求核心增长点；而“染后护色”“改善毛躁”等低占比功效增速超100%，更反映出消费需求向精细化、场景化深化的趋势。

2025.11 染发剂品类功效占比及增速

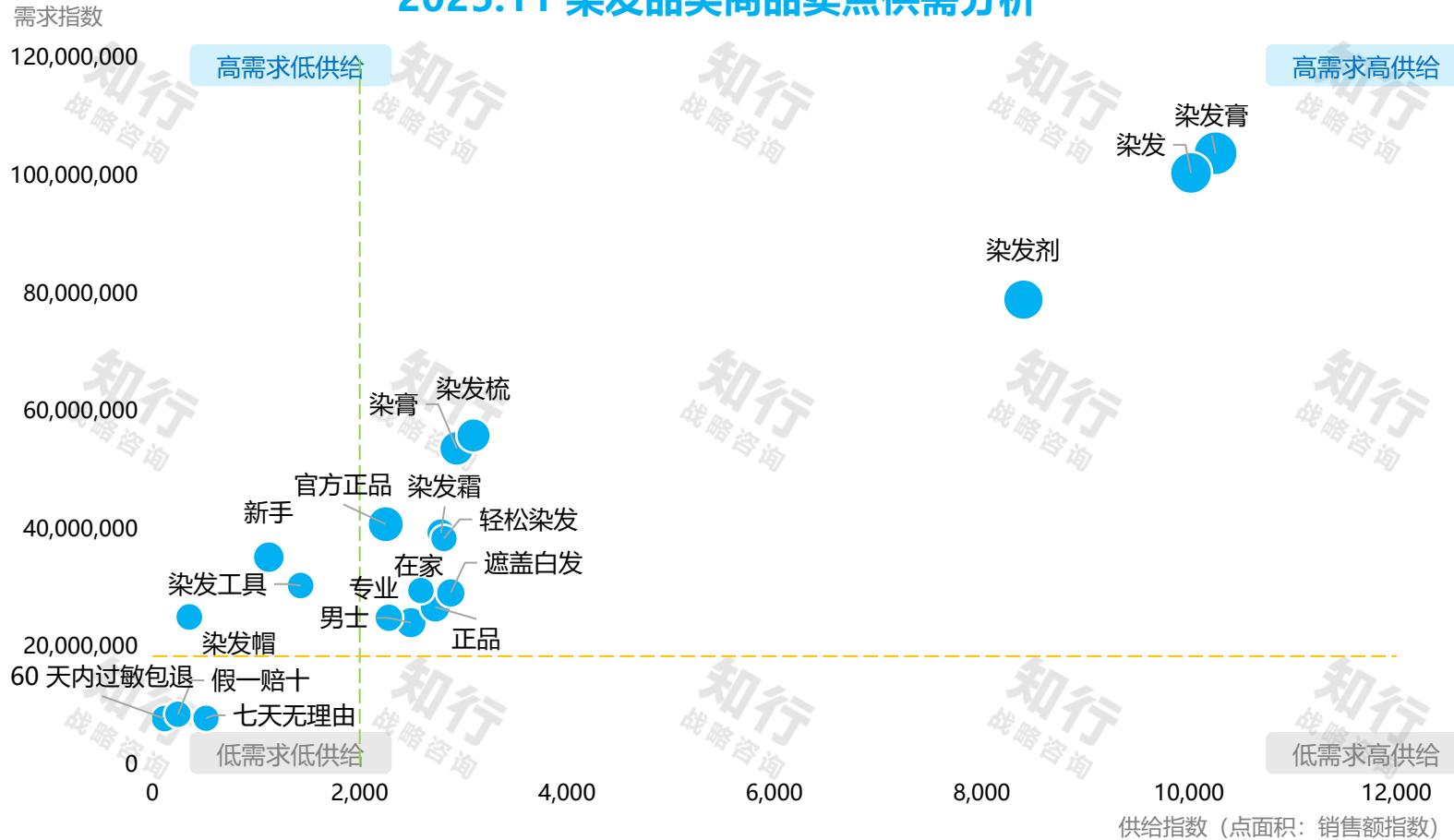


功效	占比	增长
染发	23%	9%
提升光泽	18%	-1%
补色	15%	-20%
芳香	14%	16%
持久	13%	-10%
遮盖白发	4%	18%
护发	4%	55%
美发	2%	17%
清爽	1%	-62%
保湿	0%	-54%

中老年盖白、居家染发、男士染发需求增长

“染发膏、染发、染发剂”供需双高，且销售额居首，是品类核心基本盘，商业价值最高。“轻松染发、遮盖白发、在家、男士、销售”需求充足但供给偏少，属于供需缺口型机会点，增长潜力突出，主要驱动力为中老年盖白需求、年轻群体个性化彩染及DIY居家染发趋势。“60天过敏包退”等服务类卖点供需均低，销售额有限，仅为小众辅助卖点。

2025.11 染发品类商品卖点供需分析

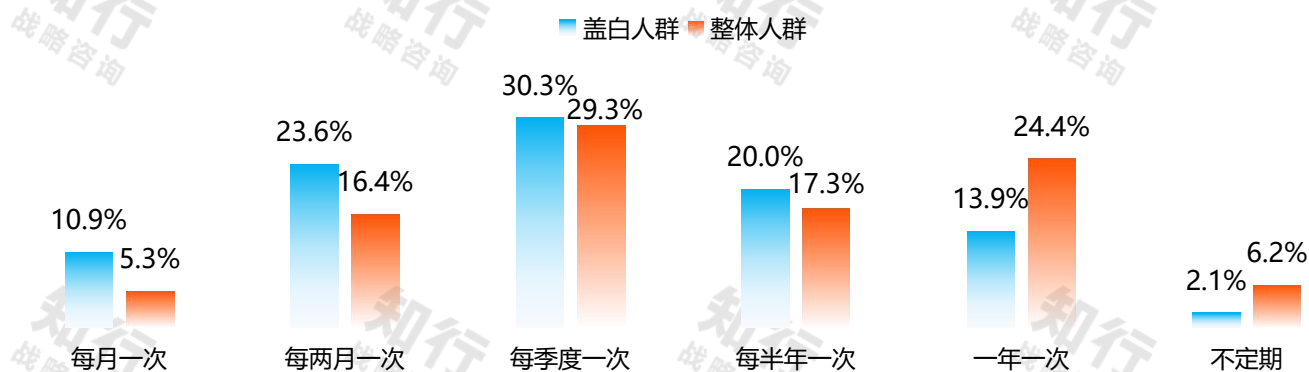


卖点	供给	需求	销售额
染发膏	10,254	103,731,910	1,296,811
染发	10,017	100,396,262	1,178,634
染发剂	8,401	78,882,427	1,101,277
官方正品	2,250	40,771,859	876,958
染膏	2,934	53,636,022	813,008
染发梳	3,096	55,833,407	787,772
新手	1,122	35,176,972	677,816
男士	2,493	24,055,480	659,201
正品	2,727	26,710,578	657,110
遮盖白发	2,877	29,102,318	586,324

