2020 染发 安全

2020 染发安全趋势报告

CBNDATA 第一财经商业数据中心 × L'ORÉAL PARIS

学术顾问合作单位：中国非公立医疗机构协会

© 2020 CBNData. All rights reserved.

CBNData ID:14053

TABLE OF CONTENTS

目录



第一部分：

中国染发市场发展概览

01

第二部分：

染发安全升级

02

第三部分：

染发隐忧面面观

03

第四部分：

安全染发实用建议

04

CBNData ID:14053

CHAPTER

ONE

中国染发市场发展概览

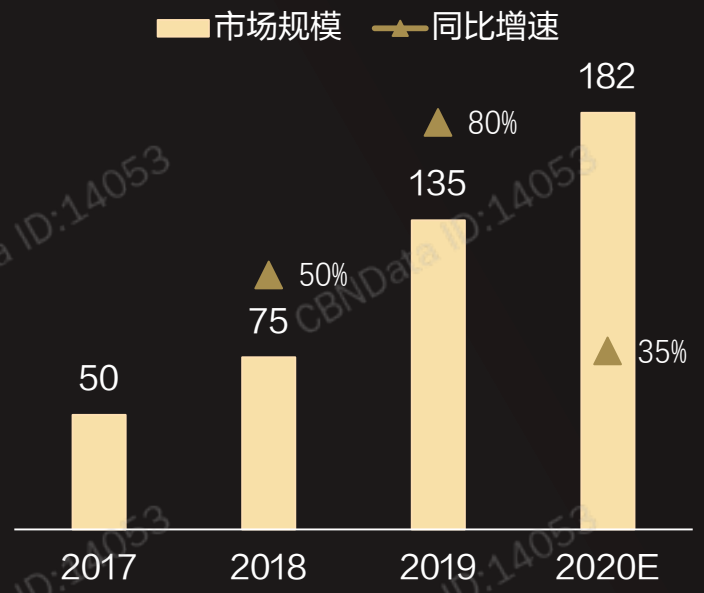


CBNData ID:14053

中国染发行业高速增长，高渗透、高频率成为两大关键词

根据《2020中国美好消费趋势报告》显示，“以健康纵享生活”、“用安全保障便利”，成为美好消费两大重要趋势。在这样的背景下，中国染发行业高速增长，根据艾媒咨询的预测，2020年中国染发行业的市场规模将达182亿元。另一方面，高渗透、高染发频率成为中国染发行业发展的两大关键词，为中国染发行业发展持续赋能。

2017-2020E中国染发行业市场规模（单位：亿元）



数据来源：艾媒咨询

2019年中国染发行业渗透率



数据来源：巴黎欧莱雅

2019年平均染发次数

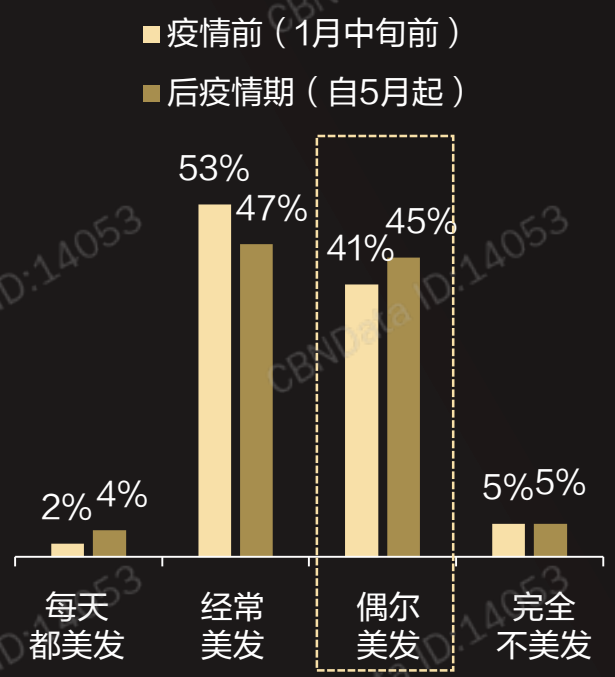


数据来源：巴黎欧莱雅

疫情影响下，消费者进店美发意愿降低，花式自助美发兴起

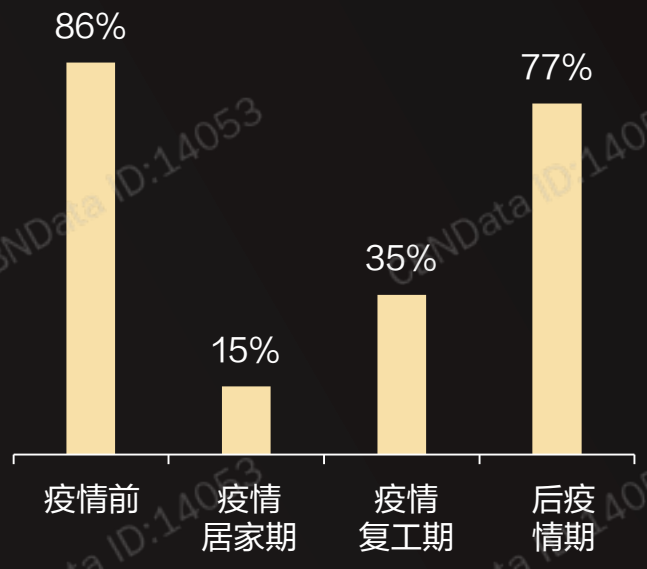
但是在疫情的影响下，消费者的美发频率降低。即使是在疫情偶发的现在，消费者进店美发的意愿仍然没有恢复到疫情前的状态，越来越多的人选择宅家美发，线上各种自助美发工具兴起。

