



| 懂数据 更懂生意

高举高打个护品牌 墨雪品牌拆解

2025

CONTENTS

01 品牌基础画像

02 主攻赛道分析

03 市场引爆路径

01

PART ONE

品牌基础画像

凡岛集团洗护赛道新猛将：新中式洗护发品牌——墨雪

凡岛创立于2007年，是一家全数据驱动的日化新消费品牌管理公司，布局功效护肤、洗护、家清三个品类，旗下拥有护肤品牌WIS、洗护品牌KONO卡厘、墨雪、赫系，家清品牌魔渍等多个新国货品牌，获得广大消费者的喜爱和支持。

凡岛拥有10余年自主研发经验，始终坚持以科技创新为核心驱动力，不断满足市场和消费者的多样化需求。凡岛研究院每年在创新研发投入超过1000万元，目前拥有超过50项国家授权专利。凡岛自建了2000m²实验基地，包括配方研发实验室、机理研究实验室、微生物研究室、理化检测室等。



KONO®

+WIS+
PROFESSIONAL

赫系

墨雪®

定位” 东方精粹，科学养发 “的新国民洗护品牌

《2023 “新中式” 潮流生活数据报告》表示，中国消费者对**草木成分和气味**的产品，有天生的亲近力与好感度。除了各具特色的**国潮包装**，结合传统草本植物资源与现代科学技术打造产品，是许多品牌在**新中式**赛道闯出一片天的秘诀。

墨雪将**东方美学因子**贯穿品牌定位和产品线。品牌宣称，“以中国古茶萃取的**‘茶多酚’**为灵感，墨雪遵循东方养发之道，将东方美学因素融入洗护日常，让用户在茶香中外养发丝，内修心绪，达到内外自洽的境界”。



2023年墨雪品牌强势进入洗护发市场，年度排行第四；24年小幅回落，位居第五

从品牌数据来看，墨雪所处价格带为50-100元，相较23年同样上榜的瑤品，溢价能力更强

排名	排名变化	品牌	总销售额	品类平均成交价	品类销量	销量占比	品类销售额	市场份额	销售额同比
1	2	head&shoulders/海飞丝	2.5亿~5亿	99.75	250w~500w	3.75%	2.5亿~5亿	5.68%	124.92%
2	-1	KONO	5亿~7.5亿	91.81	250w~500w	3.07%	2.5亿~5亿	4.29%	-3.63%
3	1	roye/若也	1亿~2.5亿	169.79	100w~250w	1.31%	1亿~2.5亿	3.39%	42.75%
4	45	墨雪	1亿~2.5亿	81.41	100w~250w	2.60%	1亿~2.5亿	3.21%	2106.09%
5	7	KERASTASE/卡诗	2.5亿~5亿	255.73	50w~75w	0.72%	1亿~2.5亿	2.81%	287.28%
6	进榜	瑤品	1亿~2.5亿	68.89	100w~250w	2.39%	1亿~2.5亿	2.51%	-
7	1	GOTDYA/高缇雅	5亿~7.5亿	56.54	100w~250w	2.74%	1亿~2.5亿	2.35%	86.97%
8	-2	PANTENE/潘婷	2.5亿~5亿	99.29	100w~250w	1.27%	1亿~2.5亿	1.92%	22.57%
9	进榜	沐念	2.5亿~5亿	290.32	25w~50w	0.43%	1亿~2.5亿	1.88%	17910.92%
10	-1	VS/沙宣	1亿~2.5亿	87.28	100w~250w	1.41%	1亿~2.5亿	1.86%	55.57%



2023年
TOP10品牌

排名	排名变化	品牌	总销售额	品类平均成交价	品类销量	销量占比	品类销售额	市场份额	销售额同比
1	-	head&shoulders/海飞丝	5亿~7.5亿	79	500w~750w	5.09%	5亿~7.5亿	6.13%	58.68%
2	3	KERASTASE/卡诗	5亿~7.5亿	254.53	100w~250w	1.06%	2.5亿~5亿	4.11%	114.74%
3	70	白云山	10亿~25亿	57.29	250w~500w	3.63%	2.5亿~5亿	3.17%	2739.29%
4	-1	roye/若也	2.5亿~5亿	170.94	100w~250w	1.02%	1亿~2.5亿	2.65%	15.08%
5	-1	墨雪	1亿~2.5亿	75.94	250w~500w	1.99%	1亿~2.5亿	2.30%	5.20%
6	2	PANTENE/潘婷	2.5亿~5亿	70.77	250w~500w	2.13%	1亿~2.5亿	2.29%	75.81%
7	6	ADOLPH/阿道夫	2.5亿~5亿	80.89	100w~250w	1.85%	1亿~2.5亿	2.28%	109.55%
8	-6	KONO	2.5亿~5亿	75.01	100w~250w	1.85%	1亿~2.5亿	2.12%	-27.42%
9	6	长发小寨	2.5亿~5亿	123.04	100w~250w	1.02%	1亿~2.5亿	1.92%	95.64%
10	-	VS/沙宣	1亿~2.5亿	87.42	100w~250w	1.36%	1亿~2.5亿	1.81%	42.43%