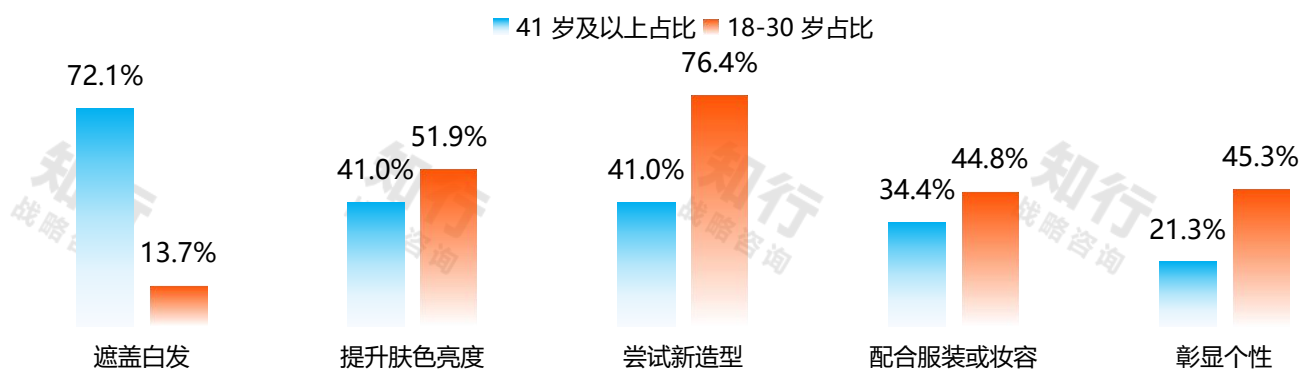
盖白人群高频染漂，产品安全性为首要关注点

盖白人群（中老年）的染漂高频行为占比显著高于整体人群：其“每月一次”染漂占比达10.9%、“每两月一次”达23.6%，且仅2.1%为“不定期”染漂——这是因为该群体需匹配白发生长节奏，染漂行为更具规律性；而整体人群的染漂则随造型需求调整，随机性更强。年龄层直接决定染漂的核心需求导向：41岁及以上群体中，72.1%的染漂行为围绕“遮盖白发”展开，属于功能驱动型需求；18-30岁群体近八成（76.4%）是为“尝试新造型”，“彰显个性”等时尚类需求占比突出，呈现时尚驱动的特征。产品选择逻辑上，安全性以74.8%的占比稳居核心诉求首位，成分、颜色/刺激性紧随其后，品牌因素的关注度仅29.1%——用户决策更侧重产品本身的安全属性与实际功效，而非品牌溢价。

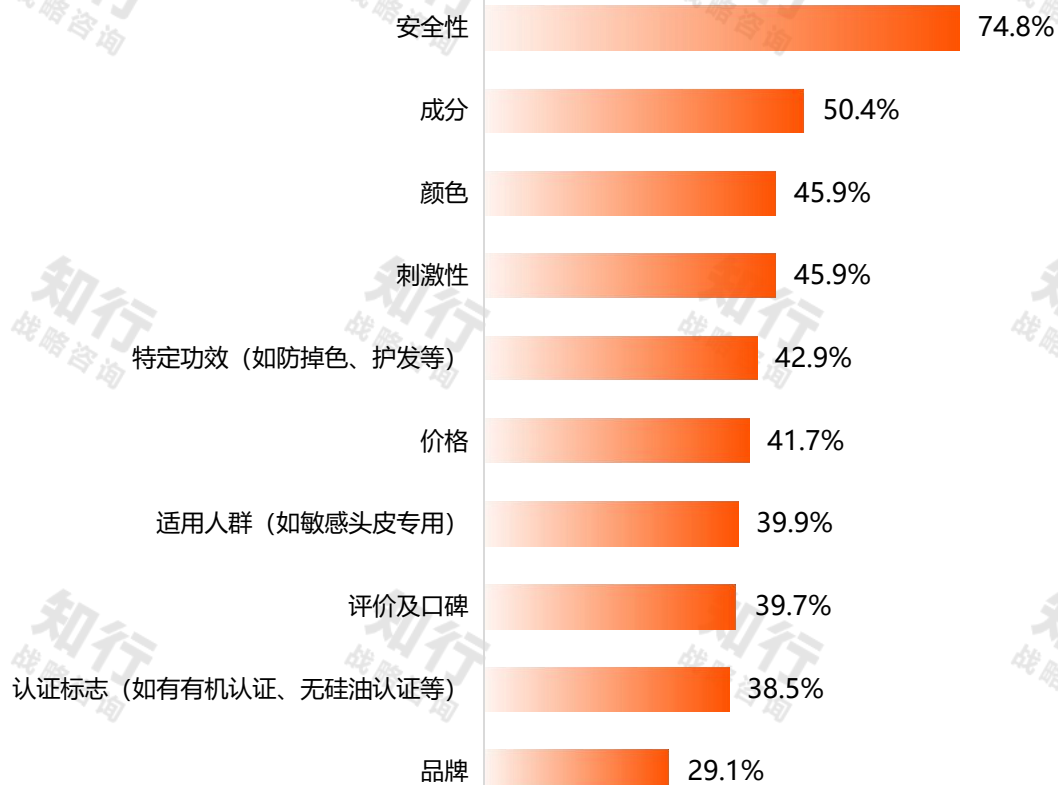
不同群体消费者染发漂发频率



不同年龄段消费者染发漂发目的



染漂产品关注点



02

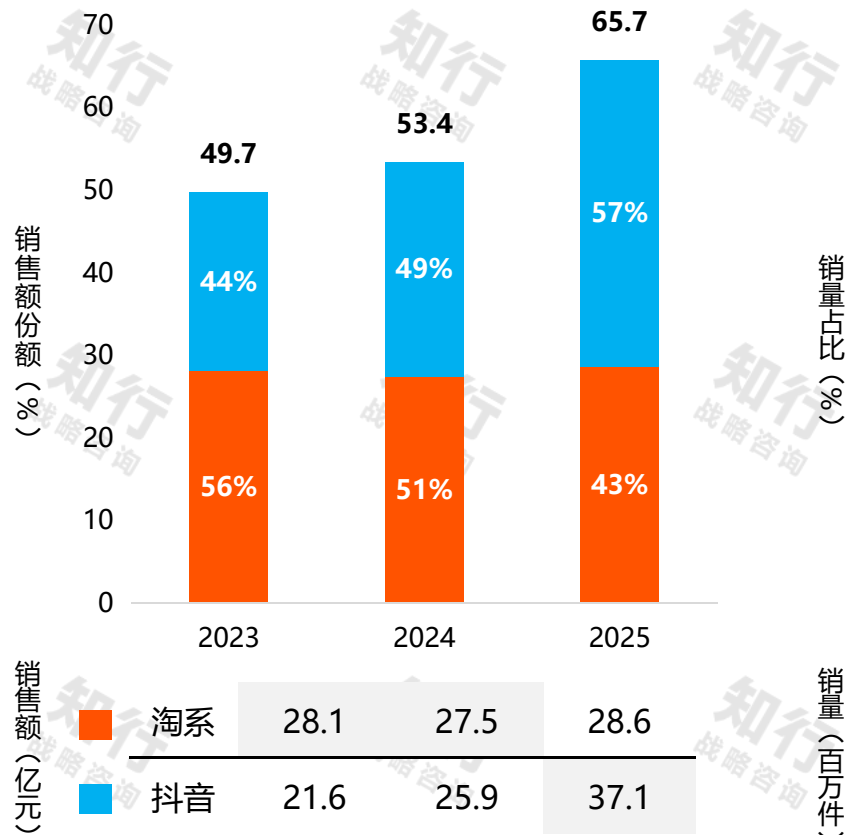
线上行业趋势总览



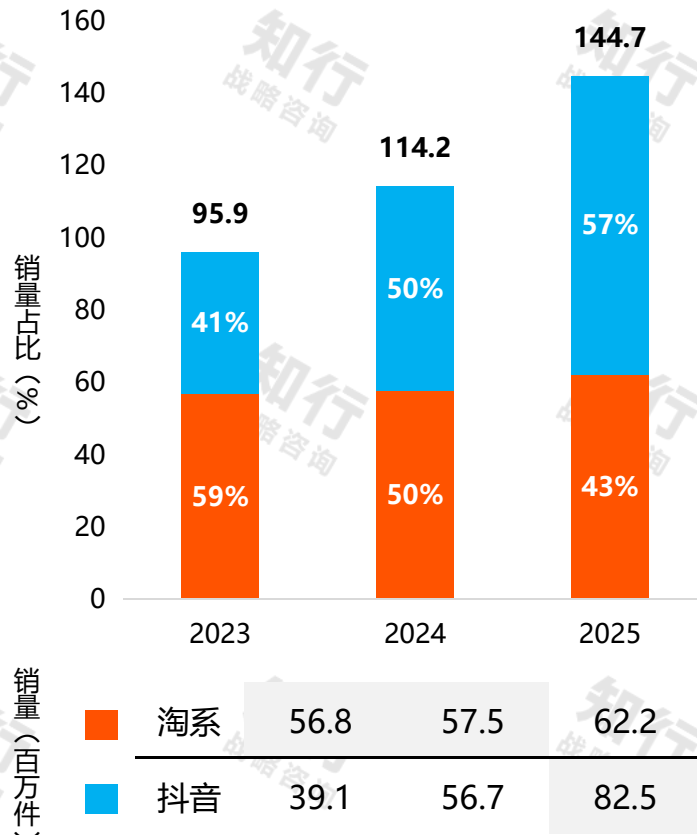
抖音市占57%，同比增长43%，成为染发品主阵地

2023-2025年，**抖音**份额逐年提升（44%→57%），实现份额反超，成为染发产品线上核心增长平台，**取代淘宝的主导地位**。双平台均价均呈下行趋势：淘宝从49.5元降至46.0元；抖音从55.3元降至45.0元，初期抖音均价更高，后期与淘宝基本持平，反映**市场竞争加剧、平价产品占比提升**。