疫情前后消费者美发频率趋势



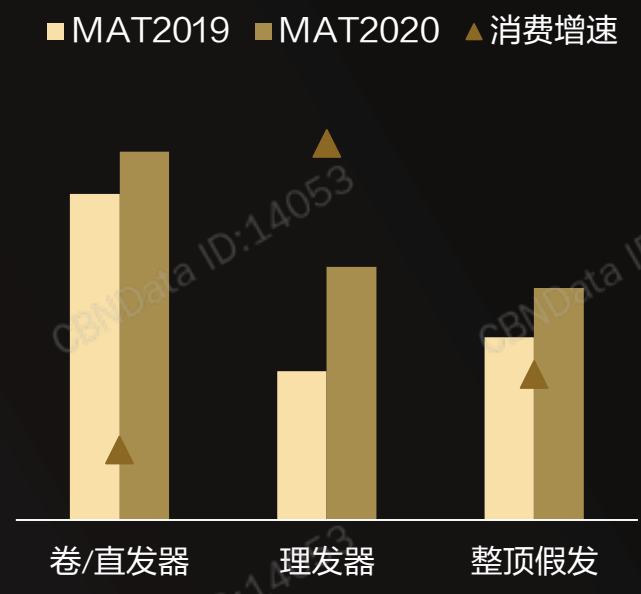
数据来源：CBNData调研数据
数据说明： Q:请根据您的美发频率分别给以下期间选择更贴切的描述N=2000

不同阶段消费者进店美发意愿



数据来源：CBNData调研数据
数据说明： Q:请根据您美发的情况分别给以下期间选择更贴切的描述N=2000
疫情前：1月中旬前；疫情居家期：1月下旬至2月中旬；疫情复工期：2月下旬至4月底；后疫情期：自5月起

MAT2019-MAT2020线上自助美发工具消费及消费增速

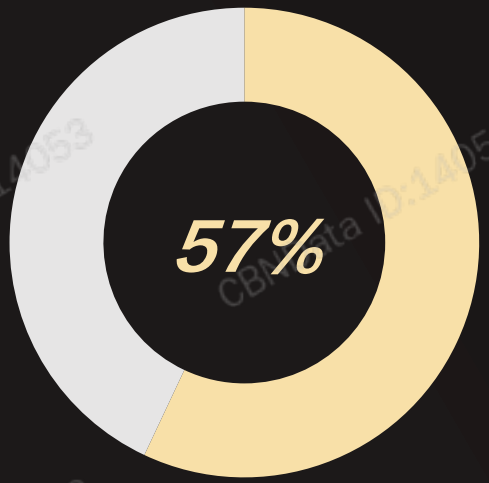


数据来源：CBNData消费大数据

宅家染发成为消费者的习惯，线上染发市场高速增长

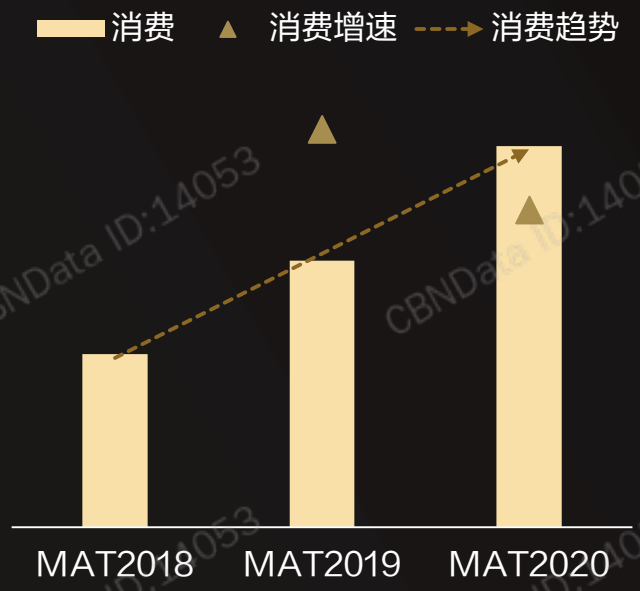
2019年家用染发产品贡献了中国染发市场57%的销售额。而从线上数据来看，染发产品消费高速增长，消费渗透率逐年增长，宅家染发逐渐成为消费者的习惯。

2019年家用染发产品销售占比



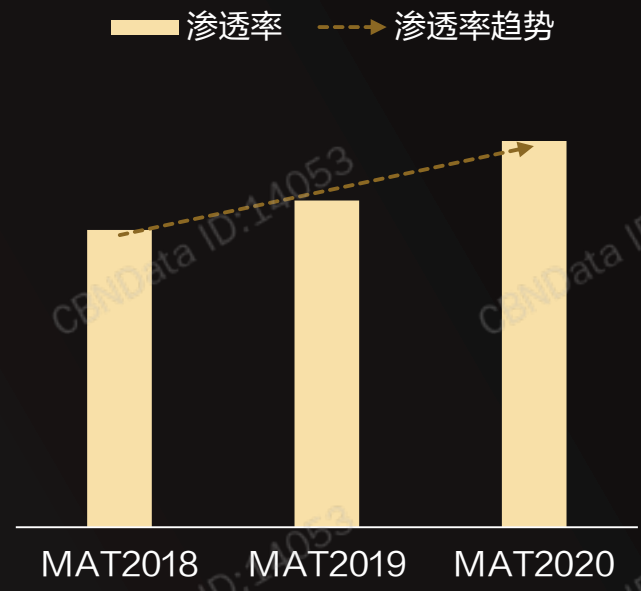
数据来源：巴黎欧莱雅

MAT2018-MAT2020线上
染发行业消费及消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2018-MAT2020线上
染发行业渗透率

