

头发洗护 消费趋势报告

2025年8月 艺恩出品





头发洗护市场保持高速增长，清洁与护理作为销售主力品类仍保持20%的增速。社媒端洗发产品占声量主导，护发精油、头皮素/精华等护理产品增速显著，核心驱动力来自新品上市和明星代言合作的驱动。

伴随市场竞争的激烈，成分专研化、场景便捷化、头皮精致化成为发展趋势。赫系酵母锌、华熙生物玻尿酸等专利成分成为新品牌突围关键；免洗喷雾因“懒人需求”热度激增，但粉末残留、致痘问题待优化；头脸一张皮”概念推动头皮抗衰赛道种草量增长105%，防脱、养发成核心诉求。

干枯毛躁、油头、脱发是消费者目前主要痛点。功效、成分及使用体验。细分场景中，洗发产品重“蓬松柔顺”，护发产品聚焦“亮泽修护”，头皮护理则强调“控油抗敏”。

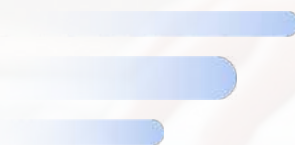


- 01 市场概况与发展趋势
- 02 头发洗护人群消费特征洞察
- 03 头发洗护社媒营销分析

PART. 1



市场概况 与发展趋势

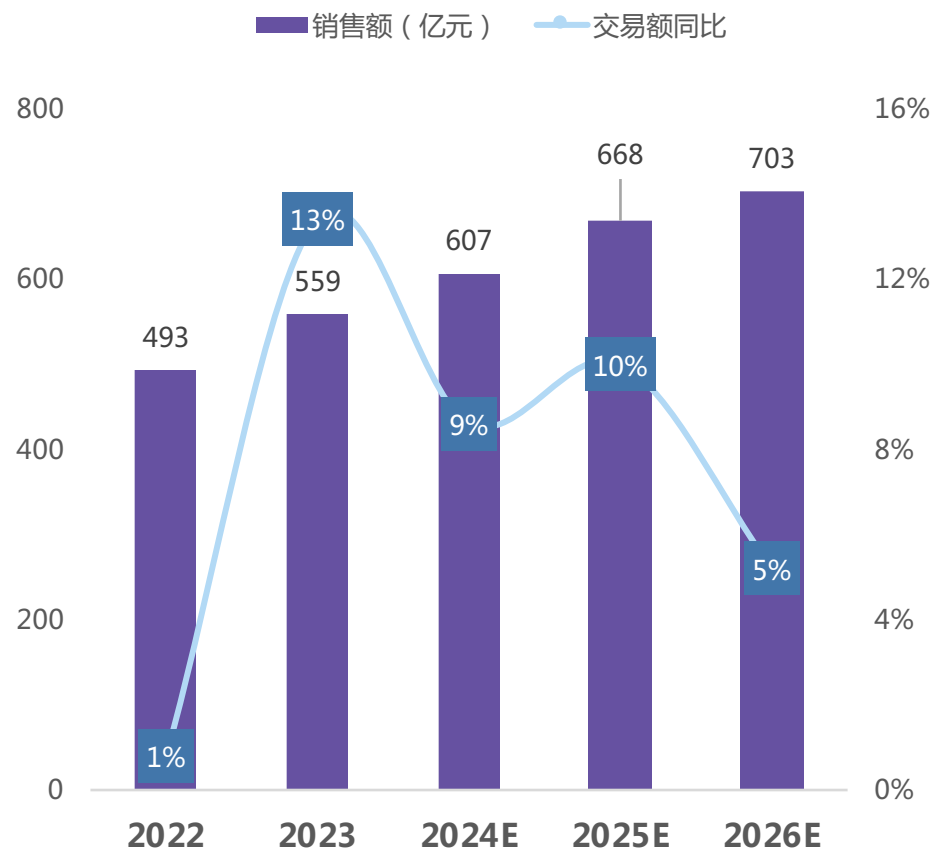




头发洗护市场持续增长，清洁、护理两大细分市场仍保持20%的高增速

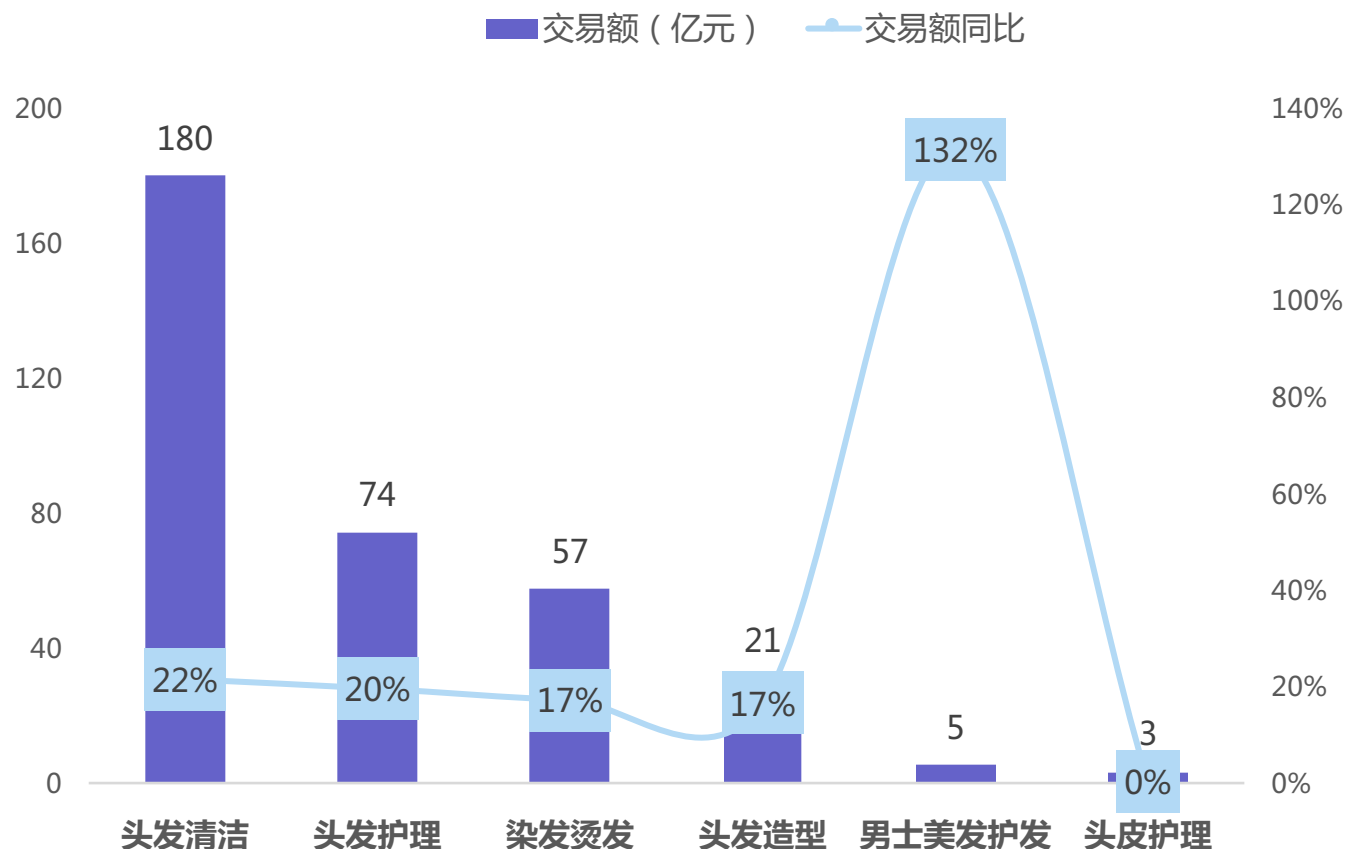


我国头发洗护市场规模持续增长



*数据来源：《2024科学洗发护发指南》，青眼情报

2025年上半年头发洗护细分品类线上销售表现



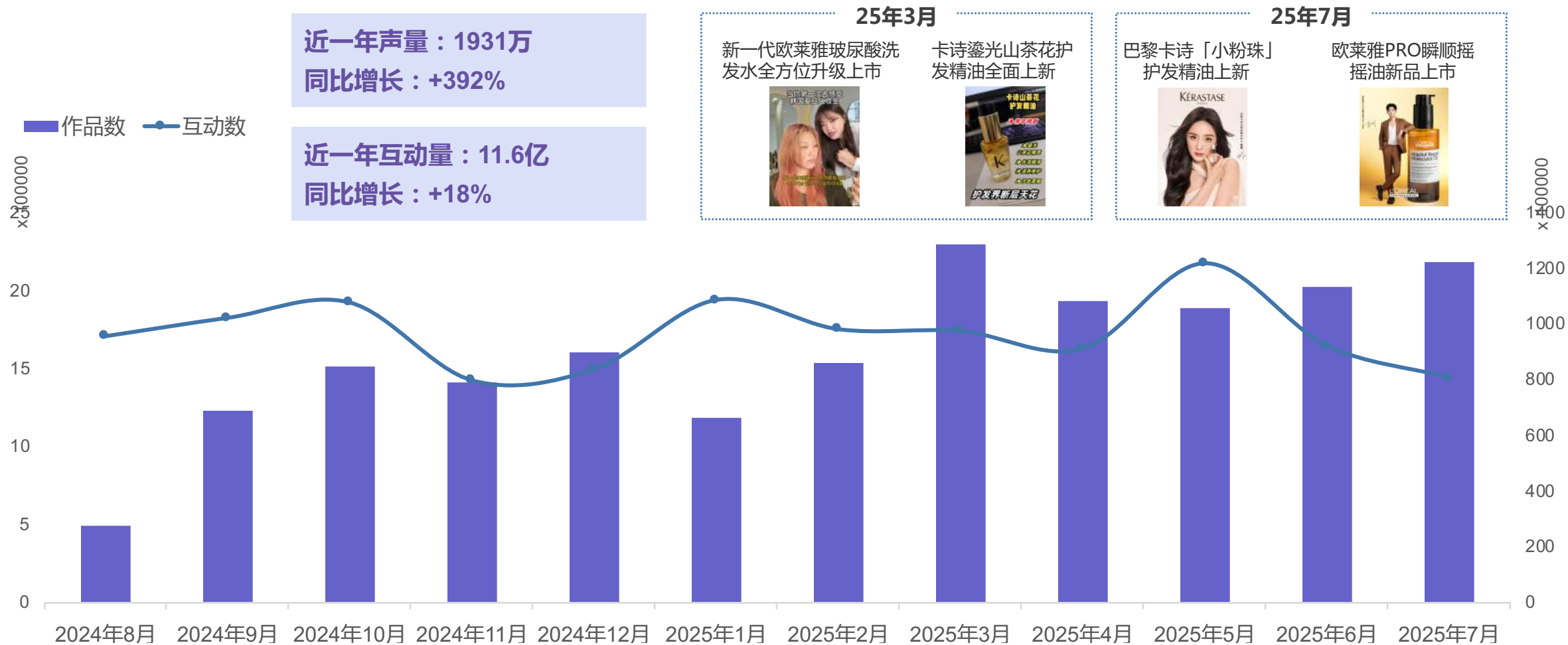
*数据来源：未来迹FBeauty，数据范围：淘天、京东、抖音、拼多多



头发洗护社媒声量持续攀升，新品上市与代言人合作拉动声量增长



头发洗护近一年社媒声量趋势

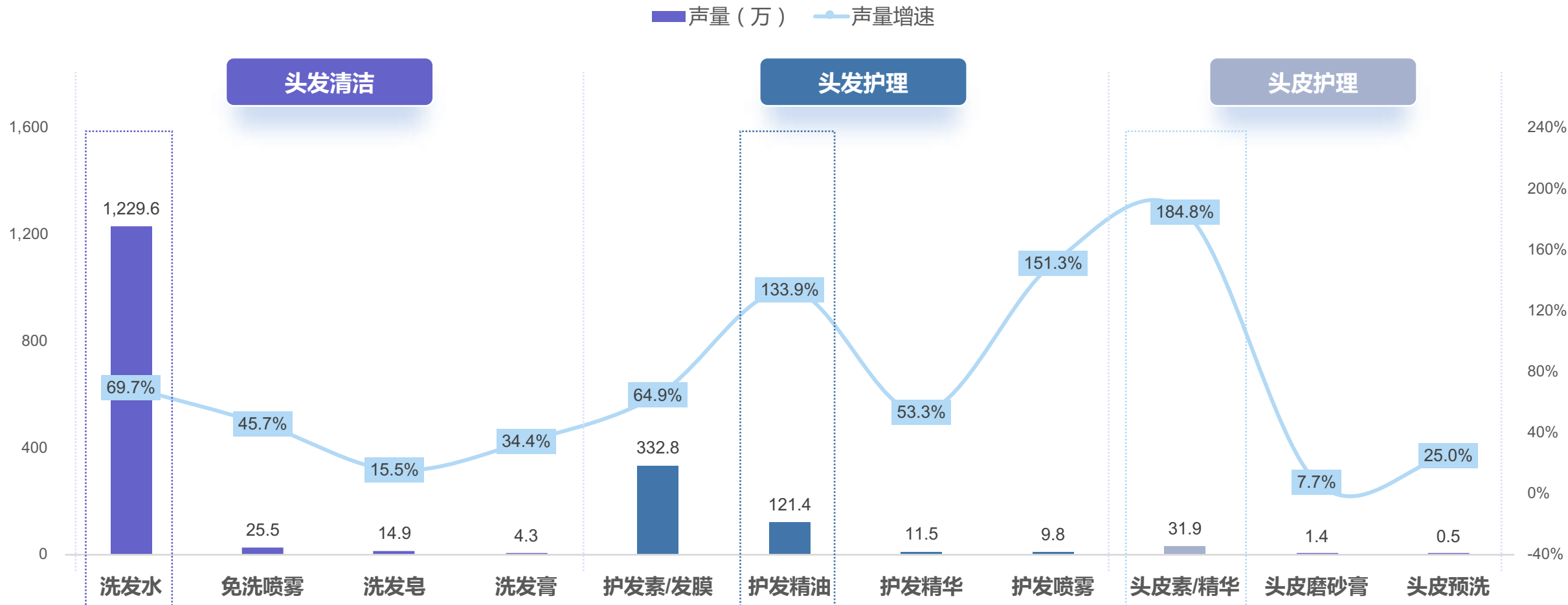




洗发产品占声量主导，护发精油、头皮素/精华等护理产品增速显著



头发洗护主要细分品类社媒声量表现

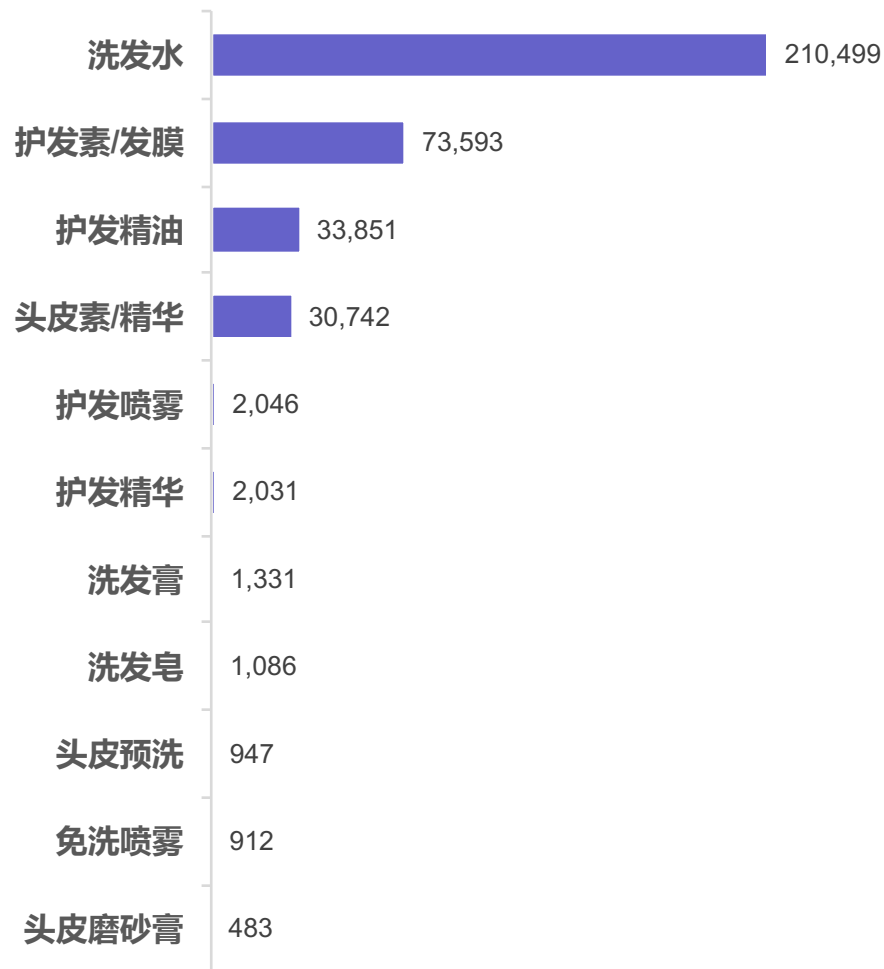




洗发水、护发素、护发精油、头皮精华品类商业种草量级高



头发洗护主要细分品类社媒商业种草量级