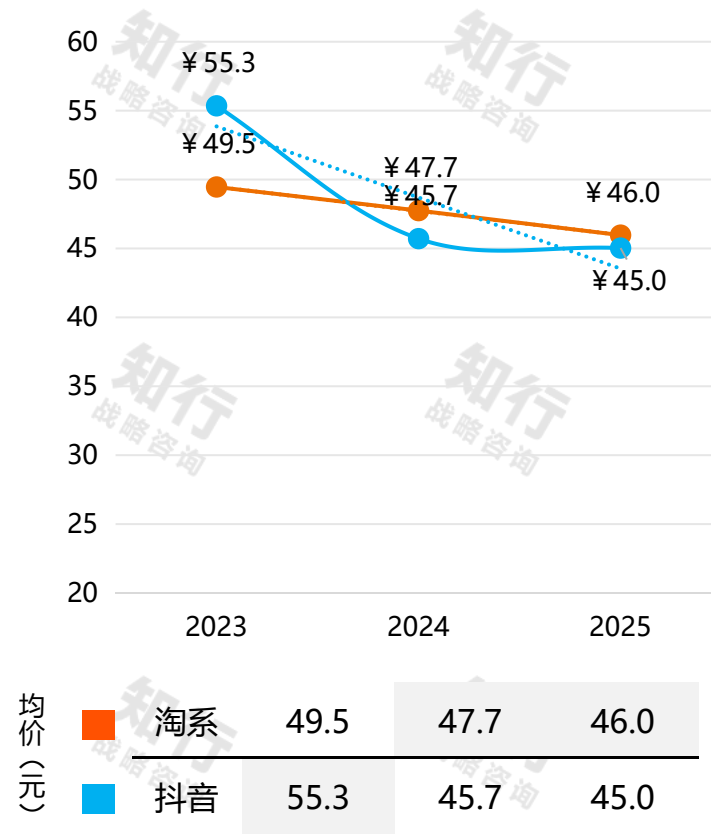
线上双平台染发产品**销售额**
23年(1-9)vs24年(1-9)vs25年(1-9)



线上双平台染发产品**销量**
23年(1-9)vs24年(1-9)vs25年(1-9)



线上双平台染发产品**大盘均价**
23年(1-9)vs24年(1-9)vs25年(1-9)



市场规模不断扩张，淘天遇到28亿销售额瓶颈

2025年双平台总销售额大幅上涨（同比23.2%），其中抖音平台销售额增幅达43.3%，且连续两年销量增长超45%，是市场规模扩张的核心贡献者；淘天平台先降后升，总销售额在28亿上下波动，虽销量小幅增长，但产品均价同步调整下滑，市场份额在抖音的挤压下逐渐缩小。

线上染发产品的消费重心已完全向抖音转移，品牌需优先布局抖音渠道以捕捉增长；同时，在规模扩张的背景下，需通过产品结构升级（如高附加值功效型染发产品）对冲均价下行的影响。

		销售额 (亿元)			销量 (百万件)			均价 (元)		
		2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
总体	表现	49.7	53.4	65.7	95.9	114.2	144.7			
	增幅		▲ 7.3%	▲ 23.2%		▲ 19.1%	▲ 26.7%			
渠道表现	天猫	28.1	27.5	28.6	56.8	57.5	62.2	49.5	47.7	46.0
	抖音	21.6	25.9	37.1	39.1	56.7	82.5	55.3	45.7	45.0
渠道占比	天猫	56%	51%	43%	59%	50%	43%			
	抖音	44%	49%	57%	41%	50%	57%			
同比增幅	天猫		▼ -2.3%	▲ 4.1%		▲ 1.2%	▲ 8.2%		▼ -3%	▼ -4%
	抖音		▲ 19.8%	▲ 43.3%		▲ 45.0%	▲ 45.5%		▼ -17%	▼ -1%

美发笔增长1389%，短效染发增速明显

抖音染发产品以**34.74亿**销售额稳居抖音染发品类核心，搭配**36%**正增速，兼顾规模与增长韧性，是该平台的基本盘；**美发笔**（**1.64亿**）增速达**1389%**、**补发笔/发际线粉**（**0.74亿**）增速**174%**，属于**小体量高爆发**赛道，是当前**增长最迅猛**的细分品类；而彩染为2025年抖音新增类目，也意味着该平台染发品类的分类将进一步精细化。

淘宝彩染以**25.53亿**销售额占据主导，但增速仅**-1%**，属于**大体量低增长**的**存量赛道**，需求呈萎缩趋势；**盖白**（**1.59亿**、**57%增速**）、**短效染发剂**（**1.14亿**、**195%增速**）、**补发笔/发际线粉**（**0.09亿**销售额、**50%增速**）等细分品类保持正增长，是淘系的结构性增长机会；漂发剂、其它染烫产品虽规模较小，但增速稳定，可作为补充布局。

抖音-细分品类机会



淘系-细分品类机会



抖音白牌超百倍爆发增长，TOP3地位稳固

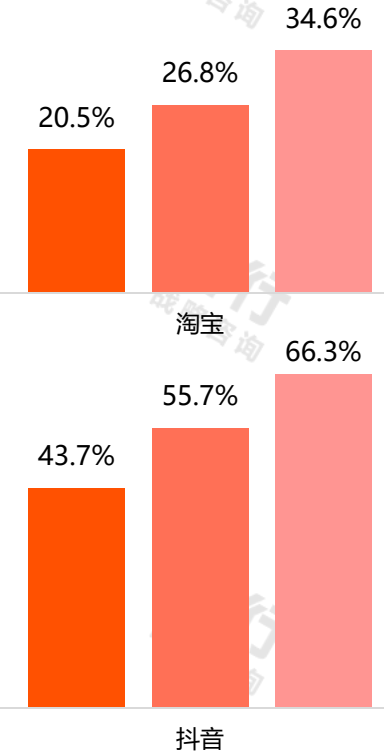
淘宝平台由国外品牌TOP6占据五席，其中**施华蔻**以**2.76亿**销售额、**9.7%**市占居首，但增长为**-2.7%**；其余品牌也呈负增长，传统国际大牌在淘宝的增长已停滞。**忆丝芸**（增长**35.3%**）、**沫芮**（增长**132.0%**）等本土小品牌增速极高，但市占仅1%左右，属于**小份额高弹性**选手。
 抖音平台仅**施华蔻**为国际品牌，其余皆为本土品牌。**彩夕**以**5.18亿**销售额、**13.9%**市占居首，增速达**8283.7%**；**炫染**（+**24281.2%**）、**发菲彩**（+**11661.6%**）等多个新兴白牌都呈现出**超百倍**的高爆发增长，**侗染**、**OKCS**、**韩悃**等TOP品牌也保持双位数高增长，是抖音的核心增长动力。
 淘宝是国际大牌的存量市场，增长依赖本土小牌的弹性；抖音是本土品牌的增量市场，头部品牌集中度高、增长爆发力强。

