

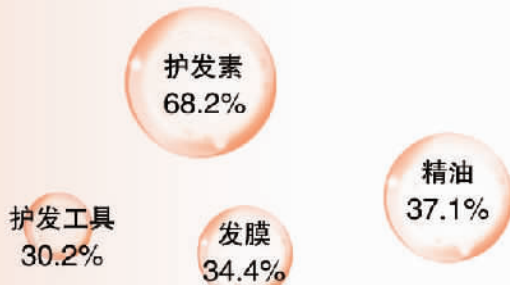
在这里读懂中国消费

洗护产品拓展健康功能



1 洗发护发产品消费情况

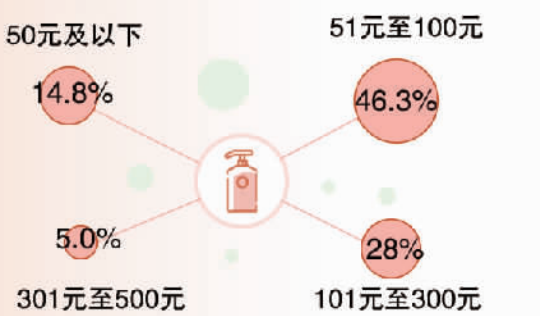
消费者偏好购买的洗发护发产品TOP5 (占比)



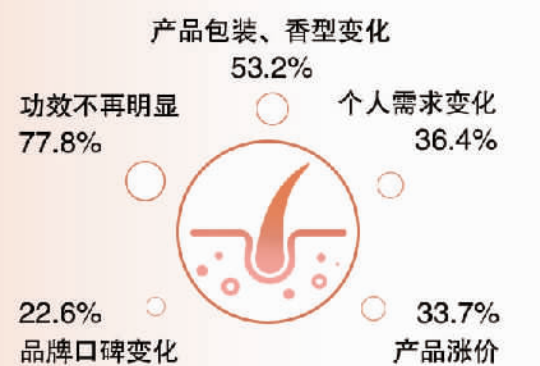
各类功效洗发护发产品销量占比TOP5



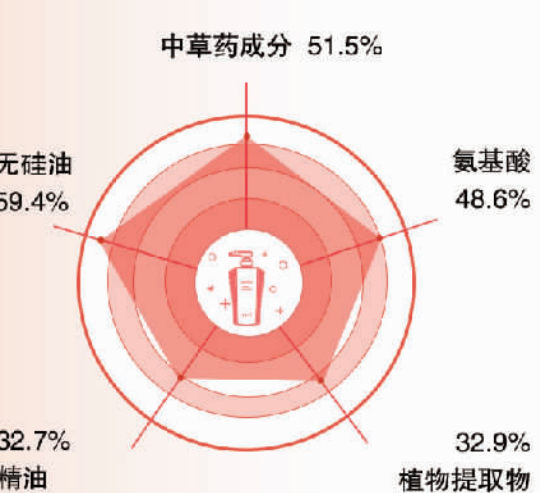
洗发护发单件产品购买预算 (占比)



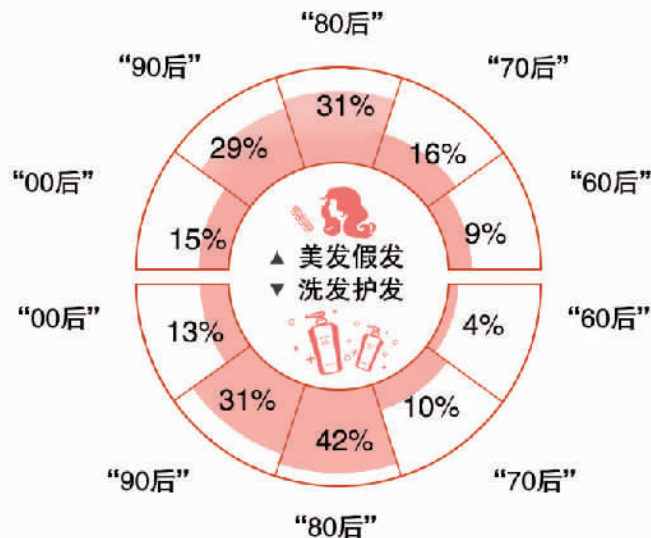
更换洗发护发产品的原因TOP5 (多选)