2024年
TOP10品牌

02

PART TWO

主攻赛道分析

渠道变革给洗护赛道带来新的可能

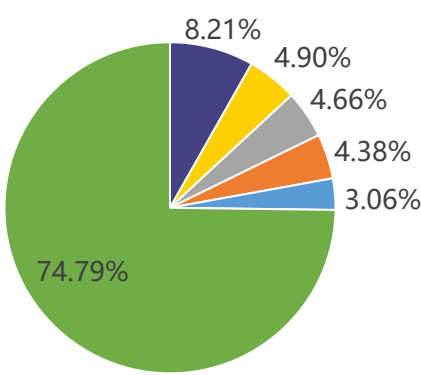
懂数据 更懂生意

兴趣电商平台抖音洗护发赛道持续高速增长，CR5低，未被垄断市场巨大

头部TOP5品牌之外，其他品牌瓜分了剩余八成市场；该赛道并未出现品牌即品类的头部垄断现象，反而因为品牌/产品忠诚度低，汰换竞争激烈

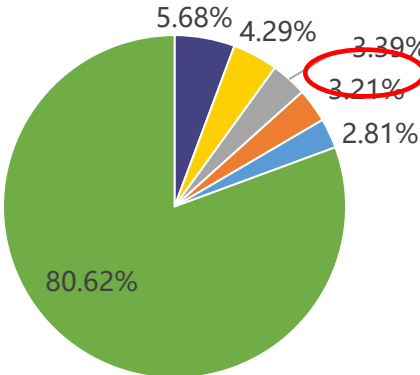
2022年行业TOP5品牌销售额占比

■ KONO ■ 满婷 ■ 海飞丝 ■ 若也 ■ 博滴 ■ 其他



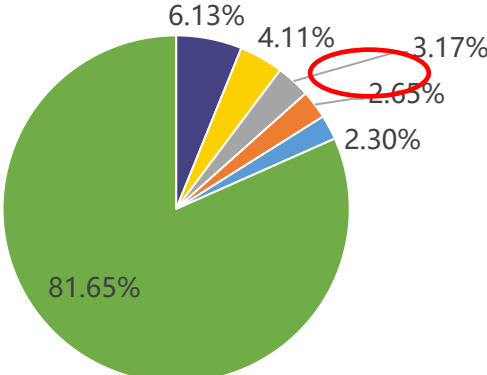
2023年行业TOP5品牌销售额占比

■ 海飞丝 ■ KONO ■ 若也Roye ■ 墨雪 ■ 卡诗 ■ 其他



2024年行业TOP5品牌销售额占比

■ 海飞丝 ■ 卡诗 ■ 白云山 ■ 若也 ■ 墨雪 ■ 其他



抖音洗护发行业	总销量	总销售额	销售额同比
2022年	1亿 ~ 2.5亿	75亿~100亿	+110.47%
2023年	1亿 ~ 2.5亿	75亿~100亿	+75.62%
2024年	2.5亿 ~ 5亿	100亿 ~ 250亿	+41.73%