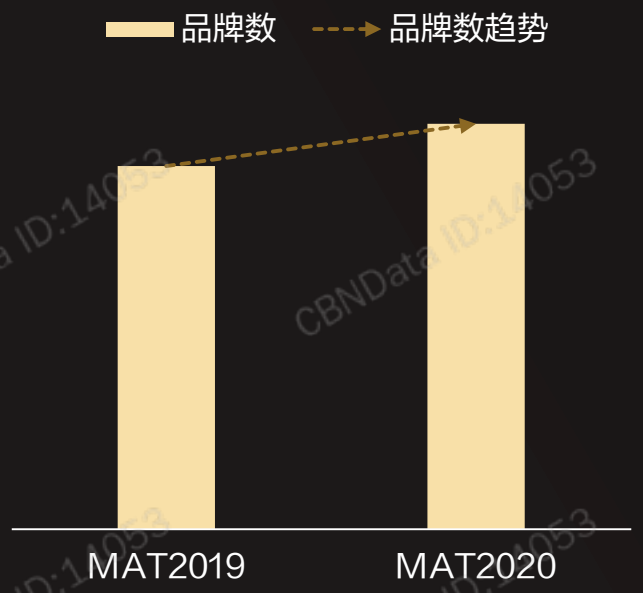


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：渗透率=染发产品消费人数/整体美发护发消费人数

品牌纷纷入局染发行业，却也带来隐忧

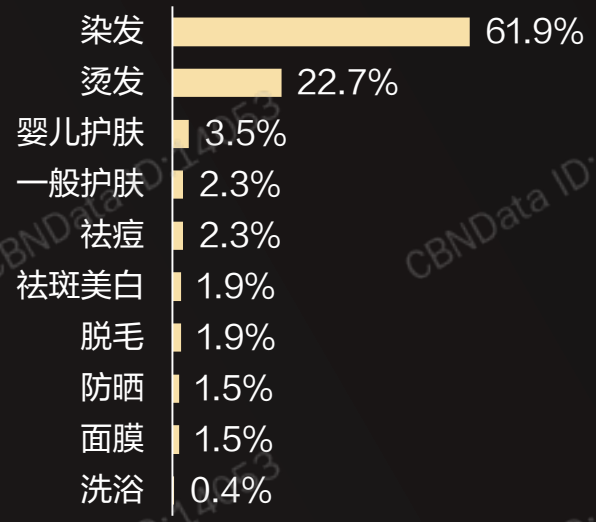
从供给侧来看，线上染发产品品牌数稳定增长，随着越来越多的品牌入局染发行业，也产生了一些隐忧。根据南都大数据研究院统计，截止8月底，国家药监局先后四次发布通告，宣布停止销售237批次假冒化妆品，其中染发品类成为重灾区，占比超过6成。除此之外，染发产品还存在成分与批件及标签不符、批件与标签标识不一致等问题。