洗发水商业种草TOP1

欧莱雅玻尿酸洗发水



商业种草：1.2w

达人：9,123

卖点：清爽蓬松、
温和清洁、水油平
衡、香气治愈

护发素商业种草TOP1

卡诗海源黑钻发膜



商业种草：623

达人：571

卖点：强大修护力、
深度润养发丝、亮
泽柔顺、强韧健康

护发精油商业种草TOP1

卡诗鎏光山茶花护发精油



商业种草：425

达人：412

卖点：修护强、清
爽不黏、光泽度高、
味道高级

头皮素商业种草TOP1

SUDTANA头皮精华



商业种草：421

达人：310

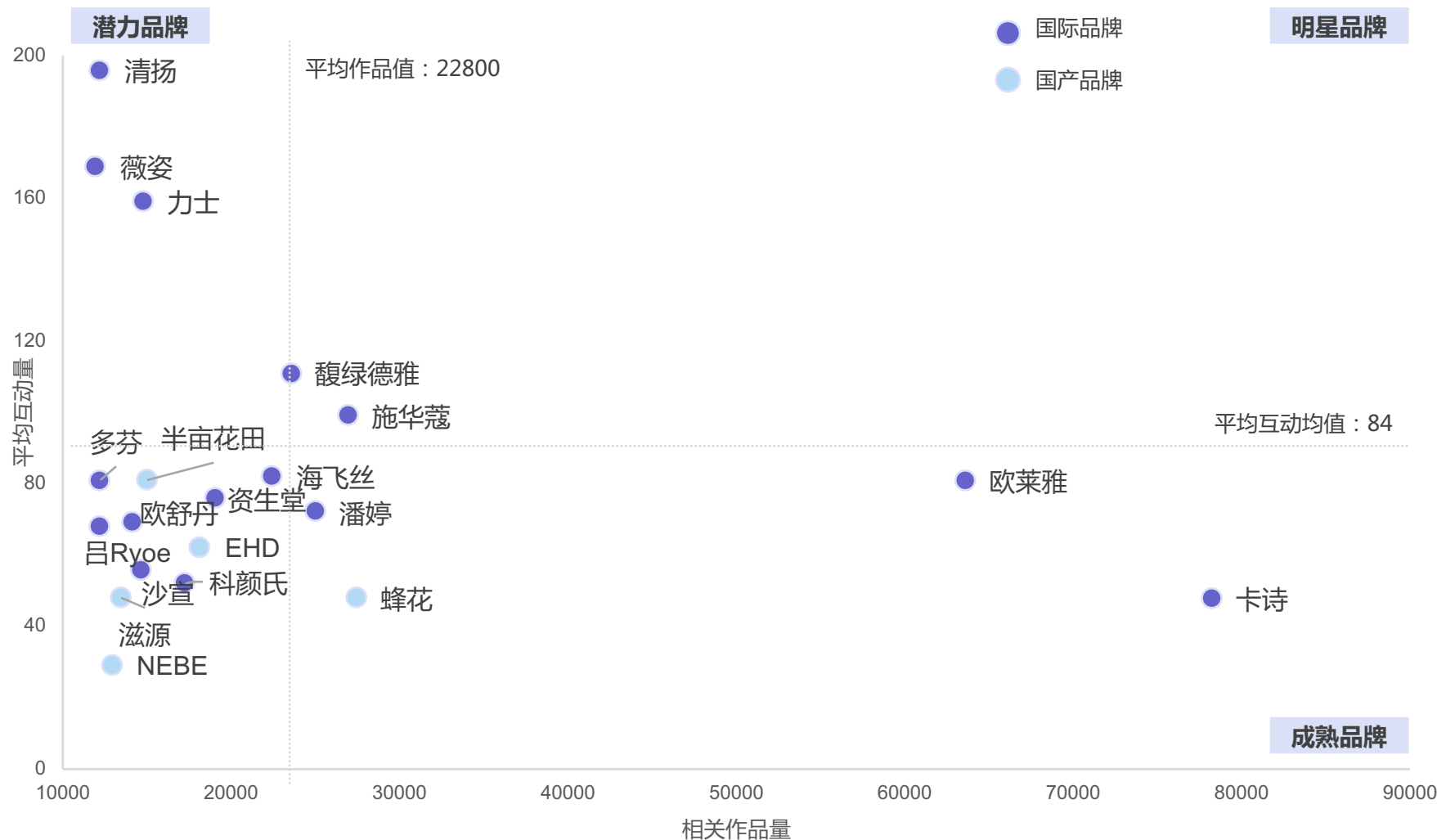
卖点：张俪、章小
蕙推荐，头脸一张
皮关联护肤护发



欧莱雅、卡诗等国际品牌社媒热度更高，清扬、薇姿等互动表现更好



洗发品牌社媒声量竞争格局



明星品牌热门单品



施华蔻固色洗发水

卖点：漂后去黄、无硅配方、延缓褪色，固色护色，延缓色素流失

成熟品牌热门单品



卡诗元气姜洗发水

卖点：脱发断发专用，天然成分，呵护头皮，深层清洁，去屑止痒

潜力品牌热门单品



清扬蓬松洗发水

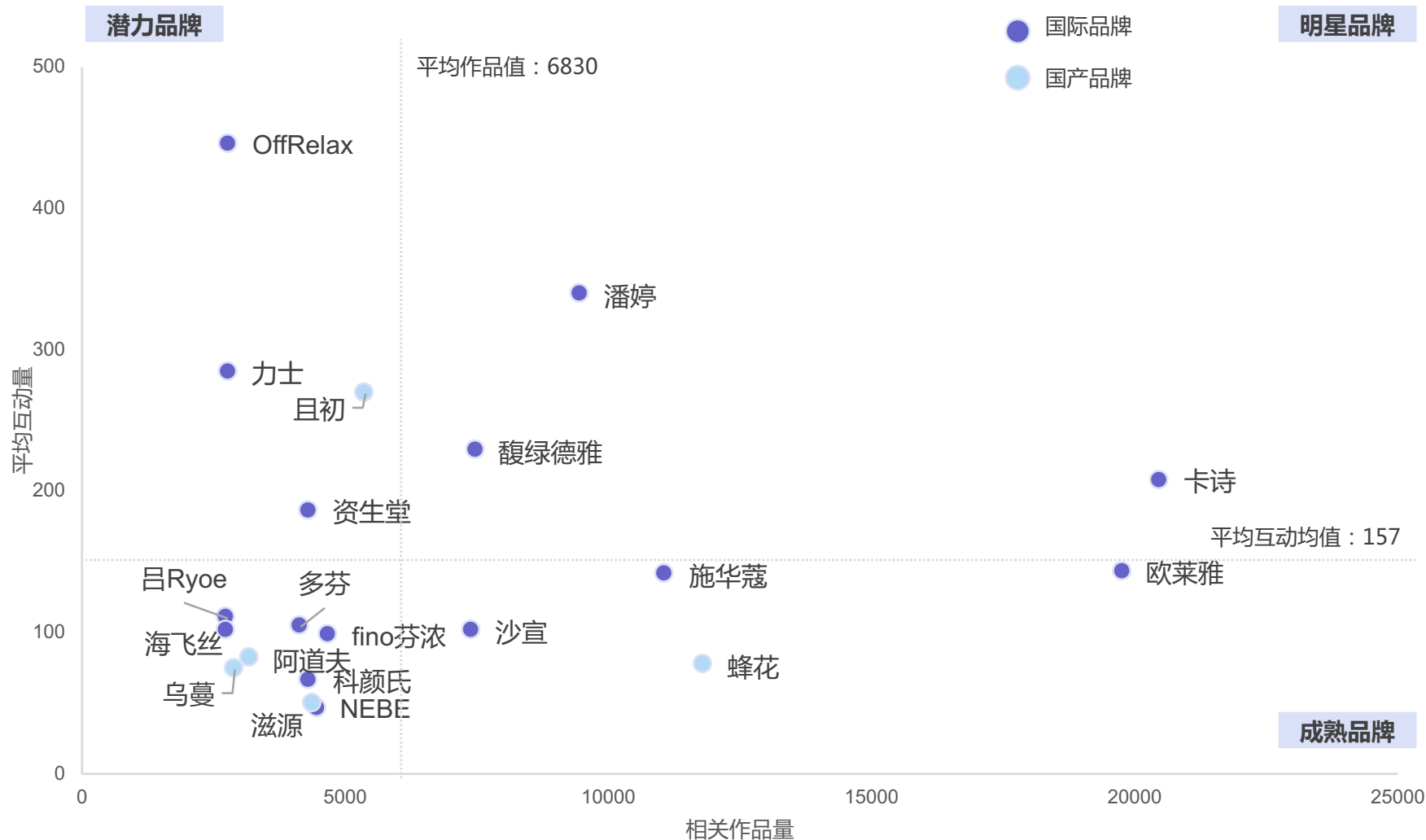
卖点：打造蓬松高颅顶，氨基酸肌活因子从头皮肌底层补充营养



卡诗、潘婷等国际品牌领跑护发市场，且初、OffRelax小众品牌入局



护发品牌社媒声量竞争格局



明星品牌热门单品



潘婷护发精油胶囊

卖点：专研小分子成分+水状精油质地，不止是护发精油，更是秀发香水

成熟品牌热门单品



蜂花臻萃闪耀护发精油

卖点：多重滋养成分，可以抚平毛糙 辅助毛鳞片修护，便宜又大碗

潜力品牌热门单品



offrelax护发精油

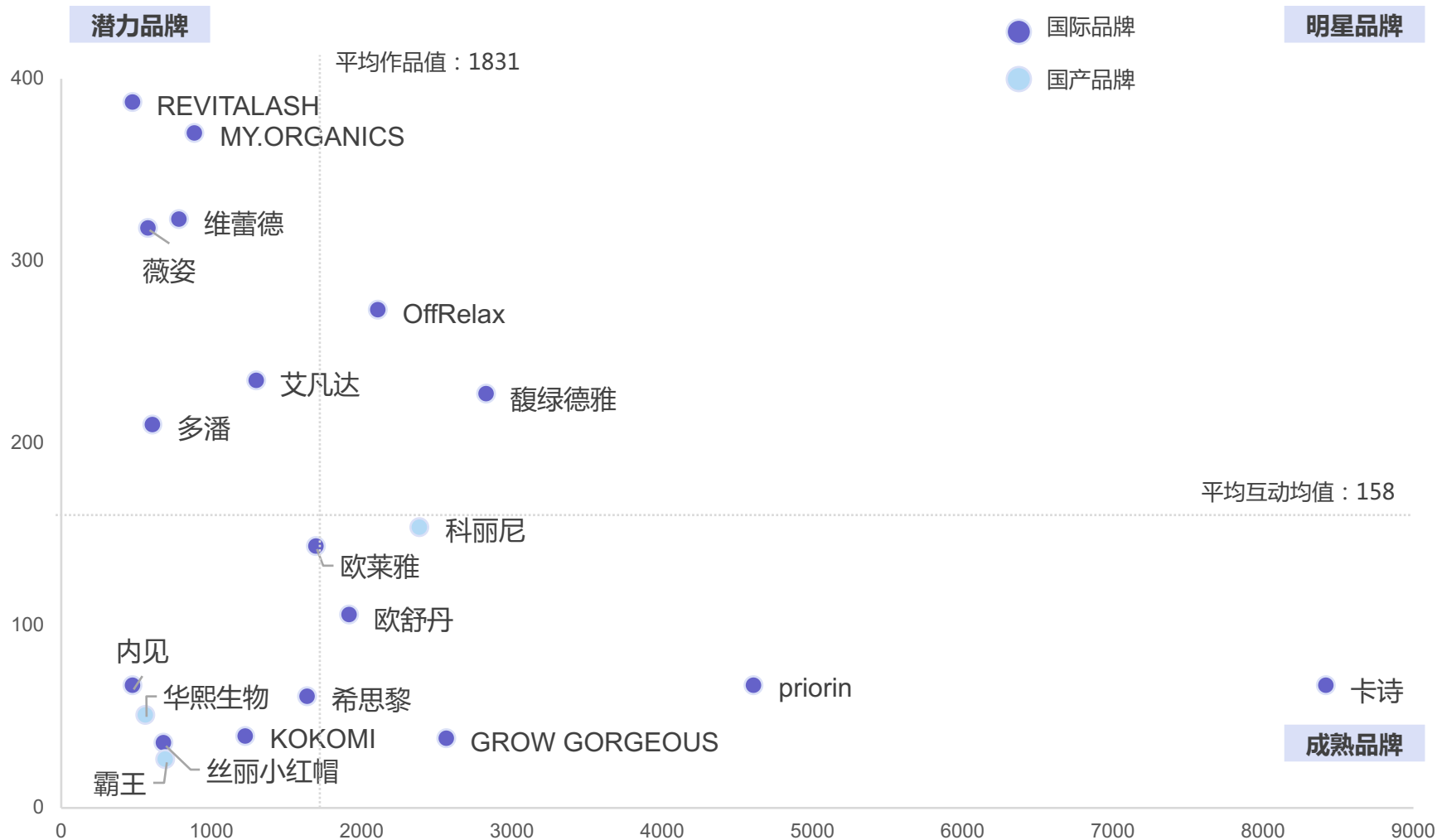
卖点：修护损伤，焕亮干枯，5重天然植萃精油，质地轻盈水感



国际品牌走在头皮护理前列，国产品牌科丽尼以青蒿素为切入抢占市场



头皮护理品牌社媒声量竞争格局



明星品牌热门单品



offrelax育发液

卖点：木质薄荷香把洗头仪式感拉满，ATP能量因子：唤醒躺平毛囊起来营业