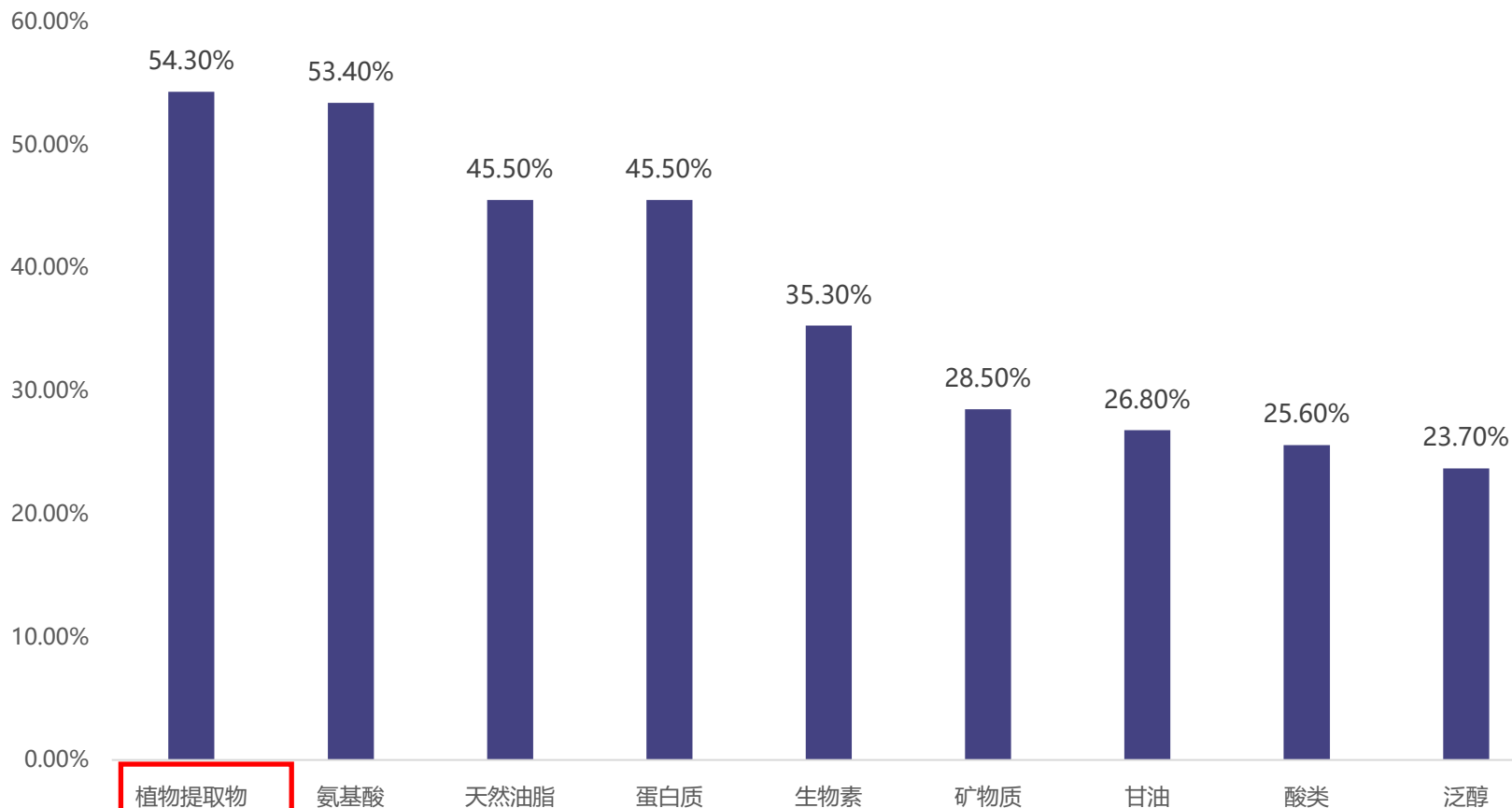
以原料端的差异化打入市场

懂数据 更懂生意

消费者对成分了解和关注程度持续提高，植物提取物为关注第一

从该趋势可以看出，护肤行业的“天然成分养肤”趋势已经扩散至洗护发行业，未来消费者对国货产品的植萃成分倾向性会更强

消费者关注的洗护发成分类型



人参、银耳



姜



人参



九种植萃成分

根植体量最大市场需求确定主打卖点，利用成分差异化建筑产品护城河

专注于已经教育好的【控油】、【去屑】市场，通过与化学添加剂产品不同的天然植萃成分产品，实现成熟市场的换品收割

2022年	属性值	市场规模	同比增长率
1	控油	10亿~25亿	244.59%
2	去屑	10亿~25亿	413.47%
3	清洁	7.5亿~10亿	672.42%
4	滋润	5亿~7.5亿	486.10%
5	芳香	2.5亿~5亿	912.03%

2023年	属性值	市场规模	同比增长率
1	控油	10亿~25亿	50.93%
2	去屑	10亿~25亿	72.01%
3	清洁	10亿~25亿	69.14%
4	蓬松	10亿~25亿	176.00%
5	芳香	5亿~7.5亿	43.22%



2022年控油去屑洗发水仍主要以**化学添加剂**为主要成分，但此时原本在护肤领域火爆的“成分党”与“溯源党”，开始延伸到洗护领域，催生**天然成分需求**。



专注控油去屑卖点，提出“洗发亦养发”，借力大促完成爆发

2023年初正式推出首款洗护产品

茶净控油洗发水



专注控油去屑的需求卖点
提出茶萃精华以洗护养肤



2023年双十一冲榜至
抖音洗发水店铺Top5;
双十二冲榜至Top2



2024年年初斩获
【ICIC科技创新头护产品奖】



03

PART THREE

市场引爆路径

产品卖点拆解

懂数据 更懂生意

精准定位功效型洗发水，产品控油去屑组合——“茶多酚 + OCT”

云南勐海古茶树基地的证明



精准定位痛点：从根源处延缓头皮头油速度，实现**控油** 3-4 天的效果，降低用户洗头频率。

技术突破：采用双菌共生的方式发酵，**茶多酚**含量是普通茶叶水的8倍，复配了**OCT去屑剂**，具有减少头皮皮脂的分泌、减少油脂氧化、分解过氧化物的功效。

检测报告依据：100位油性头皮（头皮油脂含量 $\geq 100\mu\text{g}/\text{cm}^2$ ）受试者连续6天使用墨雪茶净控油洗发产品后，98%受试者认可**出油有改善**，99%受试者认可**去屑效果好**，100%受试者认可**温和无刺激**。



