

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

“颜值经济”从头开始

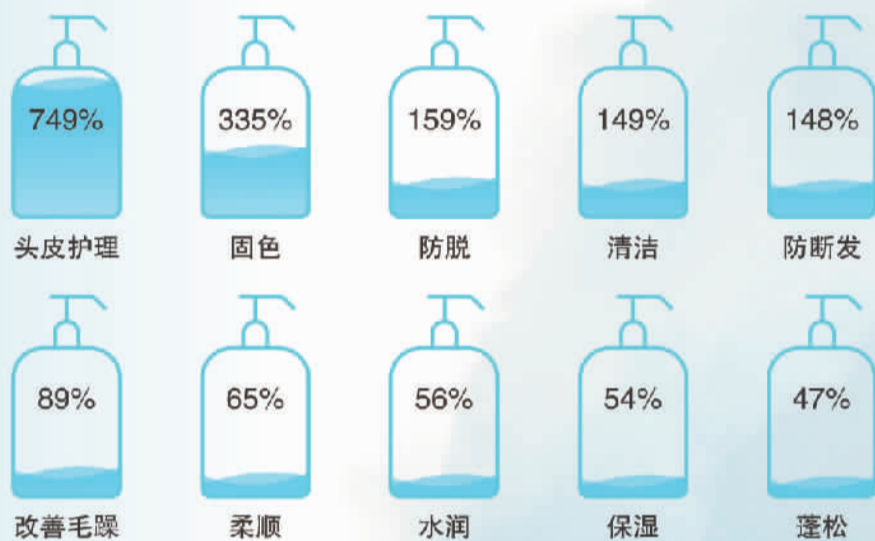


1 洗发护发产品消费趋势

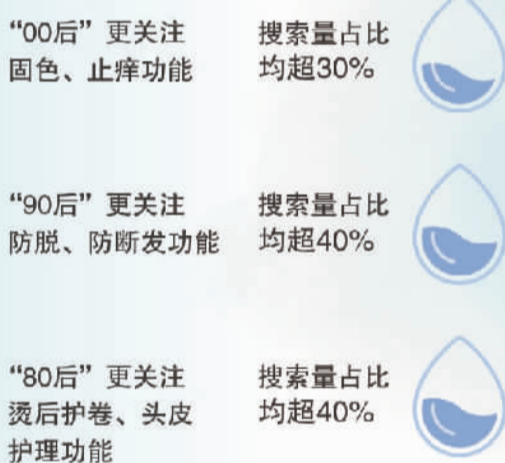
最受关注的洗发护发产品功能 (搜索量占比)



洗发护发产品功能搜索量增长TOP10

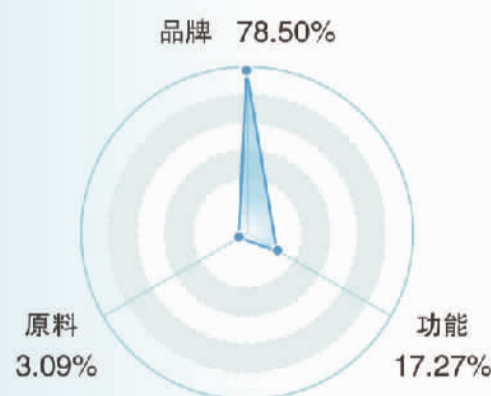


不同人群对洗护产品功能的关注点

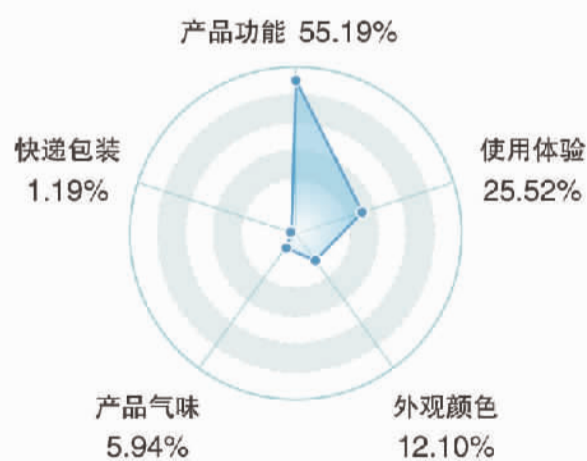


影响洗发水消费的因素

影响购物决策的主要因素 (占比)

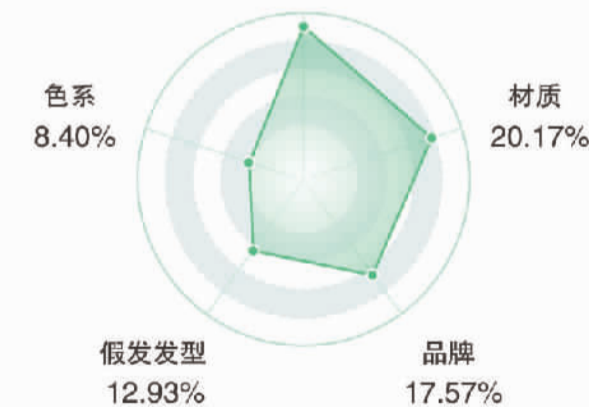


影响复购的主要因素 (占比)