成熟品牌热门单品



科丽尼青蒿头皮素

卖点：全肤质适用，修护头皮屏障，源头解决油屑屑等头皮问题

潜力品牌热门单品



REVITALASH头皮精华

卖点：黑科技能修护毛囊，并且精准提供头皮所需营养

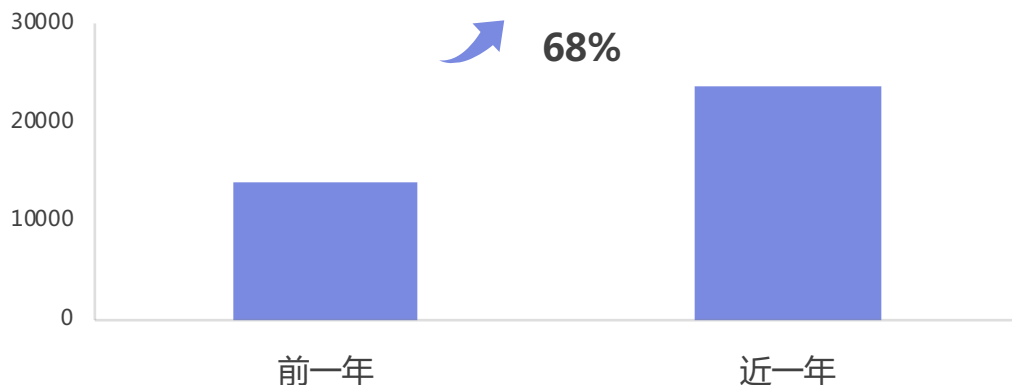


趋势一：核心专利成分是新锐品牌入局关键



洗发护发产品专研成分相关种草增长

小红书洗发护发产品提及专研成分商业种草作品量增长



洗发水-三森万物



华熙生物专研阳离子玻尿酸加持

护发素-弹动鱼子酱养护发膜



突厥蔷薇花水添加+鱼子酱精华

头皮精华-欧莱雅PRO防脱黑宝瓶



欧莱雅专研Aminexil亚美尼斯分子

赫系：酵母锌黑科技



赫系以黑马姿态突围：2024 年抖音 GMV 达 7.34 亿元，同比暴涨超 2800%，连续两年蝉联抖音洗护品类 TOP1（网络公开资料）。

高活性

通过定向培养极寒酵母菌株，锌含量达 50000mg/kg，是普通锌源的 3 倍以上。

高吸收

70% 以上的生物利用率，直接作用于头皮皮脂腺，调节油脂分泌。

低刺激

区别于传统锌盐的刺激性，酵母锌通过生物发酵实现温和控油，敏感肌适用。

热门种草卖点

卖点：以活性酵母锌核心专研成分为核心，强化控油蓬松、养发护发、敏感头皮适用的使用效果。

618做活动 直播间 显脸小 发明专利 好物推荐 洗护好物 好物分享 头皮护理 橙花 洗发水推荐 亲测 本命 下午茶 三天 香香 香水 明星同款 好用 头发蓬松 种草 香氛 享受 养发护发 油头 8点 低调 闭眼入 毛躁 洗头 洗护 洗发水 好闻 绵密 做事 3瓶装 上镜 头皮 酵母锌 洗护 清爽 护发 打结 干枯 不干不爆 spa 同款 28天 发丝 顺滑 好物 蓬松 赫系 控油 控油蓬松 必备 sa还原酶 ph值弱酸 香味 3大瓶 柔顺 轻盈 赫系洗发水 出油 轻松 显贵 有异味 高端 油头 高颅顶 活性酵母锌 细软塌 提取 49发两瓶 ASMR 香水洗发水 蓬松洗发水 控油洗发水 养发 爱出油 49林絮 朝夕 持久留香 化妆 高级香 抑制油脂 58/54 99两瓶 轻盈洗发水 爱染烫的姐妹 下午就出油 不用天天洗头