竞争分析：同价格带产品以天然成分取胜；同类成分产品以性价比取胜

从2023年洗护发行业TOP10控油产品来看，仅有墨雪主打茶多酚成分，其他多为化学成分或生姜成分

TOP10控油洗护发商品名称
【含赠品到手四瓶】高缇雅老 姜王 洗发水防脱控油蓬松去屑洗护套装乳
KONO卡厘全新升级蓬松小K瓶 洋甘菊精粹 天然控油洗发水「高能感」
浅香樱花 氨基酸 香氛护发洗发水控油蓬松去屑留香持久滋养修护2瓶
KONO卡厘经典小K瓶洗发水轻盈控油去屑高纯度 烟酰胺
海飞丝洗发水清爽控油去屑止痒洗头膏露男女士官方旗舰店正品直播
KONO经典小K瓶控油蓬松净屑洗发水高纯度 烟酰胺
【含赠品到手四瓶】高缇雅 生姜 防脱洗发水草本去屑控油女大容量固发
宝利优润去屑控油洗发乳 蓬松洗发水 烫染护理护发素 持久留香
去屑止痒蓬松洗发水【 茶净 控油】墨雪控油蓬松洗发水清爽轻盈留香
【热巴同款】Roye若也 植萃 去屑止痒洗发水洗头膏控油蓬松留香

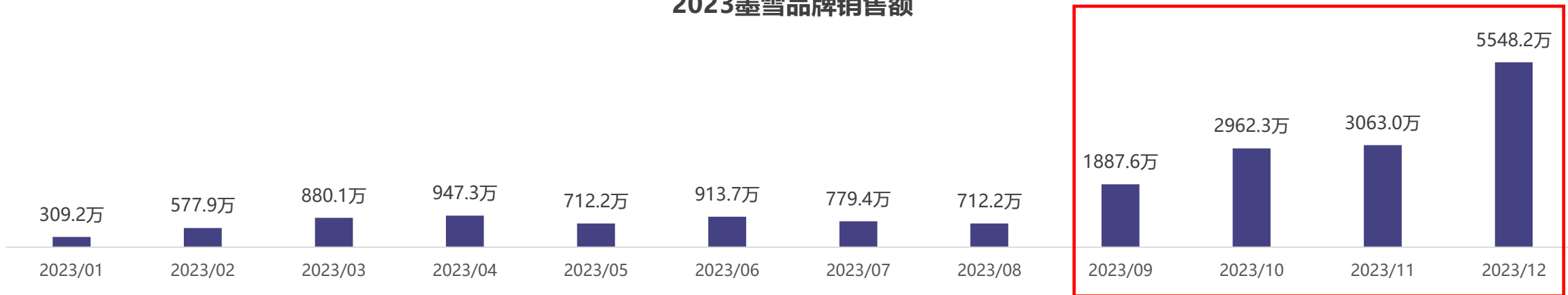
	墨雪	海飞丝	阿道夫
技术	红茶双酵	吡硫鎇锌	植物精油
核心成分	古树茶多酚+OCT	化学去屑剂	单一植物提取
功效时长	72小时	48小时	24小时
定价	9.8元/100g	8.5元/100g	21.8元/100g
产品主图			

爆款单品引爆路径拆解

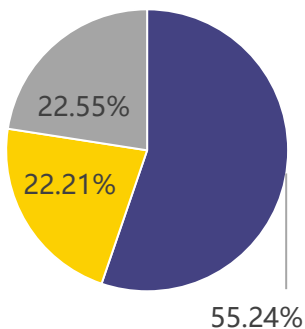
懂数据 更懂生意

与其他从零到一的新品牌不同，墨雪该阶段对直播依赖程度较少，直播占比仅有55%，同时启动视频带货，实现病毒式裂变营销

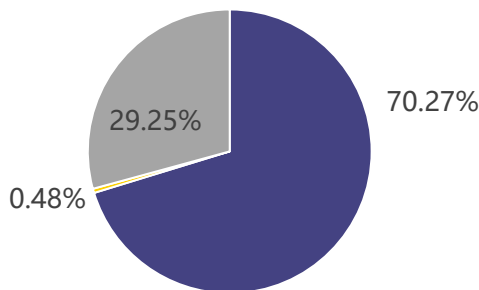
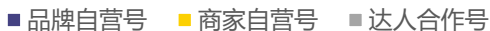
2023墨雪品牌销售额