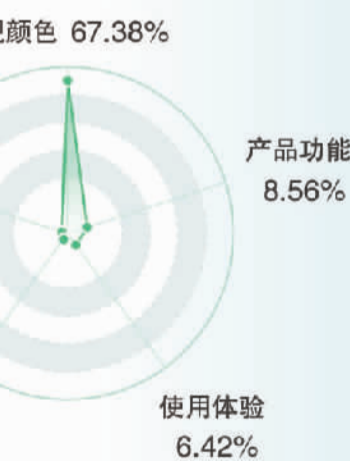


影响马尾假发消费的因素

影响购物决策的主要因素 (占比)



影响复购的主要因素 (占比)



3 美发护发类电器消费趋势

销量同比增长亮眼产品



生发梳消费者关注点 (近一周的搜索量环比增长)



离子/直发梳消费者关注点 (近一周的搜索量环比增幅)

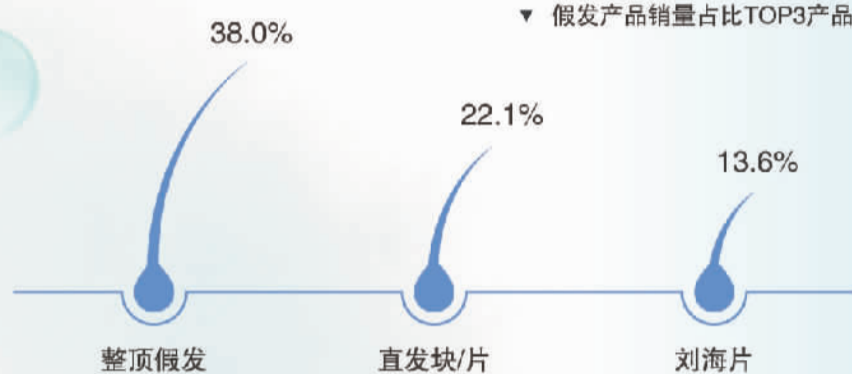


2 美发假发产品消费趋势

美发产品销量占比TOP3产品



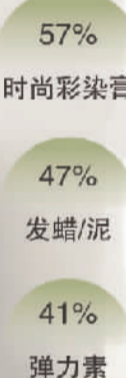
假发产品销量占比TOP3产品



假发产品销量同比增长亮眼产品



美发产品销量同比增长亮眼产品



在头发相关产品中,传统洗发水、护发素销量仍然占据大部分份额,而高端洗护产品则成为新的增长点。其中,超55%的用户将“产品功能”列为购买洗护产品的首要因素,头皮护理、防脱、蓬松等功能获得更多关注。

不同人群对洗护美发产品有着不同消费偏好。“00后”消费者偏爱具有固色、止痒功能的洗护产品;“90后”更关注具有防脱、防断发功能的洗护产品;“80后”消费者更关注头皮护理、烫后护卷等功能,同时偏爱选购造型发包、丸子头等假发产品。

说数

本期点评 董菲

在颜值经济大行其道的当下,许多人会从头到脚细心打扮,因此洗发、护发、美发等与头发相关的产品获得消费者高度关注。目前,消费者洗发需求已经从“洗”过渡到了“洗+护”,并对护理提出更加细分的需求。

在洗护类产品中,洗发水、护发素、盖白染发膏、发膜、润发精华成为销量占比排名前五的产品类型。从消费者对产品的关注点来看,去屑、滋养、控油、修护、蓬松则成为消费者在选购洗护产品时最关注的功效。综合搜索及销售数据看,今年以来“头皮护理”的关注度同比增长749%。同时,由于人们生活节奏加快,作息时间不规律等原因,导致产生脱发、断发等问题,反映在洗护产品上,表现为消费者对具有防脱、防断发功能的产品更为关注。同时,随着居民消费能力提升和消费观念转变,“变美”需求越来越突出。颜值产业链条不断延伸,其中对美发假发产品销量的带动尤为明显。在美发产品中,盖白染发膏、发胶/定型喷雾和发蜡/泥的销量排名前三,而更具时尚元素的染发膏、弹力素等产品的同比增幅更为亮眼,显示出颜值经济带来的巨大消费潜能。

值得注意的是,假发产品早已不仅仅是脱发人士的专利,而是爱美人士的时尚必备品。许多消费者会选择不同造型风格的假发产品与妆容、服饰甚至周边环境进行整体搭配。而在美发电器领域,产品品类也在不断创新。除了传统的电吹风、理发器等产品之外,生发梳、直发梳等新产品凭借个性化的功能,受到众多年轻消费者的青睐。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



数据周期: 2024年1月21日至3月25日

更多内容 扫码观看