MAT2019-MAT2020线上染发行业品牌数



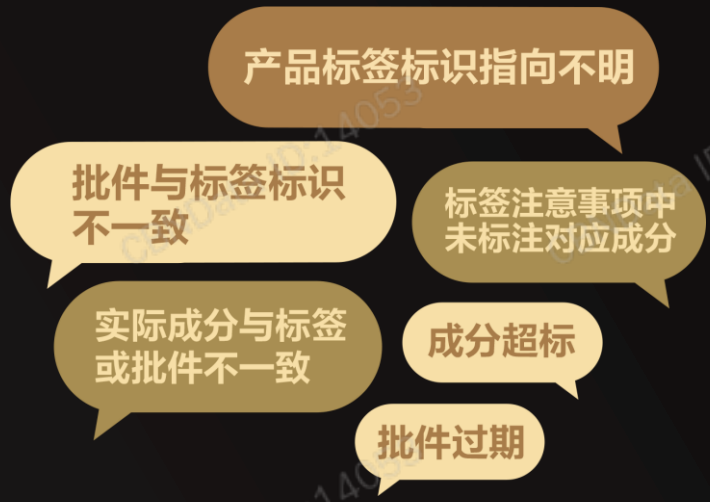
数据来源：CBNData消费大数据

截止8月底被通报的假冒化妆品分类别排行



数据来源：南都大数据研究院

截至8月底被通报的不合格染发产品不同问题词云



数据来源：国家药品监督管理局
数据说明：词云大小代表问题出现次数

CHAPTER

TWO

染发安全升级

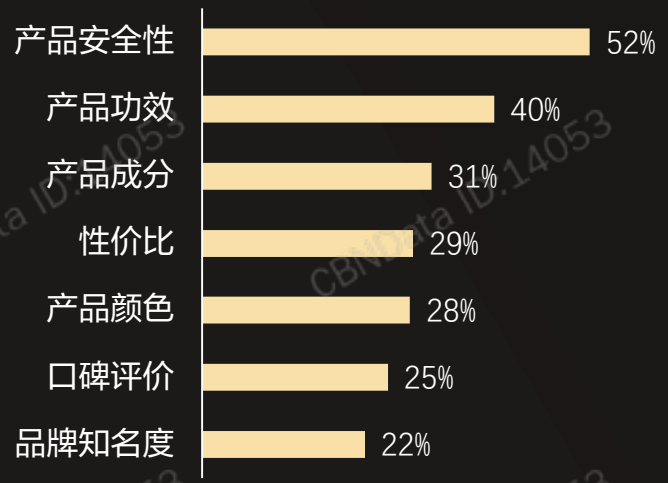


CBNData ID:14053

疫情爆发之后，安全性成为消费者选购染发产品的第一考量因素

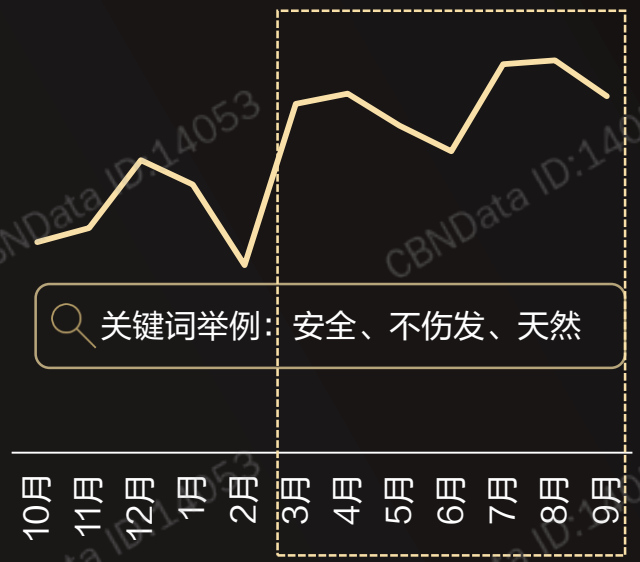
疫情爆发后，消费者对染发产品的选择更加追求安心感，产品安全性成为第一考量，线上安全相关关键词搜索热度居高不下。另一方面，皮肤科医生的建议被越来越多的人信赖。

疫情后消费者选购染发产品的关键考虑因素



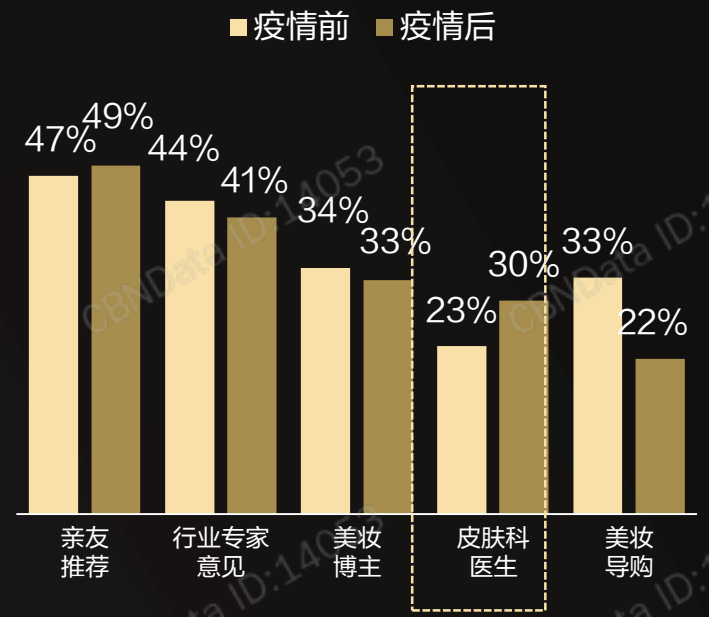
数据来源：CBNData调研数据
数据说明： Q:请分别选出在疫情前和目前阶段，您选择染发产品的关键考虑因素？N=2000

2019年10月-2020年9月线上染发产品“安全”相关关键词搜索热度



数据来源：CBNData消费大数据

疫情前后染发产品信息渠道信任度

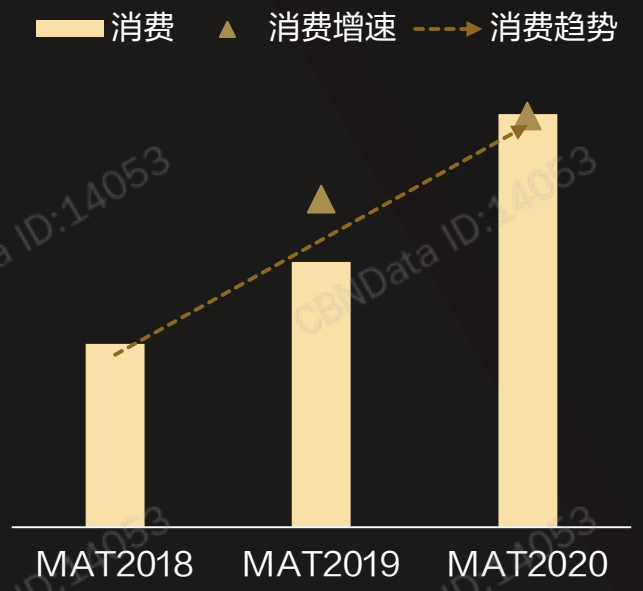


数据来源：CBNData调研数据
数据说明： Q:请分别选出在疫情前和目前阶段选购染发产品时，您更信赖谁的建议？N=2000

追求安心感，小镇人群以及更成熟消费者更青睐安全的染发产品

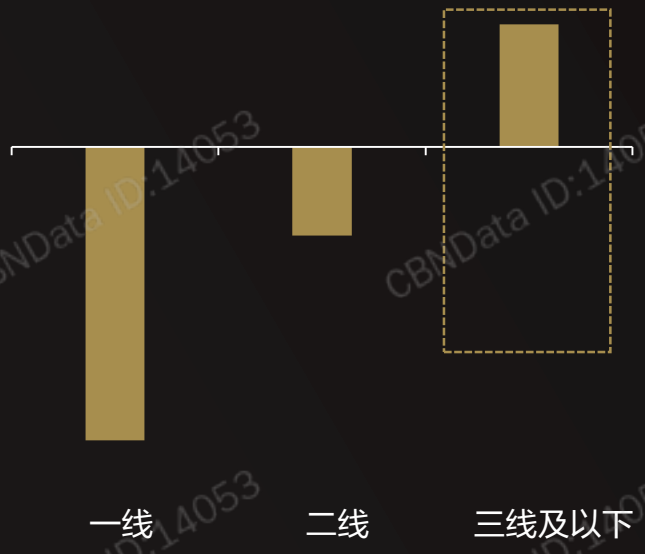
从线上消费数据来看，线上安全染发产品消费高速增长。其中，安全的染发产品受到三线及以下的小镇人群以及年龄上更为成熟的消费者的喜爱。