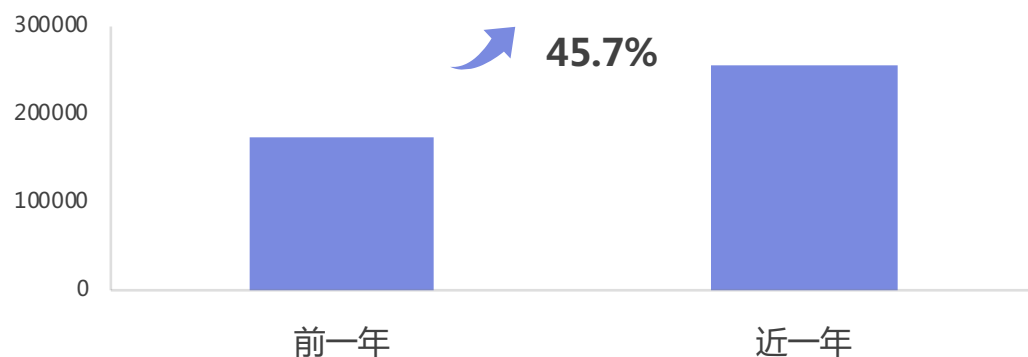




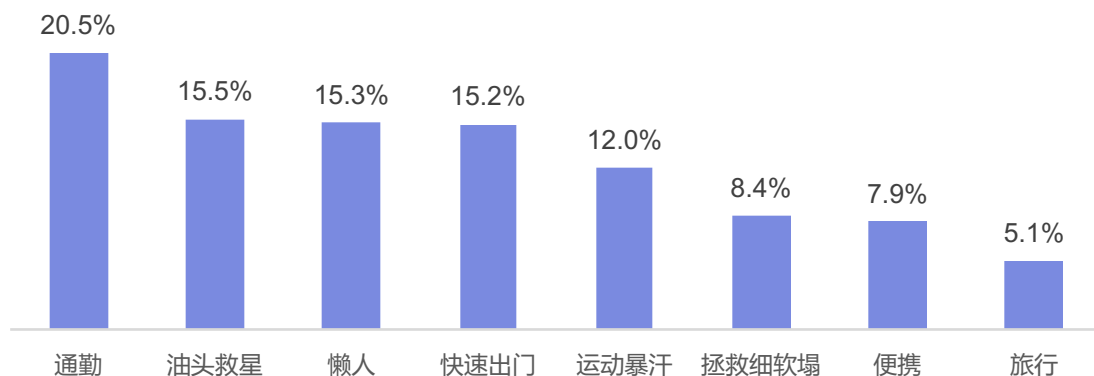
趋势二：快速、便捷等需求场景推动免洗喷雾热度快速增长

免洗喷雾市场热度快速增长，成为懒人神器

免洗喷雾社媒种草作品量增长



免洗喷雾主要关联场景



TOP3热门免洗喷雾

诗裴丝免洗喷雾



秒变高颅顶，不会留下白色粉末，空气感十足

befa免洗喷雾



清爽蓬松，不炸毛，头皮无负担，不堵塞毛孔

babi免洗喷雾



一分钟get一个高颅顶味道巨清

现阶段消费者主要痛点

粉末残留 32%



弄在头发上像满头白屑

堵塞毛孔 25%



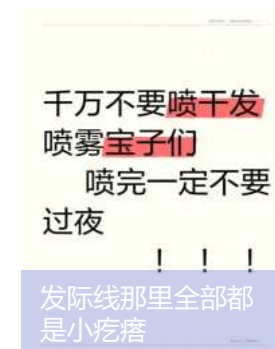
长期使用会堵塞毛囊 亲测长过小红疹

味道难闻 17%



喷出来的气味儿真的巨难闻，能把自己熏死

致痘致敏 15%



千万不要喷干发喷雾宝子们
喷完一定不要过夜
!!!
发际线那里全部都是小疙瘩

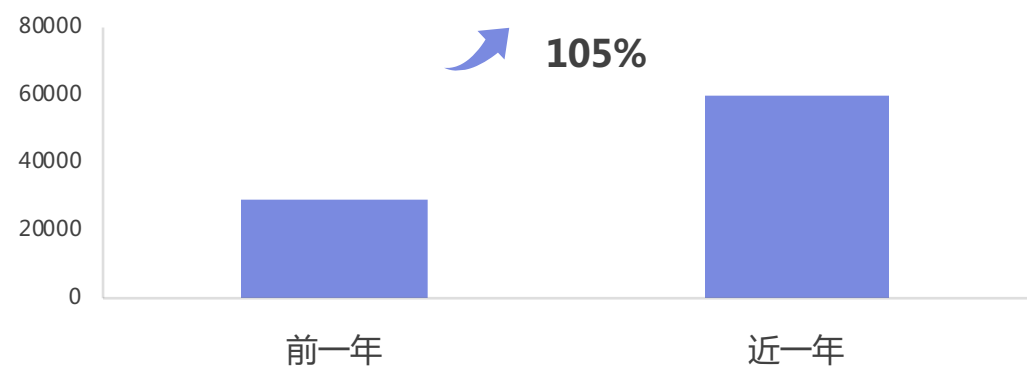


趋势三：头脸一张皮概念深化，头皮抗衰成为新焦点



头皮抗衰市场热度激增，成为懒人神器

头皮抗衰相关社媒种草作品量增长



品牌加速布局头皮抗衰赛道



off&relax由行业顶级头皮护理专家杨建中和珀莱雅公司共同开发创立，亚洲头皮健康养护专家，致力于为亚洲人定制不同的头皮、发丝养护方案。



由科丝美诗研发的致力于解决头皮衰老的MEDALL，该品牌针对当代年轻人头皮健康问题，推出防脱柔顺系列在内的洗护产品。



华熙生物科技股份有限公司于2020年推出的头皮健康养护品牌，倡导“像呵护面部肌肤一样进行头皮护理”的产品理念。



社媒种草策略



- 养发 79%
- 防脱 65%
- 抗衰 53%
- 控油 51%

热门笔记类型

拯救细软塌

头皮抗衰分享

成分党测评

养发体验

PART. 2



头发洗护人群 消费特征洞察

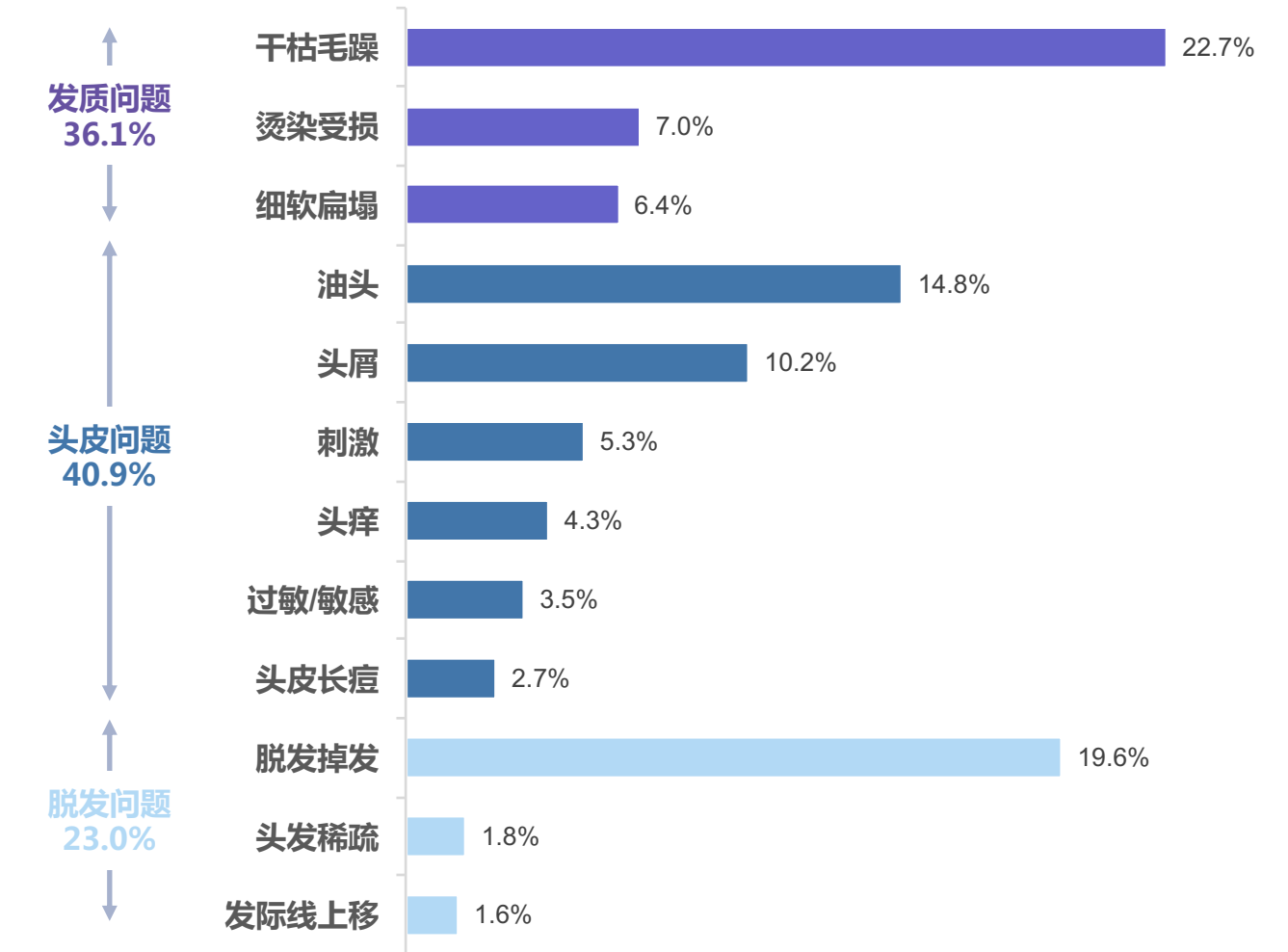




头部问题：干枯毛躁和脱发掉发是消费者面临的主要问题



消费者头发洗护面临的主要问题



发质问题—干枯毛躁



想起平时两天洗一次头发，两个月染一次白发👴（少白头）烦！一系列的缘故导致头发干枯，毛躁，硬！超级难受！



家人们，头发干枯毛躁、一梳就打结是不是你的噩梦😭我之前也是“枯草头”大军一员，每次照镜子都被自己的头发丑哭

头皮问题—油头



本就是细软塌，加上最近熬夜，压力大，导致掉发超级多，更是雪上加霜，所以听了朋友推荐换了一款洗发水，据说有防掉发功效



我本身头发掉的不多，结果用了这个头发变得又干又涩，还头皮长痘，基本上每一次梳头都会掉一大把

脱发问题—脱发掉发



我是一个大油皮 我的头皮也是 一天不洗 晚上可能还好 但到了第二天就会和别人三四天不洗的头一样油 然后开始痒 可以扣出白屑



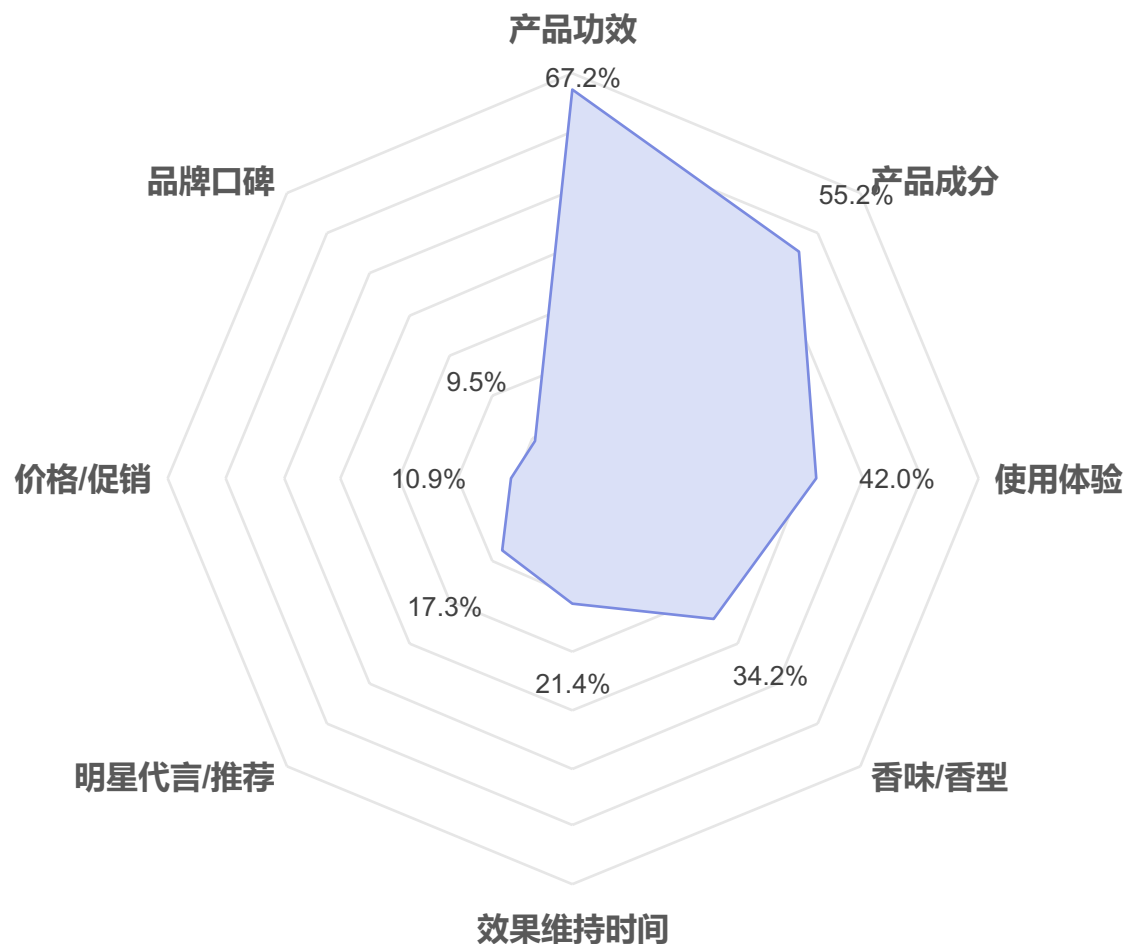
我是典型的细软油塌发质，头天洗完头第二天头发就会油成图一那个鬼样子



选购关注点：功效、成分与使用体验是消费者选购头发洗护产品的关键



头发洗护产品选购关注重点



产品功效



多达11种植物精华，续航发根活力，养成浓密发量
防脱的同时也能做到有效清洁控油



真的太爱这个洗发露了！清爽又蓬松，专利蓬蓬因子钻进发根，吹干后发缝清晰可见，颅顶嘭嘭撑起2cm

产品成分



一直在用欧舒丹，最近买了卡诗，看了看成分表，上网搜索了一下关于洗发水的成分，感觉欧舒丹的要对头皮好很多



他里面加了七种植萃精萃油和芦荟精华，清洁同时还能避开传统控油洗发水的干涩，让发丝顺滑、滋润，油头姐妹试试咱们中国老国货

使用体验



用完这个洗头膏可以让我第二天的头发一直蓬松。我用过很多款洗发水刚刚洗完头发还是立着的，但等到第二天头发都塌下来了



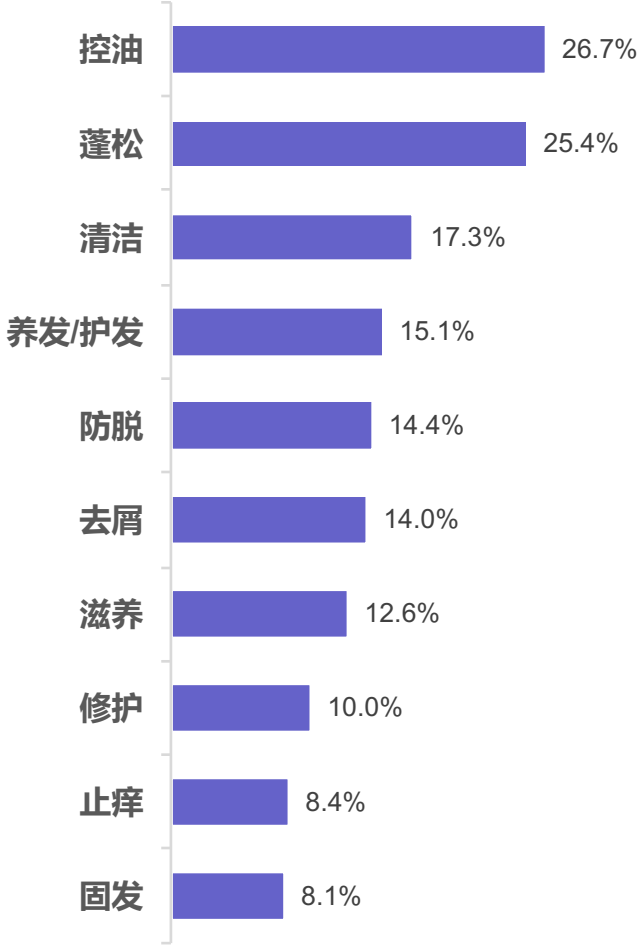
洗完头发又蓬松又柔顺，超级清爽（不是拔凉那种）头皮也不会很干燥，感觉头超级轻松！