排名	淘宝TOP品牌名	销售额	市占	增长
1	schwarzkopf/施华蔻	2.76亿	9.7%	-2.7%
2	l'oreal/欧莱雅	1.57亿	5.5%	-3.6%
3	les3chenes/三橡树	0.57亿	2.0%	-7.7%
4	okcs	0.54亿	1.9%	-3.0%
5	bigen/美源	0.41亿	1.4%	-21.5%
6	kao/花王	0.40亿	1.4%	-24.0%
7	st. dicarlo/圣迪卡洛	0.38亿	1.3%	100.3%
8	韩悃	0.36亿	1.3%	1.3%
9	hoyu/美源	0.34亿	1.2%	22.9%
10	eisansun/忆丝芸	0.32亿	1.1%	35.3%
11	murrayle/沫芮	0.29亿	1.0%	132.0%
12	同仁堂	0.26亿	0.9%	-44.1%
13	savol/章华	0.25亿	0.9%	9.8%
14	amore/爱茉莉	0.24亿	0.9%	-15.7%
15	h5	0.24亿	0.8%	63.6%
16	fivecereal's/韩方五谷	0.22亿	0.8%	-52.8%
17	翘宠	0.19亿	0.7%	23.5%
18	宣若	0.19亿	0.7%	6.9%
19	出众	0.18亿	0.6%	340.9%
20	侗染	0.17亿	0.6%	213.6%

排名	抖音TOP品牌名	销售额	市占	增长
1	彩夕	5.18亿	13.9%	8283.7%
2	侗染	4.07亿	11.0%	25.3%
3	OKCS	3.58亿	9.6%	78.7%
4	FLWB/韩悃	2.02亿	5.4%	35.0%
5	染立方	1.37亿	3.7%	357.5%
6	清丝语	1.32亿	3.5%	173.2%
7	Schwarzkopf/施华蔻	1.13亿	3.1%	24.3%
8	KONSTANK.S.T	0.70亿	1.9%	-
9	高缇雅/GOTDYA	0.67亿	1.8%	-16.2%
10	BOLAMB/宝然	0.65亿	1.8%	6.2%
11	炫染/炫染	0.65亿	1.7%	24281.2%
12	迦恩	0.46亿	1.2%	66.4%
13	忆丝芸/EiSANSUNE	0.42亿	1.1%	409.1%
14	劳丽诗	0.42亿	1.1%	-
15	ZEESEA/滋色	0.39亿	1.0%	-
16	悦可丝	0.37亿	1.0%	56.2%
17	发菲彩	0.36亿	1.0%	11661.6%
18	彩运来	0.31亿	0.8%	1291.8%
19	植华士	0.30亿	0.8%	-95.6%
20	染博士	0.29亿	0.8%	6.3%

头部品牌集中度

■ CR5 ■ CR10 ■ CR20



数据维度：2025年1-9月

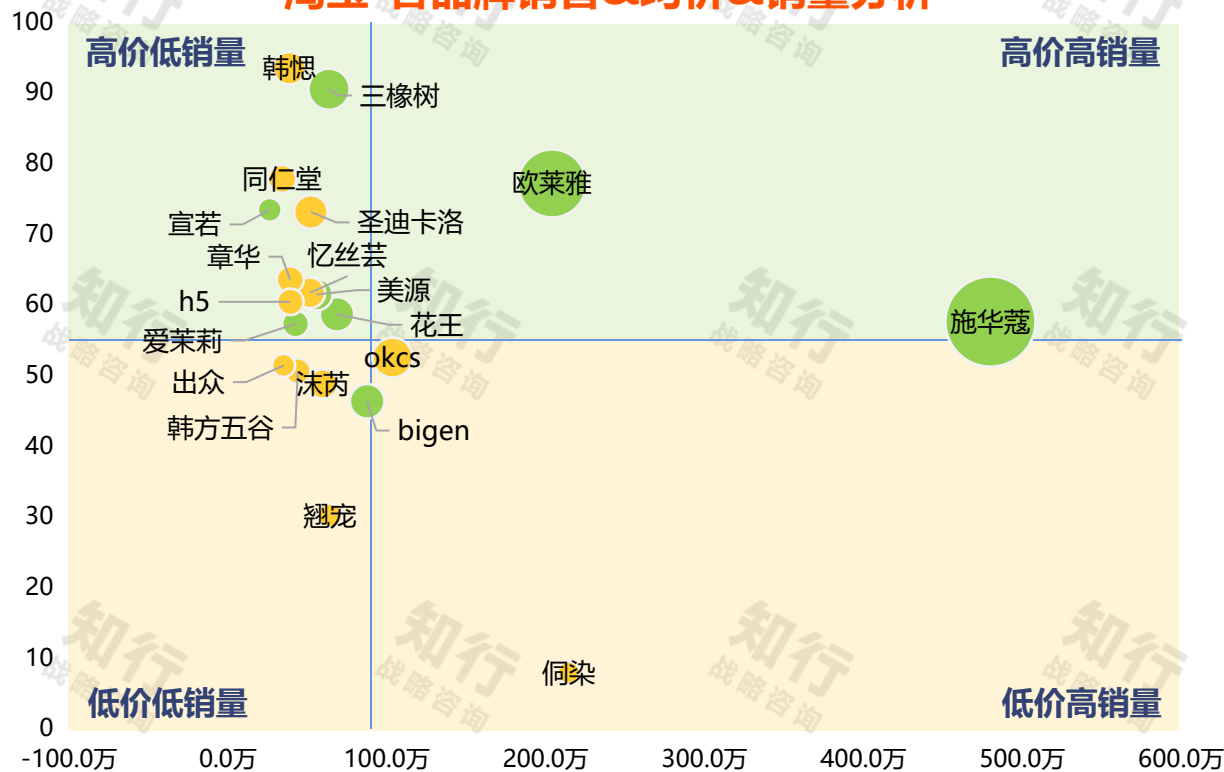
彩夕销量超1000万，施华蔻、欧莱雅高价高销

淘宝平台，施华蔻、欧莱雅凭借大众心智及线下门店的品牌积淀，稳稳占据高价高销区间；国货品牌OKCS则在低价带实现高销，其余多数国货（如翘宠、韩方五谷）分布在低价低销区域，整体中低价带的竞争相对分散。

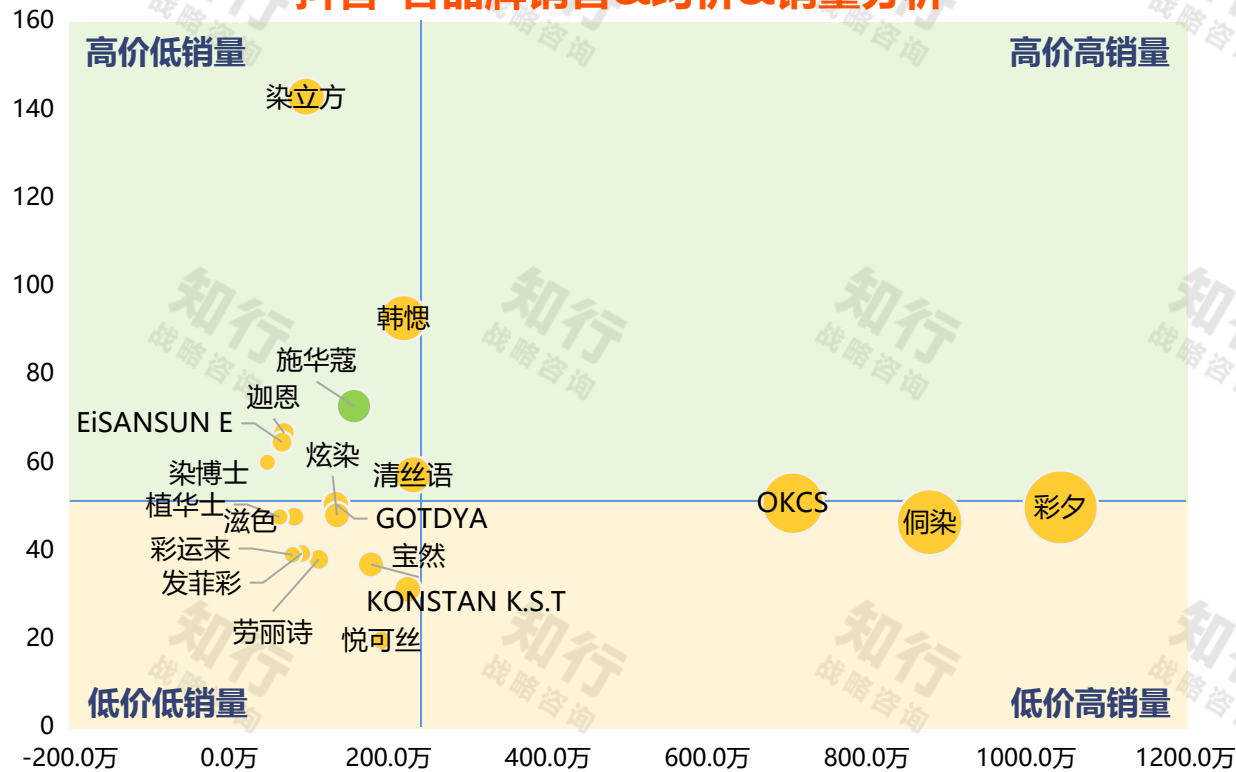
抖音平台，彩夕、侗染、OKCS是该渠道的核心主力，三者均价集中在50元左右的同一区间，但销量差异明显，已形成梯队分层；同时，染立方、韩愔以高价低销的模式跻身销售额TOP5。值得注意的是，抖音端部分国货（如劳丽诗、悦可丝）处于低价低销阵营，头部品牌的销售额更是达到尾部品牌的10倍以上，市场集中度极高。