MAT2018-MAT2020线上
安全染发产品消费及消费增速



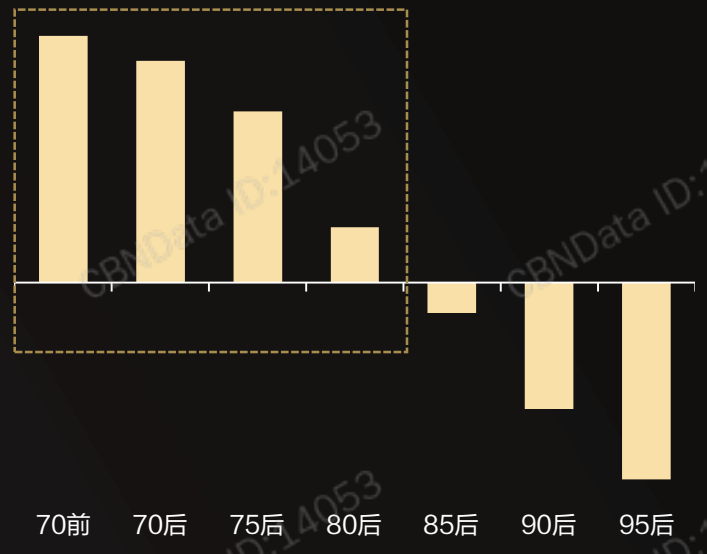
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020线上安全染发产品
分城市级别消费偏好



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：消费偏好=各城市线级安全染发产品消费占比-整体人群安全染发产品消费占比

MAT2020线上安全染发产品
分年龄代际消费偏好

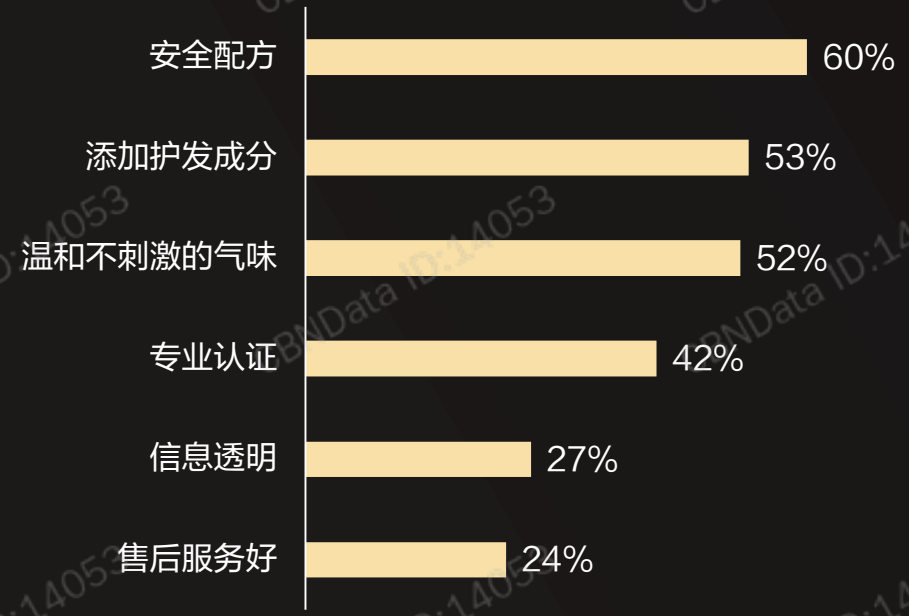


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：消费偏好=各年龄代际安全染发产品消费占比-整体人群安全染发产品消费占比

安全配方、添加护发成分以及温和气味成为保障染发安全的三大利器

对于产品安全性的理解，消费者认为安全配方、添加护发成分以及温和无氨的气味是他们选购染发产品的主要安全考量因素。其实消费者在选购染发产品的时候，可以到国家药品监督管理局网站搜索对应的特殊化妆品备案批准文号，防止购买到假冒伪劣的染发产品。

消费者选购染发产品时主要考虑的安全因素



数据来源：CBNData调研数据
数据说明： Q:在选购染发产品时，以下哪些方面更符合您对安全的要求？N=2000

染发产品选购小贴士

国家药品监督管理局

http://app1.nmpa.gov.cn/data_nmpa/face3/dir.html

在正规渠道购买有资质的大牌染发产品，避免购买有安全隐患的染发产品。还可以到国家药品监督管理局网站查询该产品的国家特殊化妆品备案批准文号，以确保购买到的是“一证一品”的安全染发产品。

资料来源：公开资料整理

安“染”无忧，染发安全升级三大趋势



配方升级

纯植物成分引领
染发新风潮



染护进阶

头皮呵护助力打造
染护一体新体验



气味净化

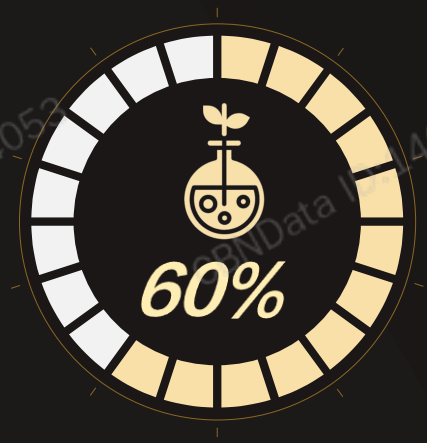
温和芳香气味带来
愉悦安全新感受

CBNData ID:14053

植物成分为安全加码，成为大众选购染发剂的首选成分

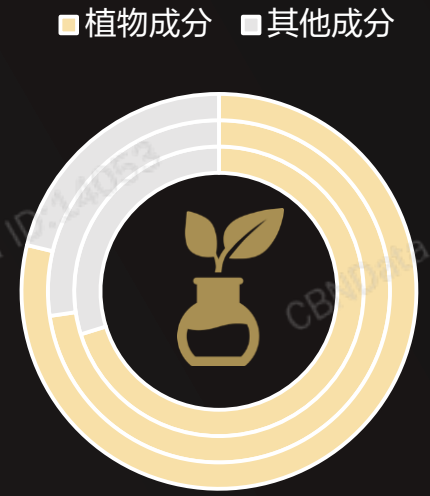
安全配方成为消费者选购安全的染发产品的第一考量因素。其中，添加植物成分的染发产品消费占比逐年提升，近一年来占据了近八成的市场份额，成为大众的首选成分。