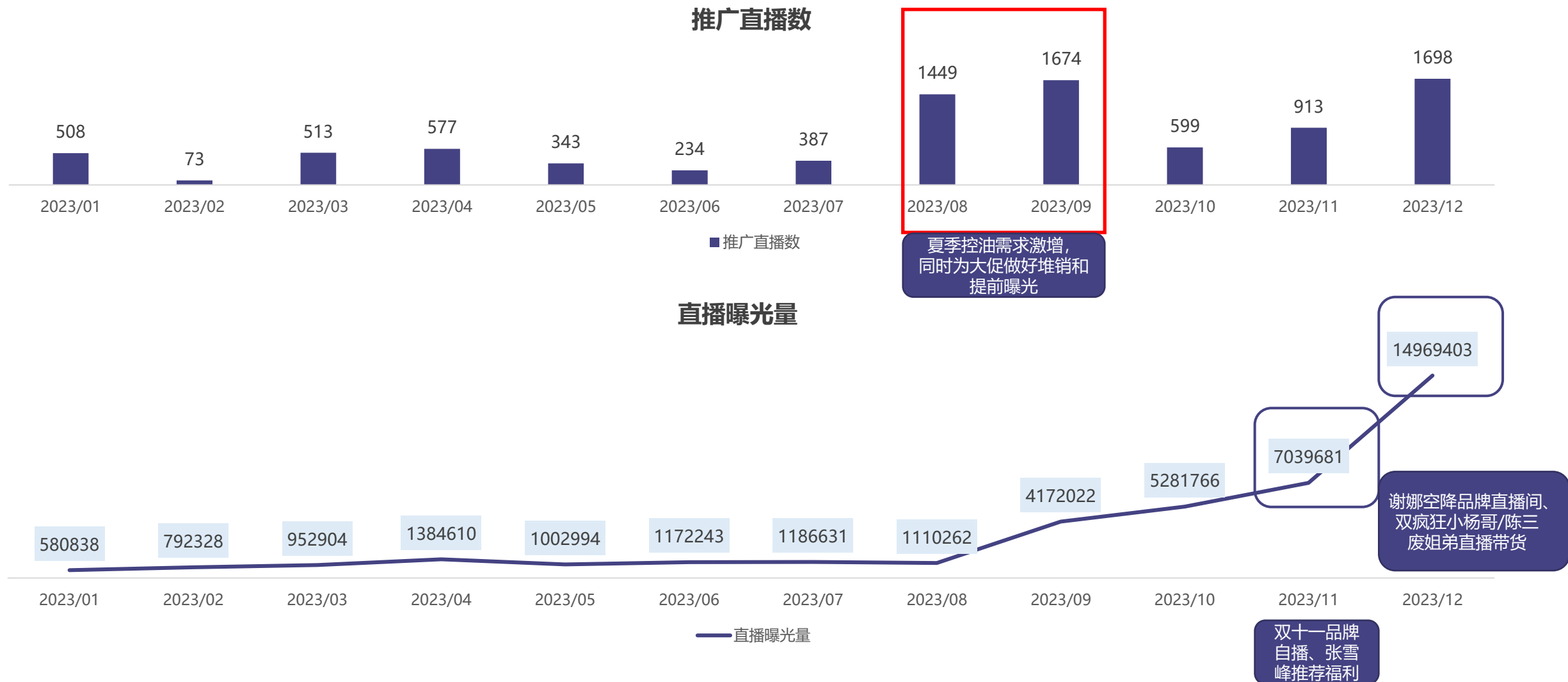
销售额占比



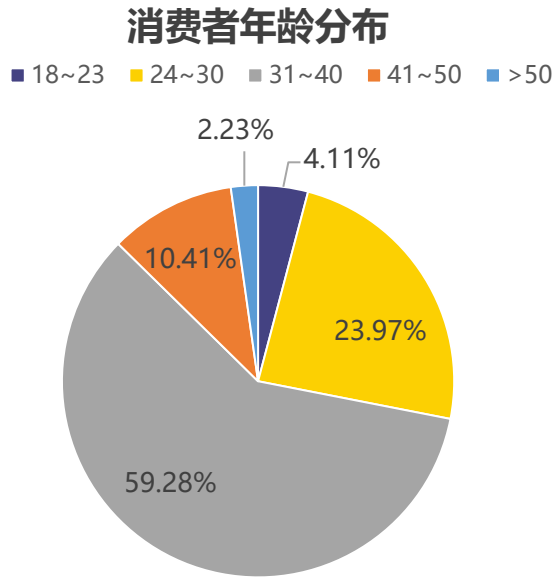
销售额



节奏区分明显，从大促后7月平销月开始投子弹，在控油需求核心爆发的夏季完成第一波堆销和曝光；大促期拥抱头部主播完成收割



在与陈三废姐弟的带货直播中，墨雪提供了180ml的中样秒杀，扩大声量的同时，在当场直播中完成高效收割



开播时间	下播时间	观看人次	本场销售额	本场销量	客单价
2023.12.03 20:00	2023.12.04 00:04	431.4w	250w~500w	2.5w~5w	58.41