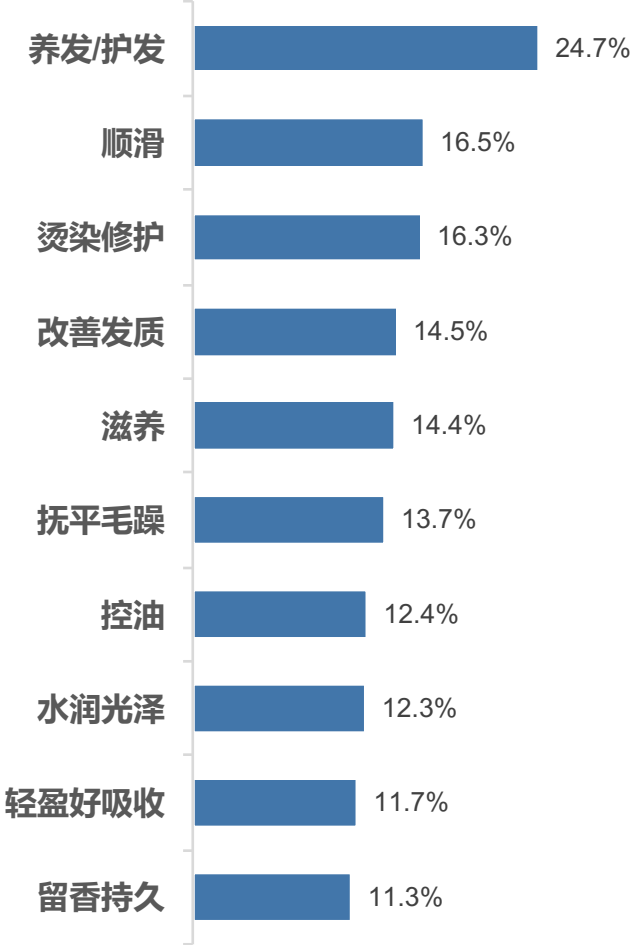
产品功效：洗发产品关注控油蓬松，头皮护理产品则关注生发防脱



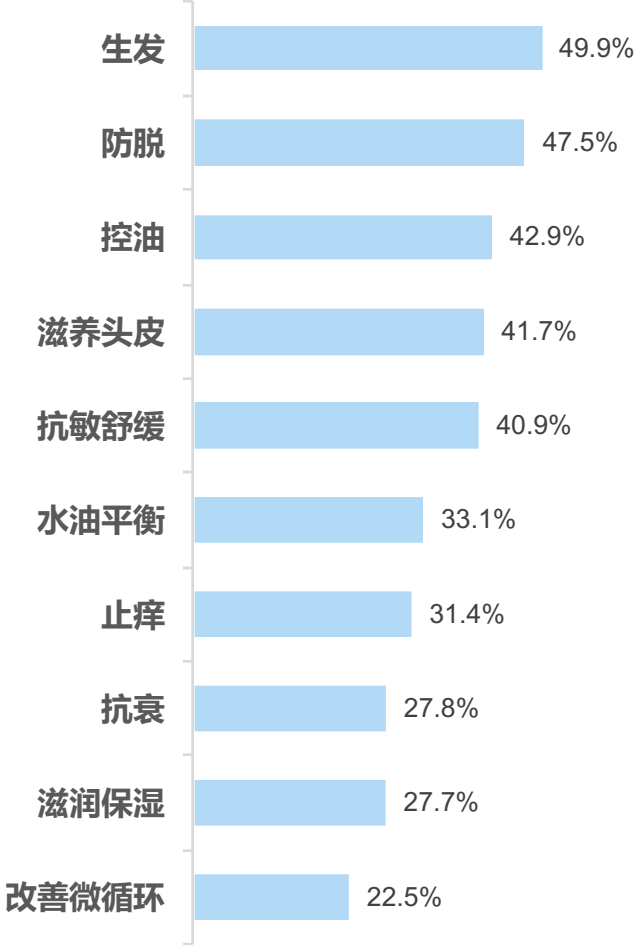
洗发：控油、蓬松、清洁



护发：养护发、顺滑、修护



头皮护理：生发、防脱、控油

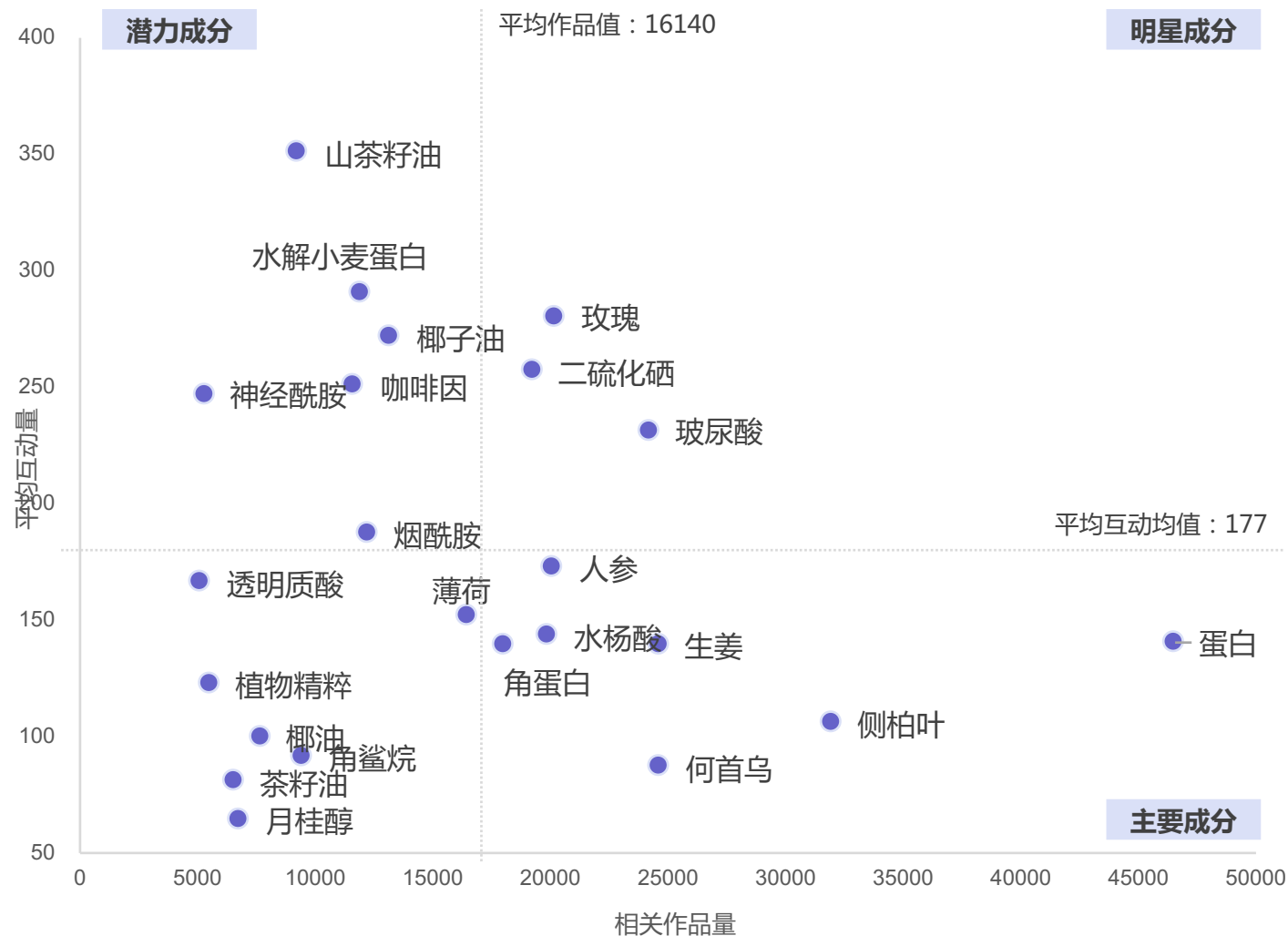




产品成分：山茶籽油、水解小麦蛋白、神经酰胺等成分具备增长潜力



头皮护理产品热门成分



洗发产品高潜成分—神经酰胺



玛丝兰蛋白洗发水

卖点：同源蛋白+**神经酰胺** 双修护黑科技像给头发“打玻尿酸”，每一根发丝都被包裹住营养！

护发产品高潜成分—山茶籽油



自然物语山茶花香氛护发素

卖点：内含氨基酸和**山茶籽油**，双重呵护太贴心，从根源改善发质，敏感星人放心冲

头皮护理产品高潜成分—水解小麦蛋白



采乐头皮沁润二裂酵母滚珠精华

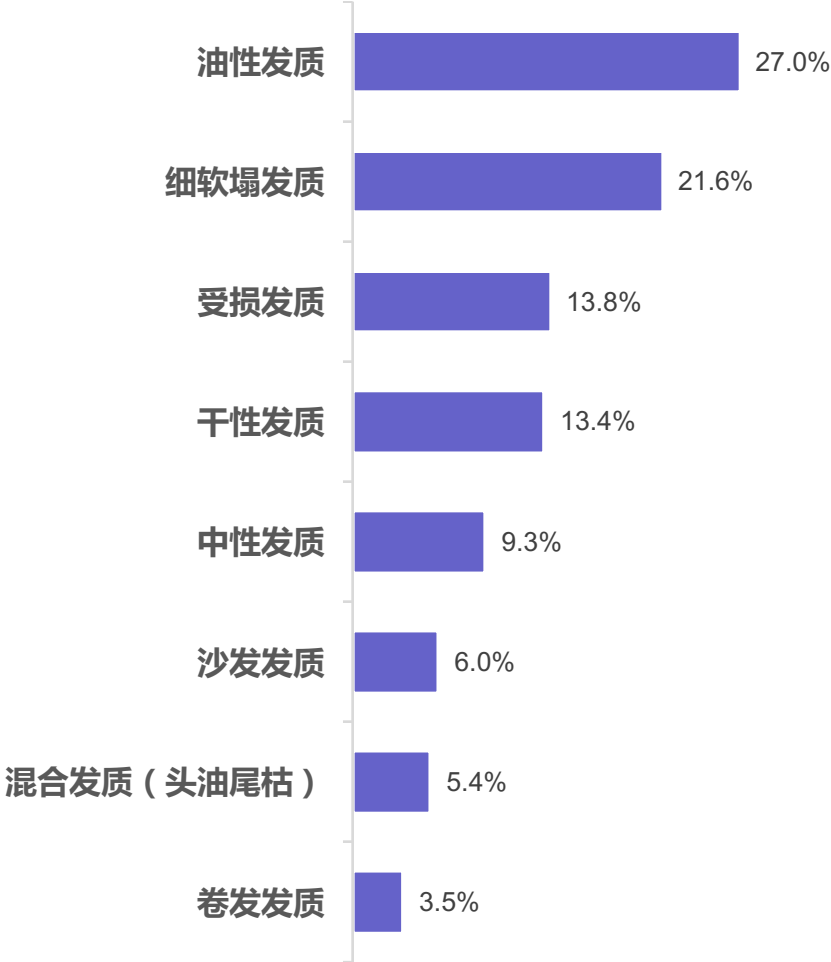
卖点：二裂酵母、植萃精华、**水解小麦蛋白**、透明质酸等成分 护肤级的成分来呵护头皮 深层清洁头皮的同时修护、平衡头皮微生态



使用体验-洗发：人群以油性、细软塌发质居多，关注蓬松和柔顺效果



洗发产品消费者主要关注发质



消费者关注的使用体验

蓬松高颅顶
39.1%

欧莱雅玻尿酸洗发水，双酸护肤级搭配 洗感就是非常细腻温和的“小气泡清洁”感，这个蓬松效果我真的惊呆了！无痛长高五厘米不是梦

喜欢发之食谱洗发水,新版无花果洗发水的控油蓬松效果很好，洗完就是清爽自然的高颅顶

滋润柔顺
30.4%

爱茉莉研发76年的longtake雪野松檀洗发水，山茶籽油自带buff，能深入发芯与毛鳞片，让头发柔顺不易断、不打结！

最近在用的缙丝秀亮泽柔顺洗发水 真心安利给大家!里面含有三重植萃精油(山茶籽油、可以重新顺滑完整毛鳞片结构

控油持久
17.4%

施华蔻这个自律瓶，现在洗完头，第三天早上摸发根，还是清爽蓬松的！发丝轻的像蒲公英绒球，根根分明还自带空气感！！

欧莱雅玻尿酸洗发水，控油很牛，搓两下就起超绵密泡泡，像给头皮做了小气泡spa，洗完之后很清爽，出油都减缓了

香味持久
8.7%

最近用的这款三生花精油香氛洗发露 刚拿到就闻到它的香味啦 是很舒服的山茶花香留香是真的久

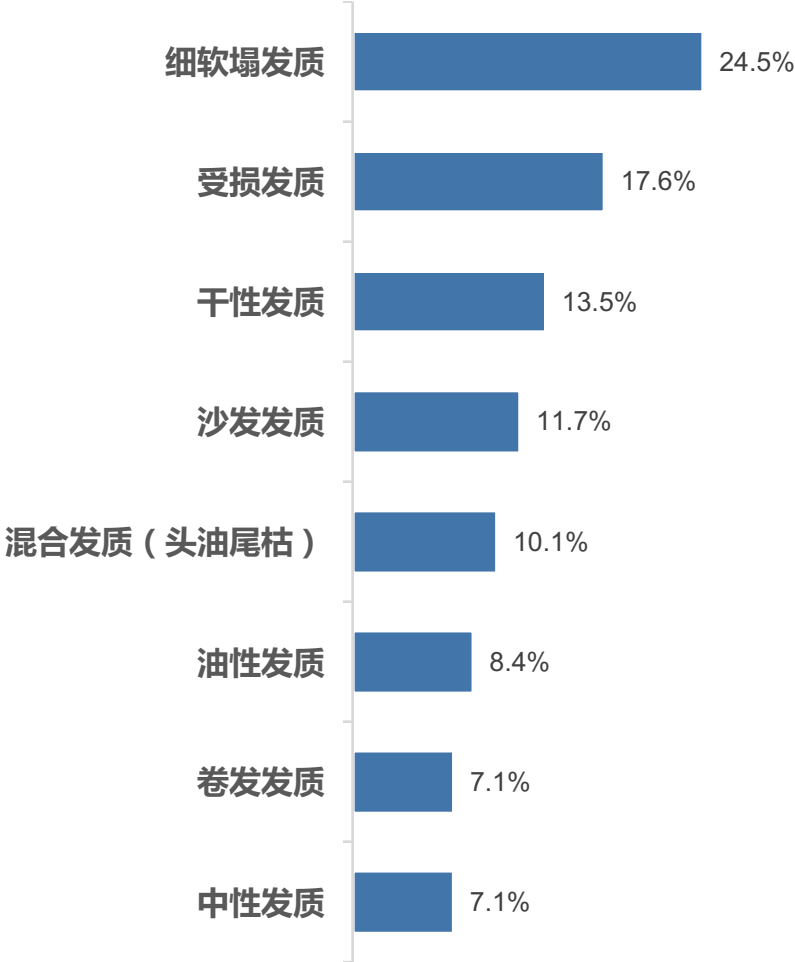
欧莱雅最新的72小时控油洗发水，添加了水杨酸和玻尿酸，调节皮脂分泌，让头皮更清爽，味道蛮温柔，留香倒是挺持久