安全配方是消费者选购安全染发产品Top1 因素



数据来源：CBNData调研数据
数据说明： Q:在选购染发产品时，以下哪些方面更符合您对安全的要求？N=2000

MAT2018-MAT2020线上染发产品植物成分消费占比



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：从内圈到外圈顺序：MAT2018-MAT2020

添加天然植物成分的染发产品举例



巴黎欧莱雅臻萃染发霜

① 蕴含天然植萃精华油：从单纯植物中提炼萃取，包括红花籽油、刺阿干树仁油天然植物成分；

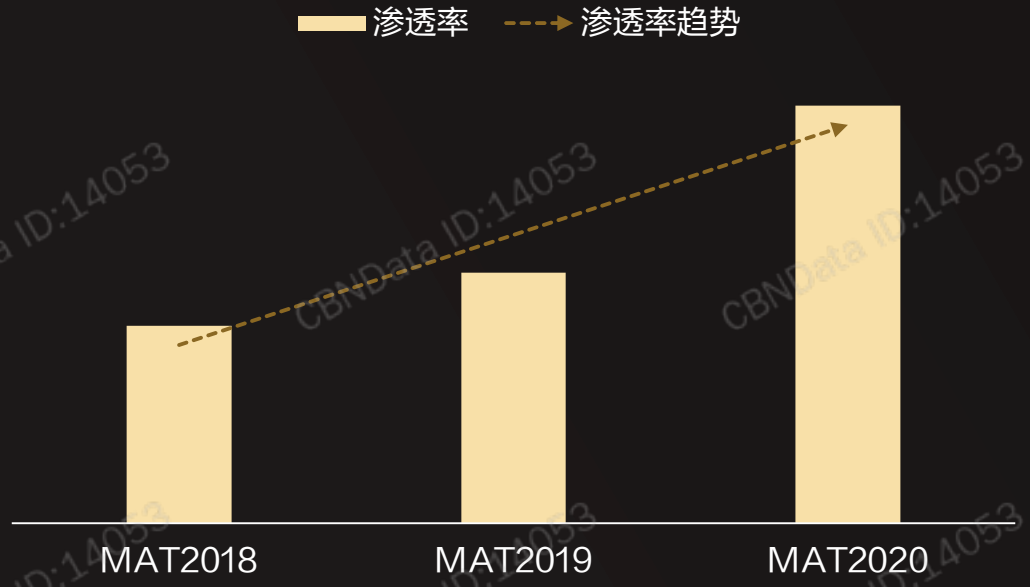
② 60%的致臻精华油参与染发过程，属于功能性成分，非概念性添加。

资料来源：公开资料整理

配方升级，纯植物成分引领染发新风潮

消费者不再满足于添加植物成分的染发产品，他们对配方的要求升级。其中，许多宣称含纯植物成分的染发产品被越来越多人认可，推动植物成分的染发产品爆发式增长，成为染发新风潮。

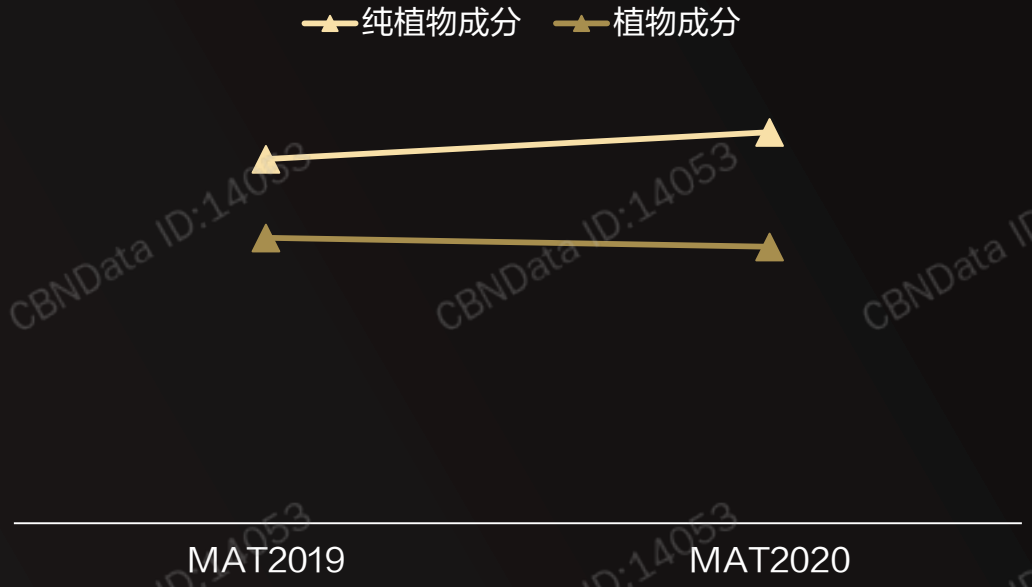
MAT2018-MAT2020线上染发产品纯植物成分渗透率



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：纯植物成分渗透率=纯植物成分染发产品消费人数/染发产品消费人数

MAT2019-MAT2020线上染发产品纯植物成分与植物成分消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