陈三废直播间，出或换

好不容易抢到了，有友友想要吗？

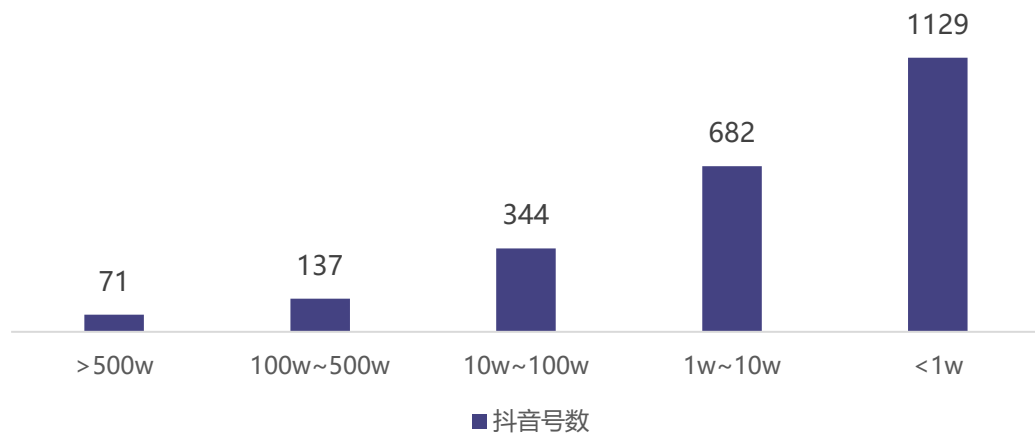
#陈三废直播间 #大鹅 #墨雪洗发水

我飘了，抢了四单，😂

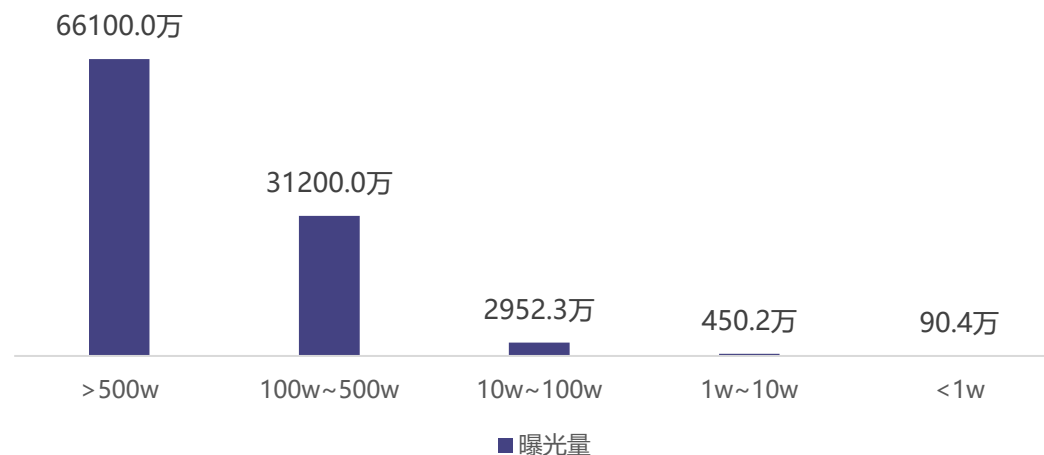
#陈三废 #洗发水

2023年达人矩阵投放策略：头部带货，中腰部讲故事，尾部造势

抖音号数



曝光量



国货崛起！这款墨雪茶萃去屑洗发雪适合国人发质，真心值得推荐#墨雪洗发水#无限...
发布时间：2023/06/05 18:00

与头部达人张雪峰的电商合作视频曝光量1637.1w，互动量57.8w。



原料溯源：王一楠勐海茶山故事强化品牌情感价值，**点赞数99万。**

超级单品引爆后的持续收割

懂数据 更懂生意

2024年上半年TOP洗发水品牌墨雪位居第二，超级单品茶净控油洗发水在控油洗发水中位于第九位

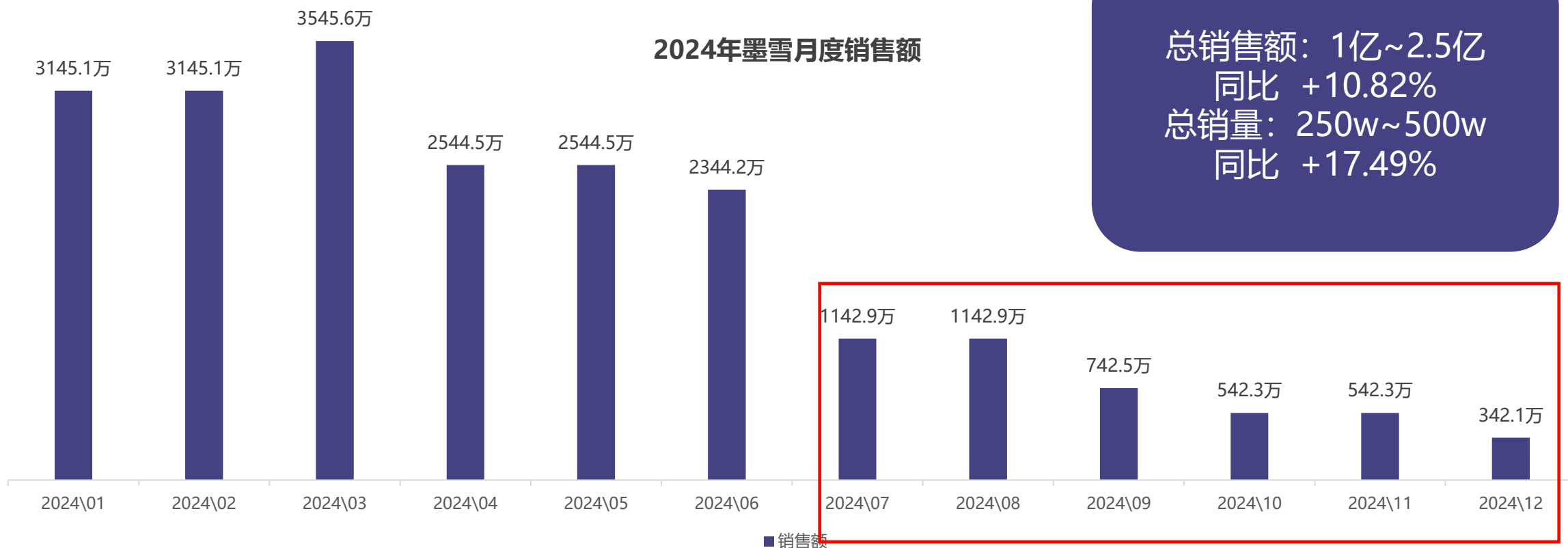
洗发水行业--TOP品牌排行（2024H1）

排名	品牌	品类销售额	市场份额
1	head&shoulders/海飞丝	2.5亿~5亿	6.95%
2	墨雪	1亿~2.5亿	4.24%
3	白云山	1亿~2.5亿	3.85%
4	KERASTASE/卡诗	1亿~2.5亿	3.67%
5	Roye/若也	1亿~2.5亿	2.96%
6	PANTENE/潘婷	7500w~1亿	2.35%
7	KONO	7500w~1亿	2.03%
8	ADOLPH/阿道夫	7500w~1亿	2.03%
9	VS/沙宣	5000w~7500w	1.77%