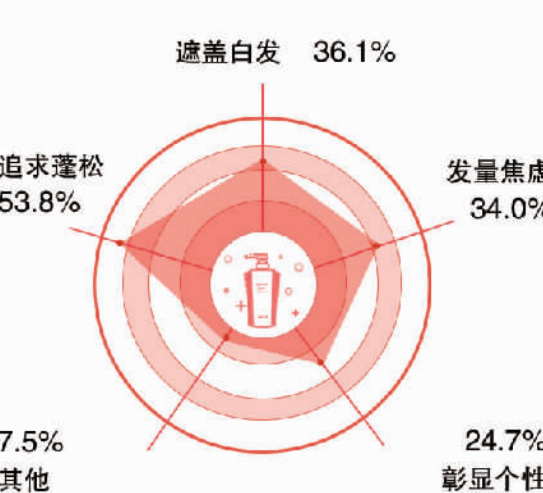
洗发护发产品成分关键词TOP5 (多选)



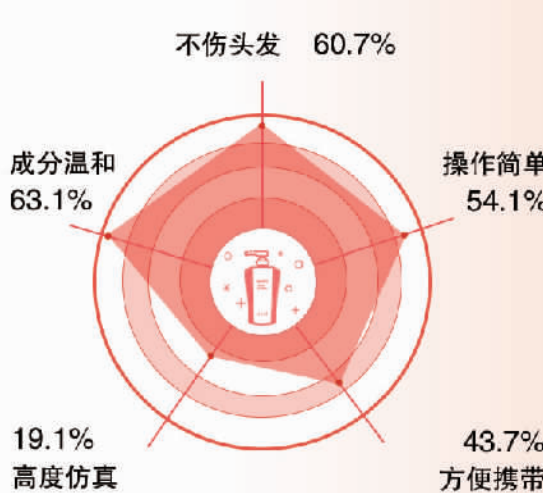
关注洗发护发和美发造型产品的消费者年龄分布



选择美发造型产品的原因 (多选)



美发造型产品关注点TOP5 (多选)



洗发护发产品是消费者的日常刚需。数据显示,防脱、去屑、控油是最受欢迎的三大功效产品。消费者购买洗发护发产品时越发注重天然、温和的特性,其中,无硅油、中草药、氨基酸、植物提取物等是最受欢迎的成分。

洗发护发产品销售增长指数TOP5省份



美发造型产品销售增长指数TOP5省份



说数

随着消费者生活方式和审美观念变迁,曾经以清洁为核心的洗发护发产品,如今正朝着健康化、功能性方向拓展,成为展现个人特色的重要载体。

在洗发护发领域,消费者期待产品能在温和不伤发的前提下,有效解决各类头发头皮问题。同时,美发造型市场也迎来了精细化的创新浪潮,尤其是年轻消费者,热衷于利用个性化的造型配件来彰显自我风格与独特魅力。

数据显示,2024年线上头发与头皮护理市场的商品交易总额已达123.9亿元,市场规模持续扩大。然而,市场的蓬勃发展也伴随着品牌忠诚度下滑、产品同质化严重等挑战,加上近年来不合格洗护发产品频繁曝光,让行业信任度打了折扣。

在此背景下,消费者的选择变得更加主动与挑剔。他们不仅仔细核对洗护发产品成分表,关注

产品的安全性和有效性,还对产品的包装设计与实际使用体验提出了更高要求。

商家若想在激烈的市场竞争中脱颖而出,需要不断创新,提升产品质量。在研发端,商家应针对消费者的核心需求开发差异化产品,构建全面的功效体系。同时,建立严格的功效验证体系,用科学的数据支撑产品的实际效果,增强消费者对产品的信任感。在营销端,商家要赋予品牌独特的情感价值,与消费者产生情感共鸣,从而提升品牌影响力。在渠道端,商家需实施精细化运营策略,精准定位目标客户群体,提高营销效率,以满足不同消费者的个性化需求。

此外,随着县域农村市场展现出强劲的增长潜力,商家应敏锐抓住这一机遇。通过深入了解各区域市场特性,精准对接本地消费者需求,推出高效的洗护发产品,提升在下沉市场的占有率。



数据周期:
2025年1月16日
至2月25日

更多内容 扫码观看