从用户侧的价格偏好来看，两个渠道呈现出显著差异：淘宝用户对高价国外品牌具备一定支付意愿，典型如施华蔻便实现了高价与高销的双向兑现；而抖音用户的价格敏感度更高，低价定位的国货更易在该渠道同时撬动高销量与高销售额。

淘宝-各品牌销售&均价&销量分析



抖音-各品牌销售&均价&销量分析



淘宝-染发-细分品类品牌排名

彩染				盖白				短效染发剂			
排名	品牌名	销售额	市占	排名	品牌名	销售额	市占	排名	品牌名	销售额	市占
1	schwarzkopf/施华蔻	2.44亿	9.6%	1	schwarzkopf/施华蔻	0.16亿	10.3%	1	翘宠	0.08亿	6.8%
2	l'oreal/欧莱雅	1.49亿	5.9%	2	侗染	0.15亿	9.5%	2	merryful/美源坊	0.07亿	6.0%
3	les3chenes/三橡树	0.55亿	2.2%	3	染立方	0.14亿	9.0%	3	kelemilla/克米拉	0.05亿	4.1%
4	okcs	0.54亿	2.1%	4	韩金靓	0.06亿	3.9%	4	kao/花王	0.04亿	3.2%
5	st. dicarlo/圣迪卡洛	0.38亿	1.5%	5	my.organics	0.03亿	1.6%	5	栩生	0.03亿	2.3%
6	bigen/美源	0.37亿	1.4%	6	bigen/美源	0.02亿	1.2%	6	fanic/梵尼卡	0.02亿	2.1%
7	kao/花王	0.36亿	1.4%	7	les3chenes/三橡树	0.02亿	1.2%	7	出众	0.02亿	2.0%
8	韩悫	0.35亿	1.4%	8	美飘扬	0.02亿	1.1%	8	schwarzkopf/施华蔻	0.02亿	2.0%
9	hoyu/美源	0.34亿	1.3%	9	哈尼罕	0.01亿	0.9%	9	doup	0.02亿	1.7%
10	murrayle/沫芮	0.29亿	1.1%	10	othe	0.01亿	0.8%	10	bigen/美源	0.02亿	1.7%
11	eisansun/忆丝芸	0.29亿	1.1%	11	l'oreal/欧莱雅	0.01亿	0.7%	11	梵靖	0.02亿	1.6%
12	同仁堂	0.24亿	1.0%	12	savol/章华	0.01亿	0.6%	12	梦莉悦	0.02亿	1.5%
13	amore/爱茉莉	0.24亿	0.9%	13	珍草堂	0.01亿	0.6%	13	jifus/季肤爽	0.01亿	1.0%
14	savol/章华	0.24亿	0.9%	14	彩运来	0.01亿	0.6%	14	无品牌 (无注册商标)	0.01亿	1.0%
15	h5	0.24亿	0.9%	15	美飘思	0.01亿	0.6%	15	abini/艾比意	0.01亿	0.9%
16	宣若	0.19亿	0.7%	16	南京同仁堂	0.01亿	0.5%	16	明字堂	0.01亿	0.9%
17	fivecereal's/韩方五谷	0.18亿	0.7%	17	seedbee	0.01亿	0.5%	17	orginese/欧橘	0.01亿	0.8%
18	pozitilan/泊紫汀兰	0.17亿	0.7%	18	fanic/梵尼卡	0.01亿	0.5%	18	ohico	0.01亿	0.7%
19	出众	0.16亿	0.6%	19	发乐美	0.01亿	0.4%	19	brh (日化用品)	0.01亿	0.7%
20	玫丽盼	0.16亿	0.6%	20	kao/花王	0.01亿	0.4%	20	首魅国际	0.01亿	0.6%

抖音-染发-细分品类品牌排名

染发产品				美发笔				补发笔/发际线粉			
排名	品牌名	销售额	市占	排名	品牌名	销售额	市占	排名	品牌名	销售额	市占
1	彩夕	4.81亿	13.8%	1	劳丽诗	0.39亿	23.6%	1	ZESEA/滋色	0.39亿	52.3%
2	侗染	4.07亿	11.7%	2	发菲彩	0.35亿	21.4%	2	劳丽诗	0.04亿	5.2%
3	OKCS	3.58亿	10.3%	3	彩夕	0.33亿	20.4%	3	彩夕	0.04亿	4.9%
4	FLWB/韩悝	2.00亿	5.8%	4	韩姿妮	0.06亿	3.9%	4	TWG	0.02亿	3.1%
5	染立方	1.37亿	3.9%	5	果小染	0.04亿	2.5%	5	蜜束	0.01亿	1.9%
6	清丝语	1.32亿	3.8%	6	栩生	0.03亿	1.6%	6	Sweetmint	0.01亿	1.9%
7	Schwarzkopf/施华蔻	1.13亿	3.3%	7	丝琳	0.02亿	1.4%	7	首魅国际	0.01亿	1.3%
8	KONSTANK.S.T	0.70亿	2.0%	8	FLWB/韩悝	0.02亿	1.2%	8	栩生	0.00亿	0.5%
9	高缇雅/GOTDYA	0.67亿	1.9%	9	首魅国际	0.01亿	0.4%	9	MKINGPRETTY	0.00亿	0.4%
10	BOLAMB/宝然	0.65亿	1.9%	10	养颜仕	0.00亿	0.3%	10	纨素之肤	0.00亿	0.4%
11	炫染/炫染	0.65亿	1.9%	11	芬密码	0.00亿	0.3%	11	鹊桥仙	0.00亿	0.4%
12	迦恩	0.46亿	1.3%	12	MAFFICK	0.00亿	0.3%	12	丝琳	0.00亿	0.3%
13	忆丝芸/EiSANSUNE	0.42亿	1.2%	13	爱兰歌娜	0.00亿	0.2%	13	英派仕	0.00亿	0.3%
14	悦可丝	0.37亿	1.1%	14	AmandaAlice	0.00亿	0.2%	14	MDNG/MDNG	0.00亿	0.3%
15	彩运来	0.31亿	0.9%	15	VONO/富豪	0.00亿	0.1%	15	FLWB/韩悝	0.00亿	0.2%
16	植华士	0.30亿	0.9%	16	VIPABC	0.00亿	0.1%	16	babi/巴比	0.00亿	0.2%
17	染博士	0.29亿	0.8%	17	DAMMOSI	0.00亿	0.1%	17	韩植皙	0.00亿	0.2%
18	俪缇	0.24亿	0.7%	18	杜本那	0.00亿	0.1%	18	foreverkey	0.00亿	0.2%
19	百乐岛	0.24亿	0.7%	19	百乐岛	0.00亿	0.1%	19	爱兰歌娜	0.00亿	0.1%
20	果香彩	0.23亿	0.7%	20	雪贝卡	0.00亿	0.1%	20	ESWIND/伊风	0.00亿	0.1%