10	Napattiga	5000w~7500w	1.72%

洗发水行业控油TOP产品排行（2024H1）

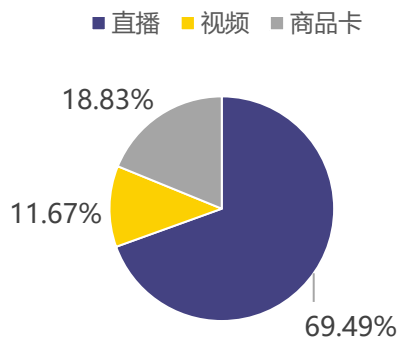
排名	商品名称	品牌名称	销量	销售额
1	【618抢先购】欧莱雅玻尿酸洗发水护发素控油蓬松去油清爽洗发露	L'OREAL/欧莱雅	50w~75w	1亿~2.5亿
2	【官方正品】白云山二硫化硒去屑洗发水洗头膏控油蓬松持久留香洗剂	白云山	100w~250w	5000w~7500w
5	【陈若琳推荐】三个魔发匠二硫化硒控油去屑止痒蓬松大瓶装洗发水TC	三个魔发匠	50w~75w	2500w~5000w
6	阿道夫香氛精油洗发水清爽控油去屑蓬松止痒柔顺洗护套装男女正品	ADOLPH/阿道夫	25w~50w	2500w~5000w
7	龙哥说去屑控油养护三合一多效洗发水	龙哥说	50w~75w	2500w~5000w
9	【热巴同款】Roye若也植萃去屑止痒洗发水洗头膏控油蓬松留香	Roye/若也	10w~25w	2500w~5000w
10	海飞丝去屑止痒洗发水露大容量男士洗头膏控油蓬松官方旗舰店正品	head&shoulders/海飞丝	10w~25w	2500w~5000w
11	【含赠品到手两瓶】博倩姜汁何首乌防脱留香清爽控油蓬松洗发水	BOQIAN/博倩	25w~50w	2500w~5000w
12	去屑止痒蓬松洗发水【茶净控油】墨雪控油蓬松洗发水清爽轻盈留香	墨雪	50w~75w	2500w~5000w
13	【买一送一 到手2瓶】白云山二硫化硒去屑洗发水清爽止痒控油蓬松	白云山	50w~75w	2500w~5000w