使用体验-护发：人群以细软塌和受损发质为主，关注滋润与亮泽效果



护发产品消费者主要关注发质



消费者关注的使用体验

滋润柔顺
43.6%



欧莱雅小金瓶护发精油，我的用法是洗头后头发半干时挤两泵，用抓梳的手法在发尾涂抹均匀后再吹干。头发会肉眼可见变得柔软顺滑



买了offrelax护发精油试试，只能说是天花板！但每次用完它头发很顺很亮，但不是油亮，就跟自己本身发质那么好一样

提升光泽度
29.1%



手头用的offrelax护发精油真的蛮不错，用完头发非常丝滑垂顺，而且看起来特别水亮，阳光下看是真的会发光的绸缎发！



「fino芬浓透润美容液发膜」，里边居然有六重护发精华！特别是护肤品才用的角鲨烷，所以用完以后才会无敌顺滑亮泽

清爽蓬松
12.7%



油头救星！这款护发精油真的清爽到哭，抹完手上完全不会黏黏的，吹干后头发超级轻盈蓬松



抹发油最讨厌手上油糊糊的感觉，curlyshyll这款完全不会！！！轻盈的水状精油质地，抹完手上很清爽！

香味治愈
7.3%



卡诗小粉珠护发精油，法国人在搞氛围感那套是有天赋的吧，涂完头发像被清新柑橘腌入味，走路带微风～



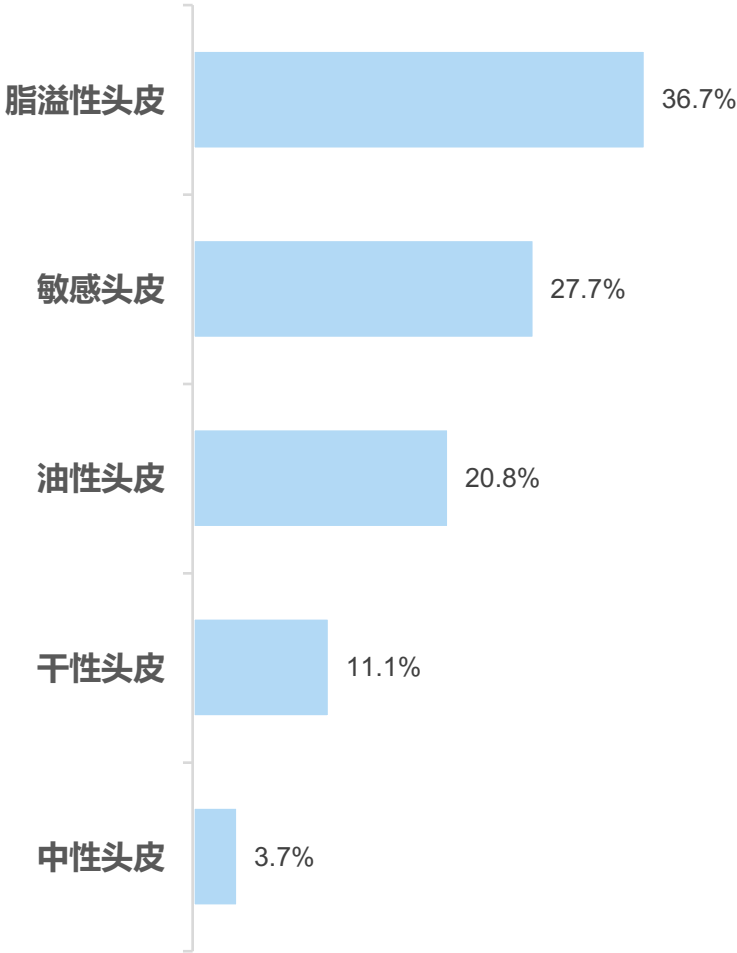
黑檀木与雪松的护发精油，入鼻是檀木的深沉感，再细闻还有鸢尾、小豆蔻的清新，尾调又有琥珀压阵！整体就是那种很沁人心脾的木质调！