03

头部品牌抖音拆解



品牌分析——侗染



侗染是一个专注于植物染发剂的品牌，致力于提供安全、温和的染发解决方案。其产品以天然植物成分为基础，结合现代科技，旨在满足消费者对健康染发的需求。



品牌定位：民族植萃染发领导品牌，专注天然植物染发领域

Slogan：泽润靓丽，染护同步

品牌使命：传承侗族千年染发非遗技艺，让传统智慧焕发现代光彩

品牌愿景：成为中国植物染发领域的领导品牌，让“侗染”成为健康染发的代名词

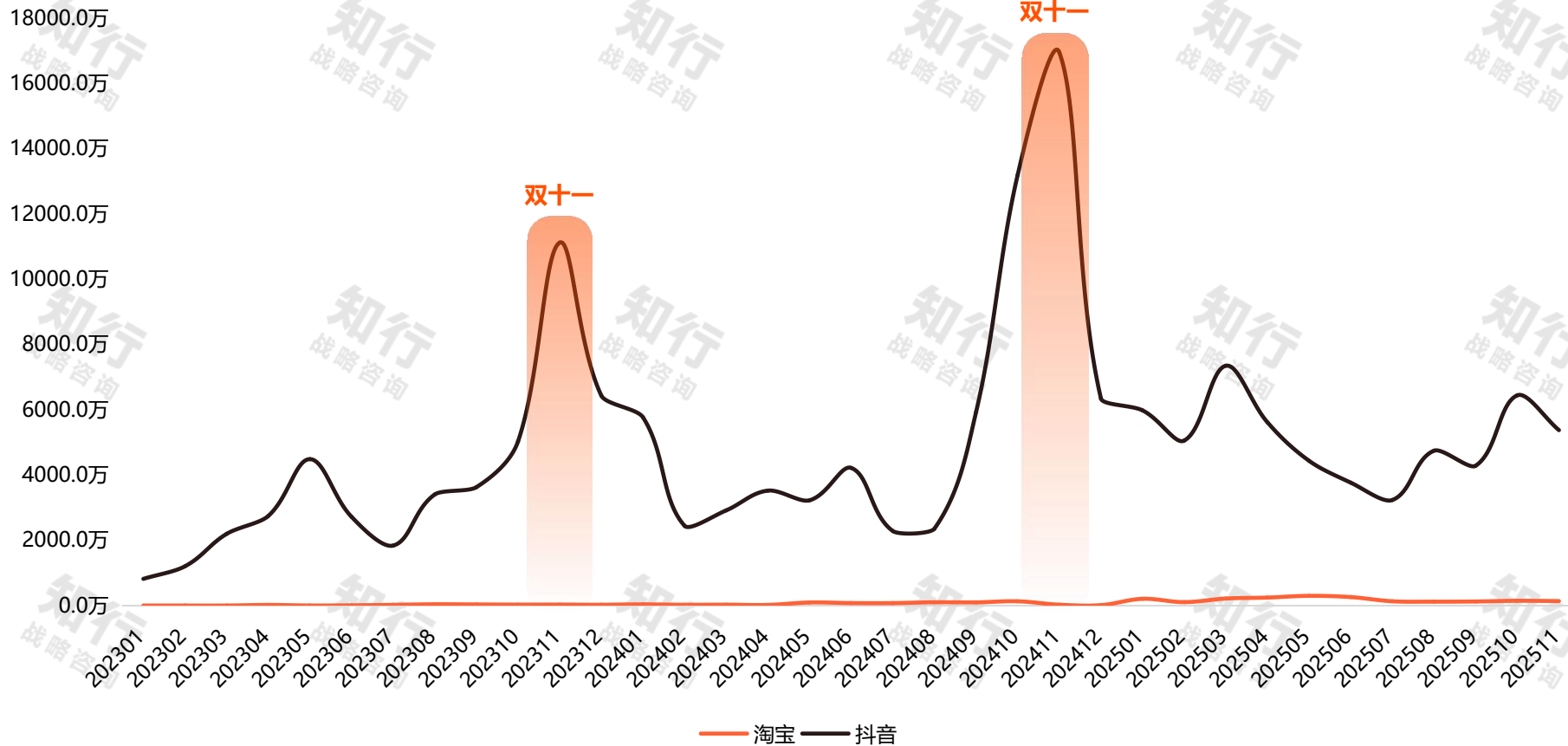
品牌主打产品：植萃护染膏、植物泡泡染发剂、单剂染发膏



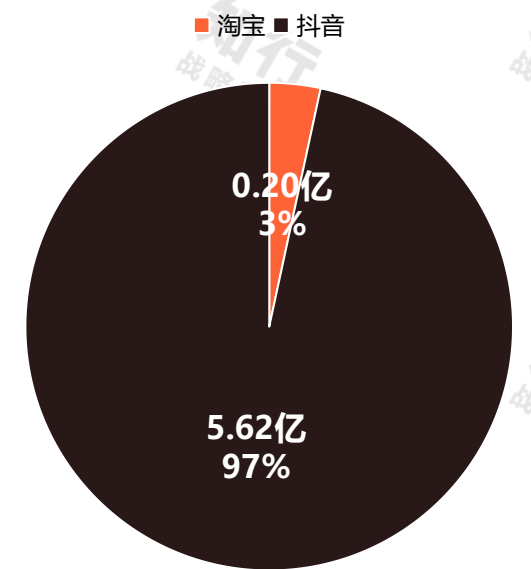
抖音占比97%，双十一销售高点

侗染的线上销售渠道呈现高度集中的特点：抖音是绝对核心渠道，2025年至今销售额达**5.62亿元**，占比**97%**；淘宝渠道虽仅贡献**0.20亿元**（占比**3%**），聚焦**盖白类产品**布局，已是该品类的头部品牌。在销售节奏上，品牌高度依赖大促节点，**双十一**始终是全年销售高峰；而**年中7-8月**会进入销售低谷期。不过其销售额的基础层级逐年抬升，从2023年的**2000万级**，稳步跃升至2025年的**3000万级**。