从2024年墨雪的销售来看，Q1完成最大额成交，Q2借助618大促完成收割，下半年销售下滑严重

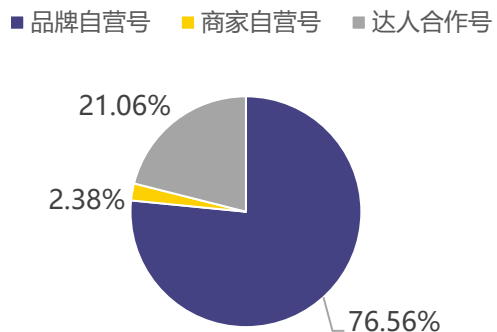


2024年销售方式仍以品牌自播为主，直播占比增加至近70%，线上推广力度持续减弱

销售额占比



带货渠道分布



推广直播数

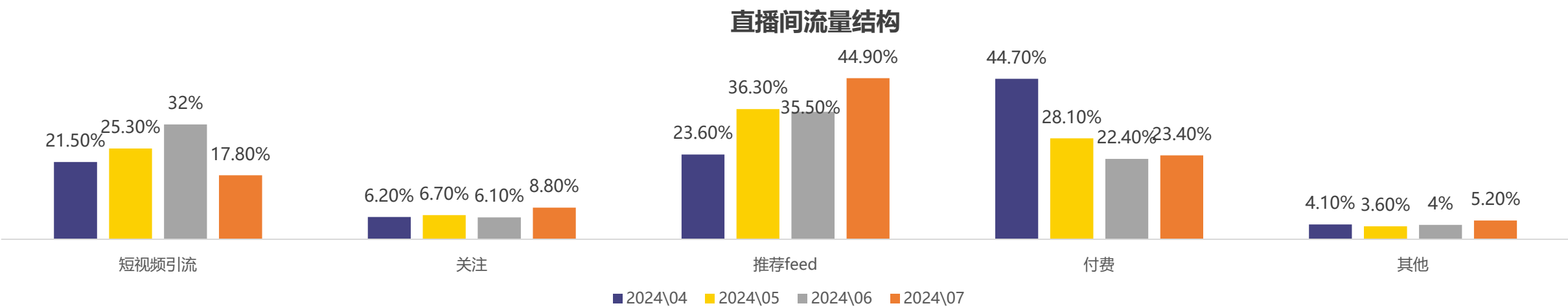
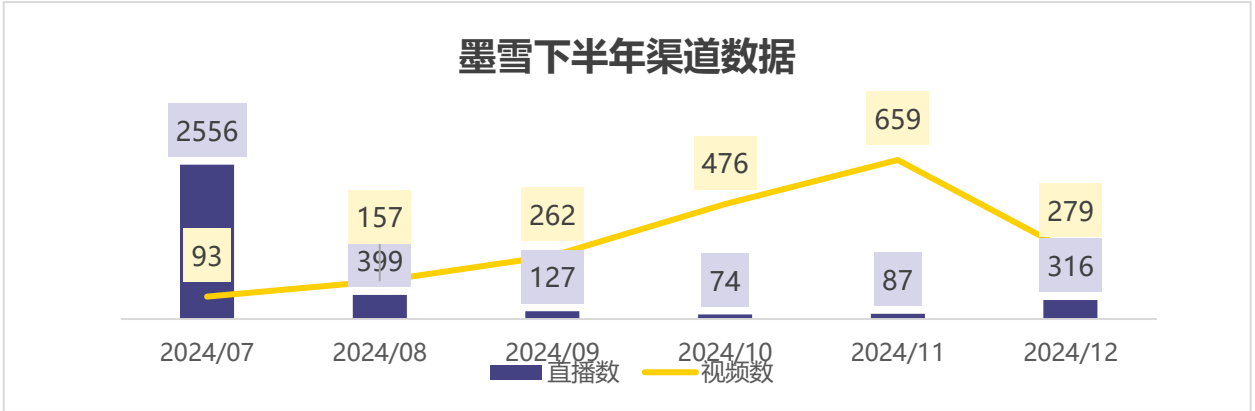


直播曝光量



直播间流量结构：2024年前三个月付费流量占比高达85%，后持续减弱

月份	付费流量占比
2024\01	86.50%
2024\02	86.10%
2024\03	87.60%



墨雪通过线上渠道完成超级单品爆发，巩固品牌后全面进军线下渠道

3月21日，墨雪以“墨绘新章，发现未来”为题的线下品牌战略发布会圆满落下帷幕。

墨雪茶净控油洗发水在2023年1月上市，在抖音平台取得快速突破后迅速转战线下，打通线上线下全链路体系，推动“流量”向“增量”的转化，实现品牌全面发力。



解数介绍

ABOUT US

解数咨询是首家专注于电商行业大数据挖掘及分析的调研机构。服务于消费品行业在电商领域全品类全平台品牌孵化、营销及管理。

解数咨询从数字化聚焦电商领域，致力于用专业的数据能力和丰富的电商经验，帮助企业提升电商经营能力，对电商全平台、全品类、全品牌实施覆盖，服务品牌、机构超300家，提供全新视角洞察消费行业，同时也服务了众多知名消费品基金及上市服务机构。



解数咨询
官方视频号



解数咨询
官方公众号



业务合作
请联系



| 懂数据 更懂生意

2025