使用体验-头皮护理：人群以炎症、敏皮为主，控油止痒是最核心诉求



头皮护理产品消费者主要关注发质



消费者关注的使用体验

控油止痒
34.1%

「清扬控油精华」有超微磁吸因子打配合，深入毛囊，卷走头皮里的各种化学残余和油脂，快速吸油

cruel珂润头皮精华，头皮脆弱敏感，油头，脂溢性的头皮（发根油头发干），容易干痒起屑的都可以试试

清爽蓬松
27.8%

OffRelax头皮平衡控油抗氧精华液，用了这个，可以挺到第四天！不仅控油还止痒，味道也好闻，很清爽

所有细软塌都去用！！头皮每一个毛孔都魂穿到青青草原上自由呼吸氧气的感觉好爽！

舒敏抗炎
26.2%

隼发头皮修护精华液~修护头皮屏障绝绝子！抗敏消炎、修护头皮屏障就用它

kokomi头皮精华，把它滴在头皮上按摩吸收，第二天起来头发都很蓬松，它里面不含酒精和香精，很温和，对头皮，敏敏的都很友好

香味治愈
9.5%

随手抓了这瓶橄榄吕头皮精华，抹开是凉凉的水感迷迭香混着橙花的味道超治愈，自己在家就能给头皮做SPA~

近期试了小巴黎家的头皮精华，意外喜欢！香味也很好闻，是那种自然不甜腻的植物香

PART. 3



头发洗护 社媒营销分析





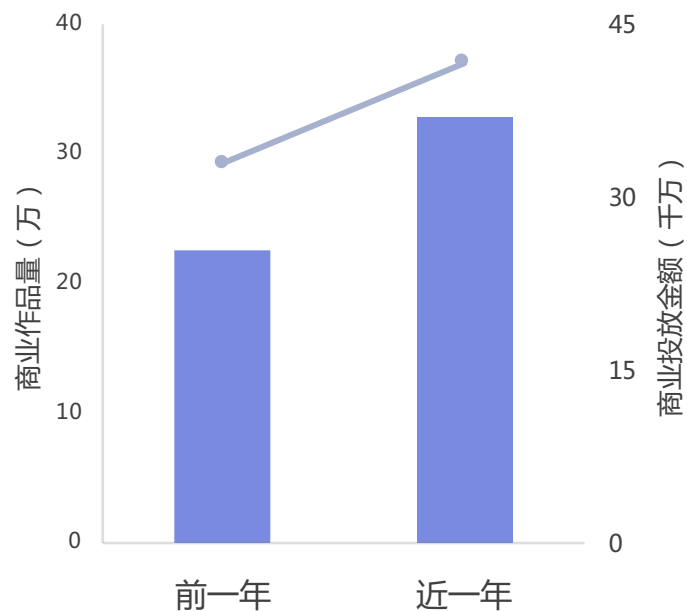
红书：商业投放同比增长，头部达人互动效率更高



洗护发产品商业投放笔记数量与金额

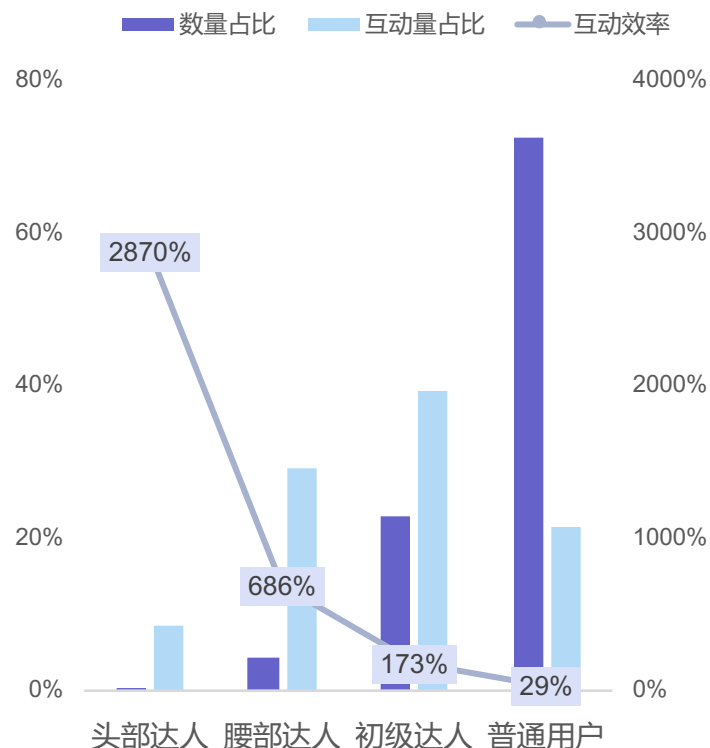
近一年商业作品量：32.7万（+44.7%）

近一年声量：4.2亿（+26.3%）



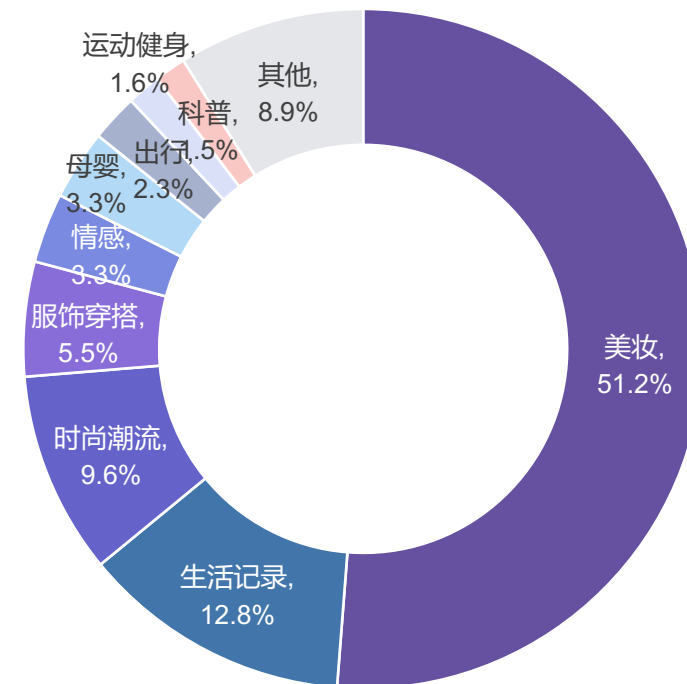
洗护发产品商业投放达人表现

头部达人互动效率仍是最高，综合性
性价比来看，初腰部达人更具优势



洗护发产品商业投放达人类型

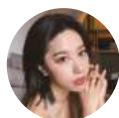
美妆和生活记录类达人应用最为广泛





红书：仿妆类、发型教程及护发教程类内容互动效果更好

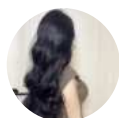
小红书高互动达人TOP榜单



李蠕蠕
头部达人
生活记录类



明月松间照
腰部达人
时尚潮流类



lucky
腰部达人
时尚潮流类



兰某猪
初级达人
美妆类



秦思
头部达人
生活记录类



耶酱
腰部达人
时尚潮流类



线线
腰部达人
时尚潮流类



李小尘_Sun
腰部达人
时尚潮流类

高互动笔记类型

仿妆类视频



标题：还记得那些千禧年顶流吗？

种草单品：卡诗鎏光山茶花护发精油

KOL：李蠕蠕

互动量：19.4w

发型打造教程



标题：不掏洞！扁头变圆头~两款饱满气质盘发教程

种草单品：施华蔻自律瓶

KOL：明月松间照

互动量：7.0w

养发护发教程



标题：护发跟练！养成柔顺绸缎发跟呼吸一样简单

种草单品：卡诗山茶花护发精油

KOL：耶酱

互动量：7.7w



卡诗鎏光山茶花护发精油以场景化种草为主，强调绸缎鎏光发养成



小红书种草案例

卡诗鎏光山茶花护发精油