2023.01-2025.11线上渠道销售趋势



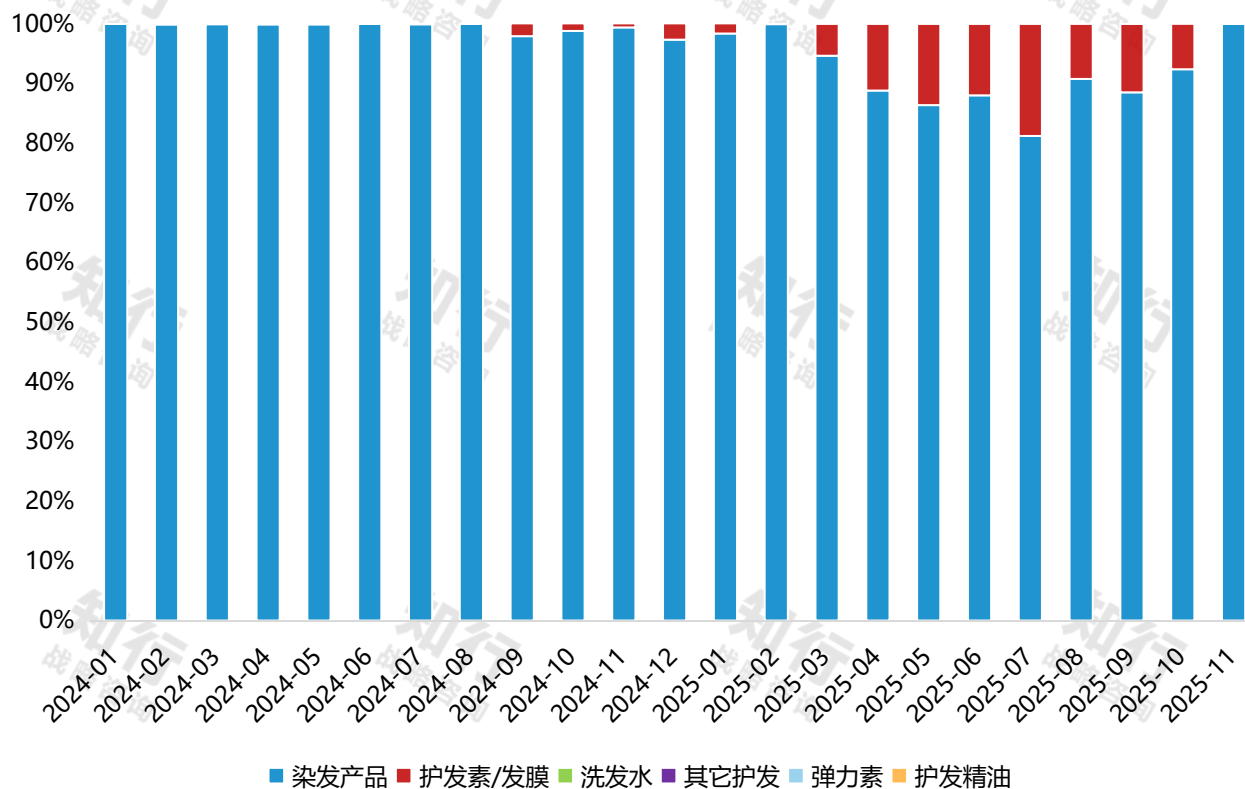
2025YTD渠道销售额占比



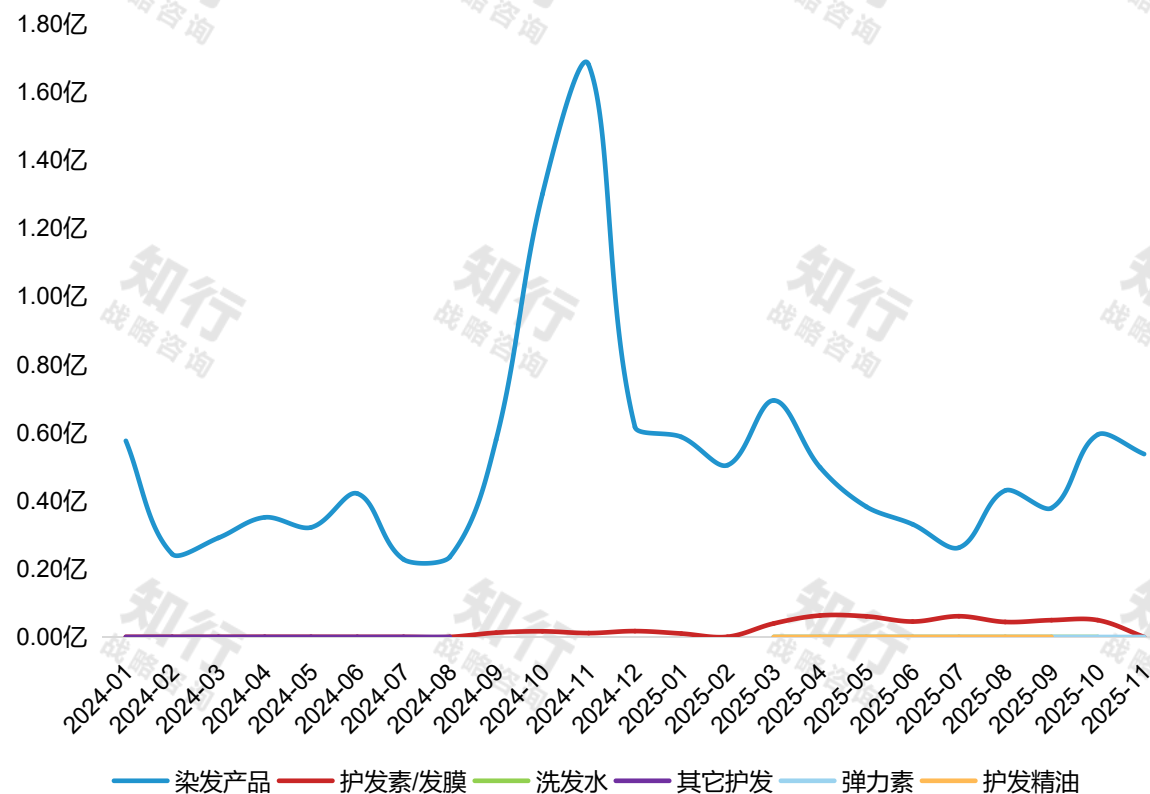
染发盖白为核心，边缘品类补充

侗染在抖音渠道呈现**单一品类主导**的布局：**染发产品**是绝对核心（占比超90%），是销售额的唯一主力，销售高峰集中在大促节点；**护发/发膜、洗发水**等其他品类占比极低，仅作为**边缘品类补充**，对整体品类结构影响可忽略。

品牌抖音主营品类分布



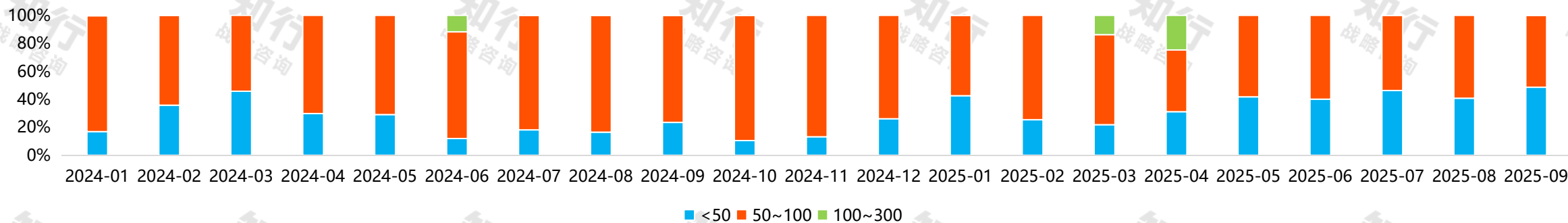
品牌抖音主营品类销售趋势



“盖白染护”抓用户痛点，渗透银发群体

侬染采用“核心价格带聚焦+补充价格带兜底”的亲民定价策略，50-100元为核心区间，<50元为补充区间，代表性产品包括56.9元的二代单剂护染膏（销量260w+）、39.9元的水光固色发膜（销量99w+），精准匹配大众消费需求，尤其贴合银发群体的购买力与消费偏好。产品层面，品牌早期通过签约演员王丽云为形象大使，快速触达并渗透银发核心客群；商品视觉呈现上，重点突出盖白染护、染护一体、植物萃取等核心词条，直击目标群体对高效盖白、温和安全的核心需求痛点，形成精准的产品价值传递。

品牌价格带分布趋势



全新升级
三代单剂护染膏
真单剂

官方正品 理想遮盖白发
盖白染护 不含氨水

二代单剂护染膏
售价：56.9/件
销量：260w+



专业染发轻松盖白
染护一体 染发也护发

惊喜加赠

明星推荐 无需调配 精华染护

单剂染发膏
售价：59.9/件
销量：210w+



染美人 品牌大促

官方正品

到手价：
59.9 买一盒送一盒

染美人植物滋润染发乳
售价：48.9/件
销量：50w+



染护搭档
水光发膜

- ☑ 留香持久
- ☑ 顺滑清爽
- ☑ 植物萃取
- ☑ 蓬松弹润

侬染染护搭配水光发膜

水光固色发膜
售价：39.9/件
销量：99w+

品牌自播占95%，达人聚焦戏曲、乡村等垂类

直播是侗染抖音渠道的绝对主力销售载体，尤其是双十一节点销售额峰值表现尤为突出；商品卡仅贡献少量销售额，视频的销售占比几乎可忽略。销售主体层面，品牌自运营是抖音销售额的绝对核心，贡献占比达95%；达人带货占比仅5%，仅作为渠道端的边缘补充。在达人矩阵布局上，销售额贡献最高的是肩部达人（粉丝量级100万-500万）——其中品牌官方旗舰店是达人渠道的核心业绩支撑，其余合作达人则聚焦戏曲、乡村生活等垂类，其粉丝群体与品牌的银发核心受众高度重合。