边染边护，消费者热衷选购蕴含护发功效的染发产品

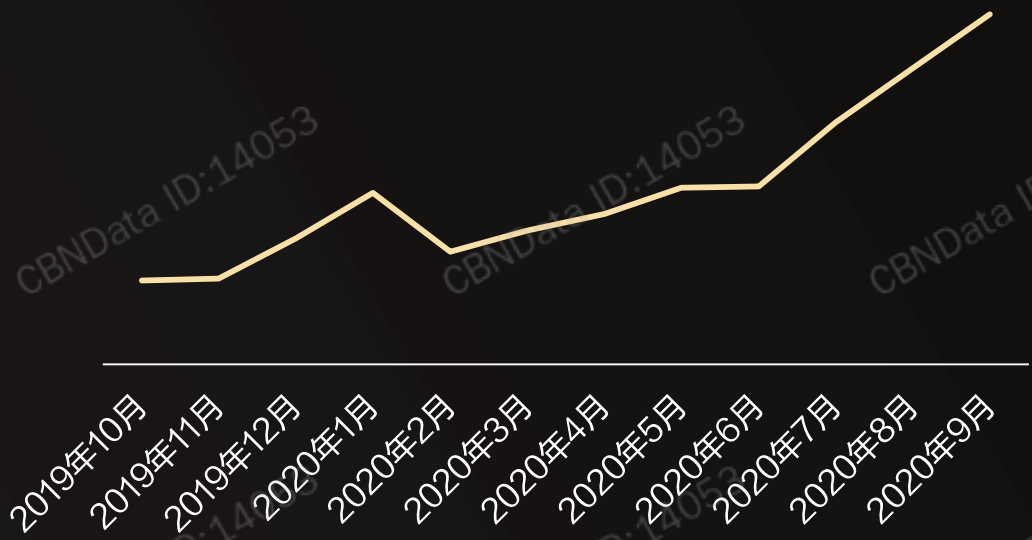
消费者在选购安全的染发产品时，还会考虑是否添加护发成分，让他们在染发的同时不用担心头发损伤。线上护发相关的搜索热度不断提升。

添加护发成分是消费者选购安全染发产品Top2 因素



数据来源：CBNData调研数据
数据说明： Q:在选购染发产品时，以下哪些方面更符合您对安全的要求？N=2000

2019年10月-2020年9月线上染发产品“护发”相关关键词搜索热度



数据来源：CBNData消费大数据

不满足于基础护发，头皮呵护助力打造染护一体新体验

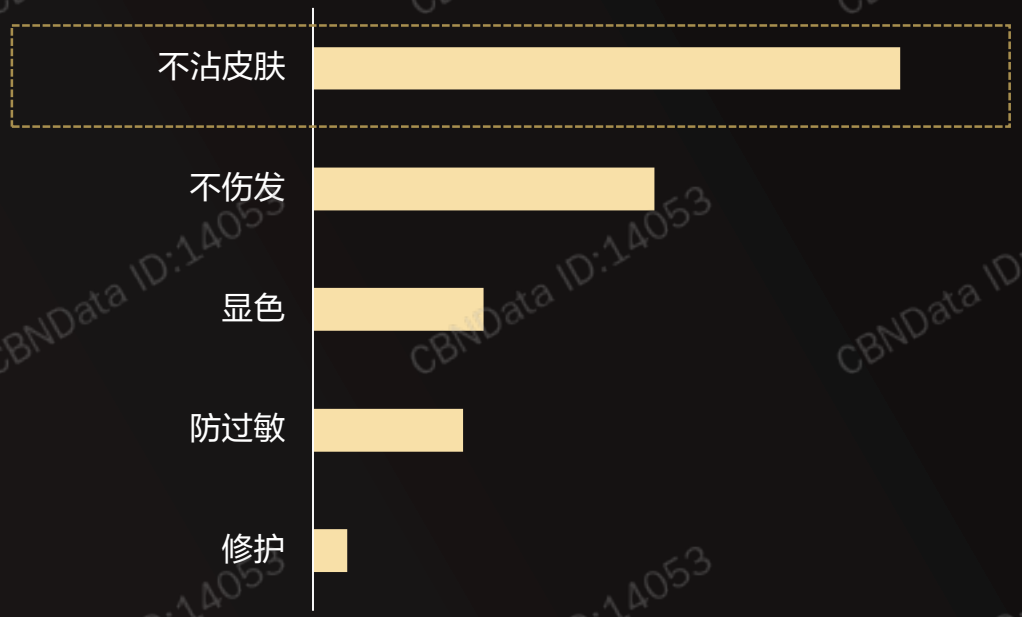
消费者对染护一体的要求不断进阶，他们不仅追求头发的呵护，更注重头皮的养护。不刺激头皮、头皮防过敏成为线上消费者的搜索热词，同时，从消费来看，不沾皮肤功效的染发产品消费占比提升迅速。

2019年10月-2020年9月线上染发产品不同功效搜索词词云



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2020线上染发产品不同功效消费占比提升度

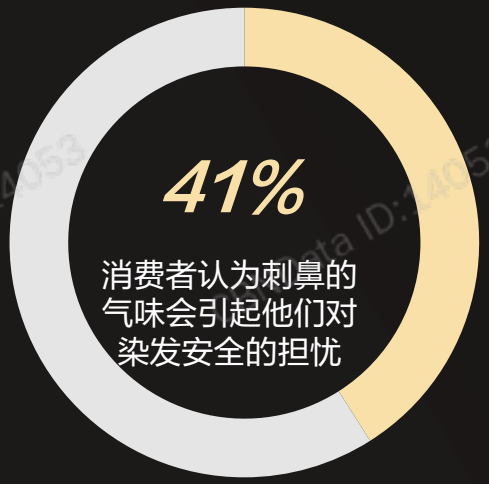


数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：消费占比提升度=MAT2020不同功效消费占比-MAT2019不同功效消费占比