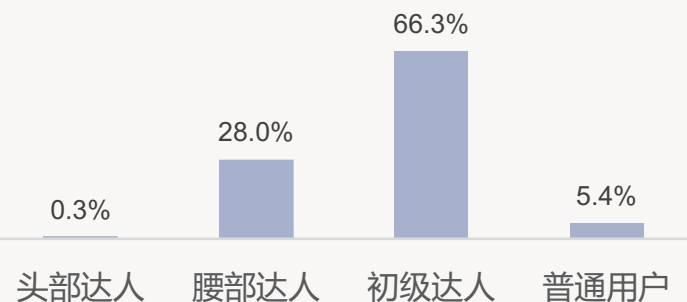
2024年7月上市

超微水油双载渗透科技

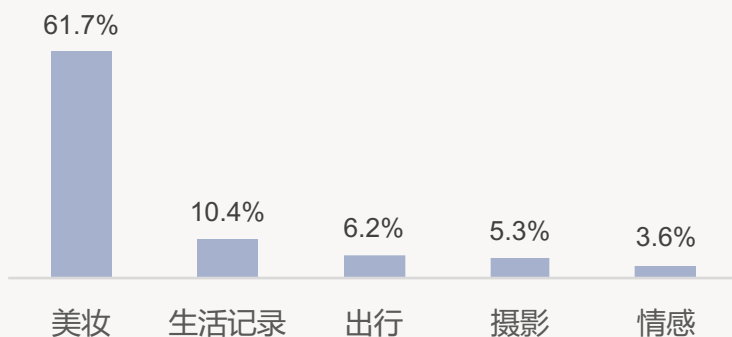
5分钟愈见秀发鎏光

达人策略：头部达人快速引流，初级达人铺量

KOL等级分布



KOL类型分布



内容策略：场景化种草为主，强调绸缎鎏光发养成

57%

养发护发，拍出人生照片



以生活、旅行、演唱会等场景为依托，说明养好头发的重要性，将产品植入场景之中

32%

绸缎鎏光发养成教程



以好物开箱、分享、使用前后对比等类型内容为主，着重强调产品的成分功效及使用体验



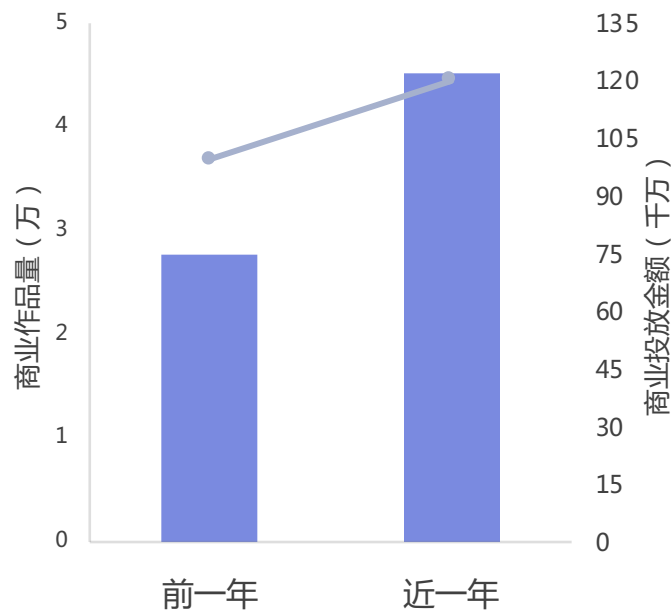
抖音：商业投放同比增长，头部达人互动效率更高，腰部更具优势



洗护发产品商业投放笔记数量与金额

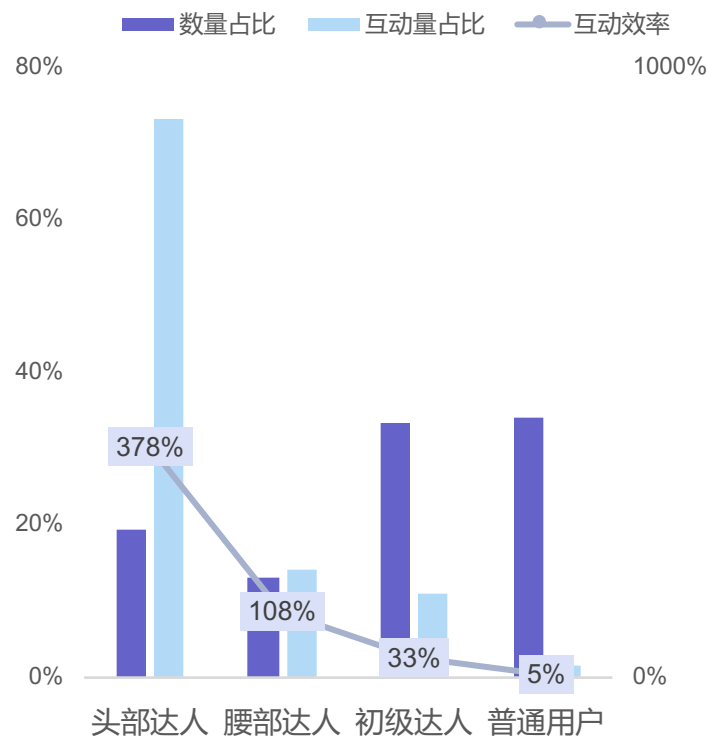
近一年商业作品量：4.5万（+64.2%）

近一年声量：12亿（+20.4%）



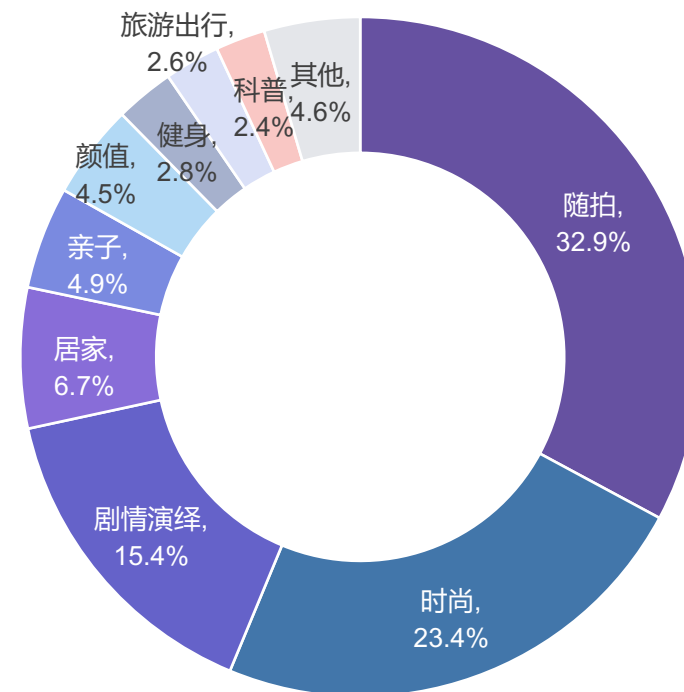
洗护发产品商业投放达人表现

头部达人互动效率仍是最高，综合性价比来看，腰部达人更具优势



洗护发产品商业投放达人类型

美妆和生活记录类达人应用最为广泛





抖音：剧情类、妆造类和真实体验对比分享内容互动效果更好



抖音高互动达人TOP榜单



周小闹
头部达人
剧情类



李蠕蠕
头部达人
摄影类



刘大悦er
头部达人
剧情类



王七叶
头部达人
剧情类



冬冬和37
头部达人
生活记录类



心动投递员Nana
头部达人
二次元类



不知名鸽子
头部达人
生活记录类



晚安的日记
头部达人
生活记录类

高互动视频类型

剧情类视频



标题：方便面小摊有哪些套路？

种草单品：薇姿去油瓶

KOL：周小闹

互动量：97.4w

氛围妆造类



标题：我的Tony Dong又进阶啦！

种草单品：okcs分级修护发膜

KOL：冬冬和37

互动量：16.2w

体验前后分享



标题：悲惨秃子自救史

种草单品：薇姿红标洗发水

KOL：桃黑黑

互动量：154.5w



欧莱雅玻尿酸洗发水以头部达人剧情类内容为主，快速引爆抖音流量



抖音种草案例

欧莱雅玻尿酸洗发水



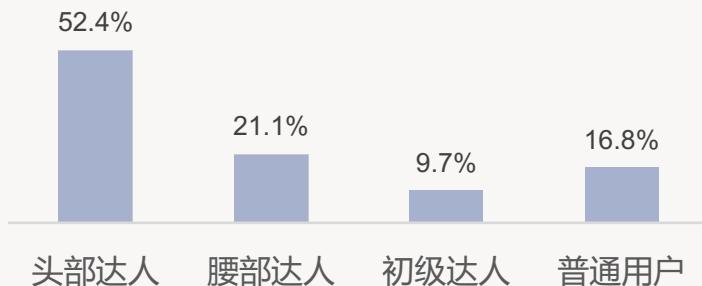
2025年4月升级上市

小分子果酸有效清洁头皮

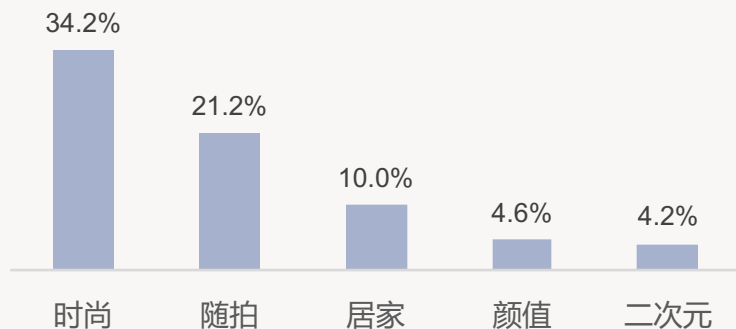
香气治愈

达人策略：头部达人引爆流量，时尚随拍类达人渗透年轻群体

KOL等级分布



KOL类型分布



内容策略：剧情类内容为主，渗透泛人群

43%

剧情演绎类，渗透泛人群



以二次元漫画、青春校园、爱情友情类剧情内容为主线，将产品植入其中

27%

妆发教程类视频内容



以妆发出片教程类视频为主，将养发护发等知识融入其中

www.endata.com.cn