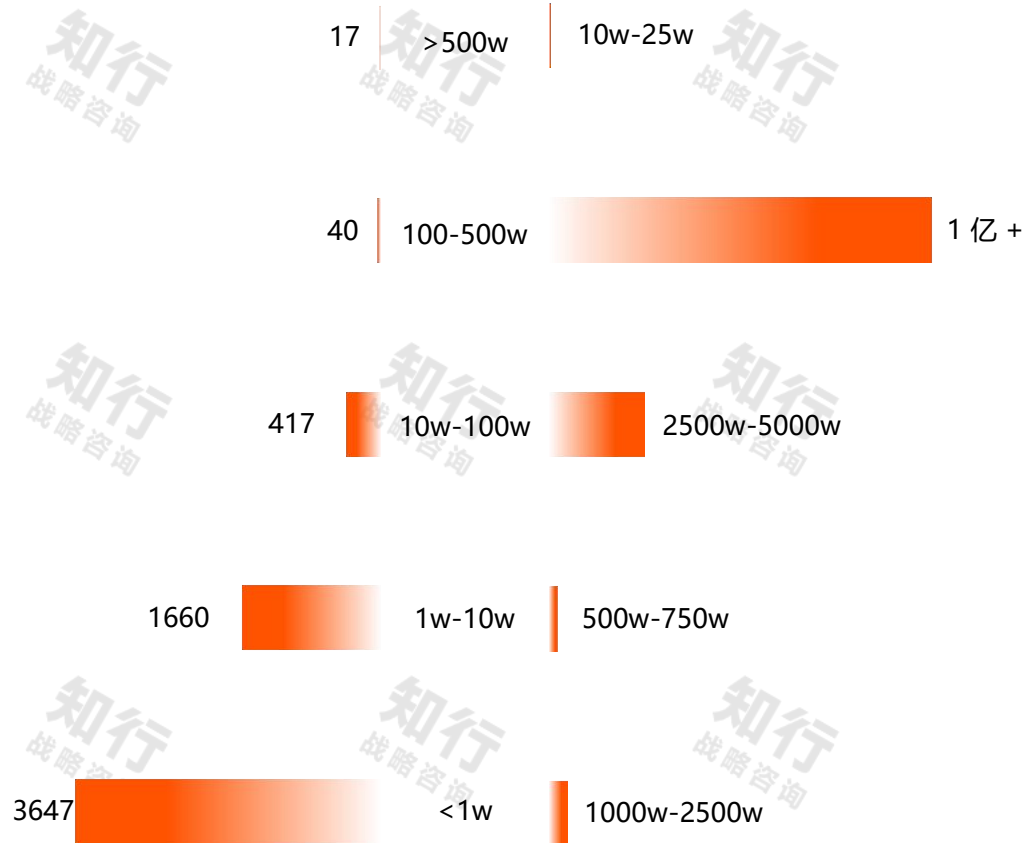
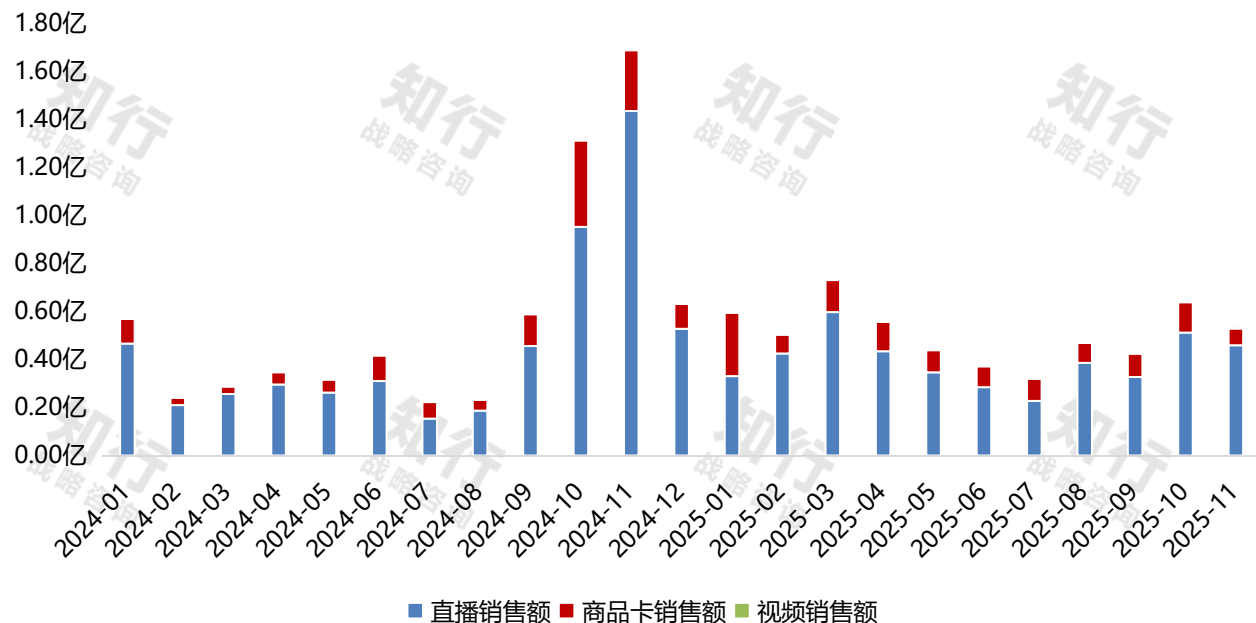
抖音品牌&达人-销售渠道分析



达人占比

销售额占比

抖音直播&商品卡&视频-销售渠道分析



1427.9w播放量，植物萃取、盖白染护为核心传播标签

#侗染染发膏 是侗染的头部传播话题，以1427.9w播放量、2848参与人数领跑——其中“染护”、“植萃”类功能型内容，是用户关注度与传播度最高的方向。#侗染 主话题、#侗染植物泡泡染 等功能细分话题同样热度不俗，播放量均突破100w。品牌以“古法工艺、植物染发、天然、遮盖白发”为核心传播标签，精准击中银发群体“安全染护+高效盖白”的核心需求；而代言人王丽云作为传播标签之一，也成为高效触达该客群的辅助纽带。

话题	参与人数	播放量
#侗染染发膏	2848	1427.9w
#侗染	2539	640.8w
#侗染植物泡泡染	1353	293.2w
#侗染植萃护染膏	1476	190.7w
#侗染膏	264	54.2w
#侗染单剂护染膏	414	49.2w
#侗染染发剂	72	33.1w
#侗染植物萃取	27	30.3w
#侗染护染膏	287	22.9w
#侗染山茶花精油护染液	28	20.0w
#侗染植物染发	194	13.6w
#侗染植物染发膏	124	10.1w
#侗染泡泡染	60	9.1w
#侗染单剂染发膏	132	7.6w
#侗染染发	83	6.1w
#侗染介绍	2	5.8w
#侗染非遮盖发育	20	5.3w
#侗染新升级单剂护染膏	127	5.2w
#侗染植物护染膏	94	4.9w
#侗染染发直播间	4	3.3w

关键词：古法工艺、植物染发、天然、王丽云、遮盖白发



关于知行

知行
战略咨询

科学洞察 商业赋能

知行合一咨询服务集团

知行咨询是一家专注于科学营销的咨询服务集团，以大数据为核心能力，神经营销学为决策依据，驱动**经营战略、品牌战略、营销战略**三位一体协同发展，帮助企业实现科学增长。通过数据刻画企业业务、数据指导企业业务、脑神经科学指导企业营销，以行为经济学、竞争战略、认知心理学为坚实理论基础，融合战略管理体系和战略执行体系。

知行咨询——数智研究院

行业研究

美妆个护、母婴、食品行业品类深度研究报告

用户洞察

脑神经营销+科学洞察

口碑认证

以数为据，助力品牌发展



知行数智公众号
100+品类洞察免费看



知行小助手
掌握更多电商行业趋势

VALUE

经营使命

以数有据
不让企业走弯路

核心价值观

尊重专业
凡是彻底

企业精神

对标找差距
复盘取机会

经营理念

客户的生意
就是知行人的命

合作企业



服务行业与客户 50+
SERVICE INDUSTRY AND BRAND



以数为据不让企业走弯路