追求愉悦安全感，温和芳香气味的染发产品消费高速增长

温和芳香的气味不仅带来愉悦感，也带来满满的安全感。根据调研显示，41%消费者因为染发产品的气味对其安全性产生质疑。产品气味成为线上消费者最为关切的问题，推动有着温和芳香气味的染发产品在近一年来高速增长。

消费者对染发安全的担忧（%）



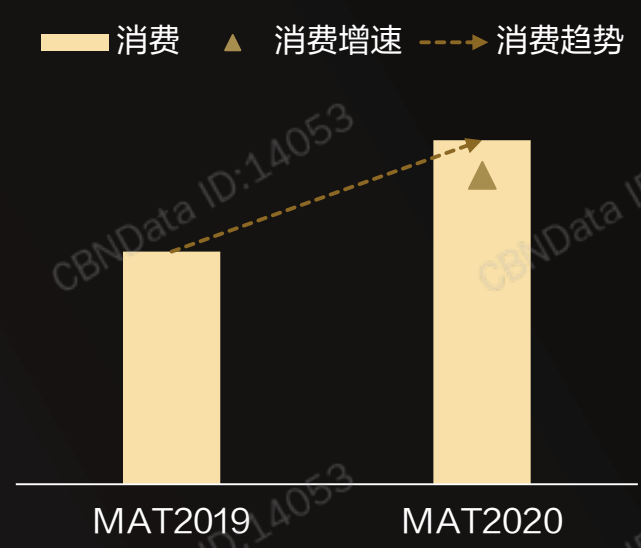
数据来源：CBNData调研数据
数据说明： Q:您觉得以下哪些方面是您对染发安全的主要担忧？ N=2000

2019年11月-2020年10月线上染发产品问大家“安全”相关问题词云



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2020线上蕴含温和气味的染发产品消费及消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

CHAPTER

THREE

染发隐忧面面观



CBNData ID:14053

染发五大隐忧



1

含植物成分的染发霜就更安全吗?



2

宣称孕妇可用的染发产品真的孕妇可用吗?



3

染发会伤发



4

染发会导致过敏



5

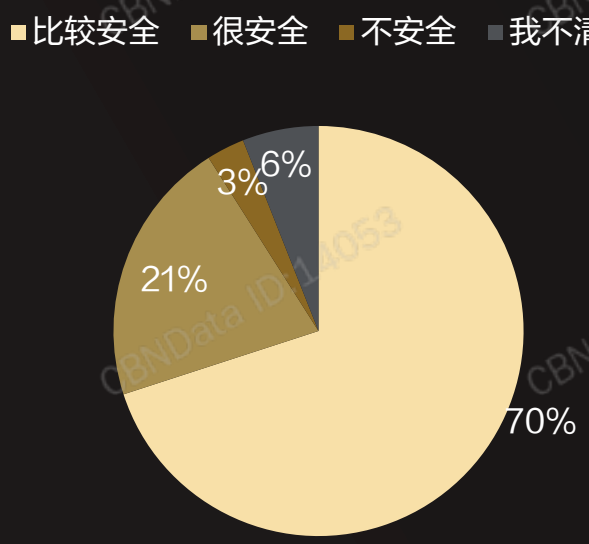
经常染发容易脱发?

CBNData ID:14053

隐忧一：含植物成分的染发霜就更安全吗？

消费者普遍认为植物染发产品是安全的，然而专家指出，无论植物成分还是合成成分均需要经过科学实验评估才能验证其安全性。此外，并不是植物成分越多就越温和，需要有实验数据来证明。

消费者对植物染发产品安全性的态度（%）



数据来源：CBNData调研数据
数据说明： Q:您觉得植物染发剂安全吗？N=2000

关于植物染发安全性的专家意见

> 植物染发就是更安全的，这是一个典型认知误区。
>
> 合成染发剂和植物染发剂在安全性上处于相同的起跑点，染发剂无论植物还是合成，其安全性都需要经过包括眼睛及皮肤刺激性、皮肤致敏性、基因毒性、遗传毒性等多项严格科学实验进行系统评估，所以不存在只要是植物就一定更安全这样的说法。
>
> 所以，不论是合成染发剂还是植物染发剂，任何的染发产品都应该通过科学实验评估，看实验数据，并不是植物成分越多就是越安全。

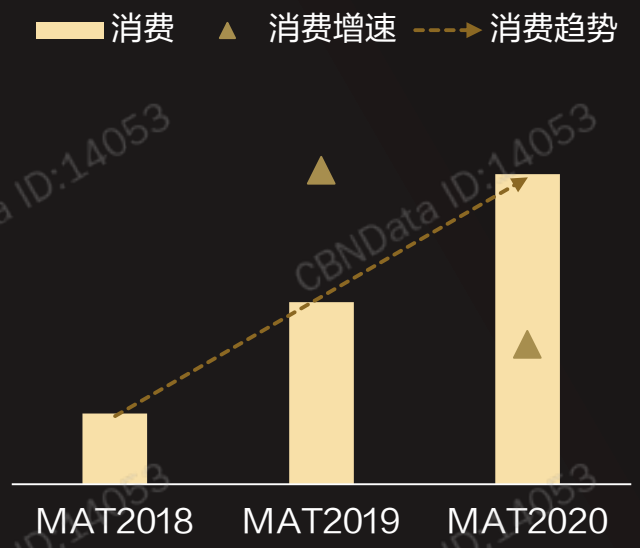
——香港大学化学博士，曾任复旦大学讲师并供职于全球最大化妆品集团研发中心 郝宇

资料来源：对郝宇的采访，郝宇：香港大学化学博士，曾任复旦大学讲师并供职于全球最大化妆品集团研发中心，14年化妆品研发及科学传播经验，现为独立科普人（网络名“大嘴博士”）

隐忧二：宣称孕妇可用的染发产品真的孕妇可用吗？

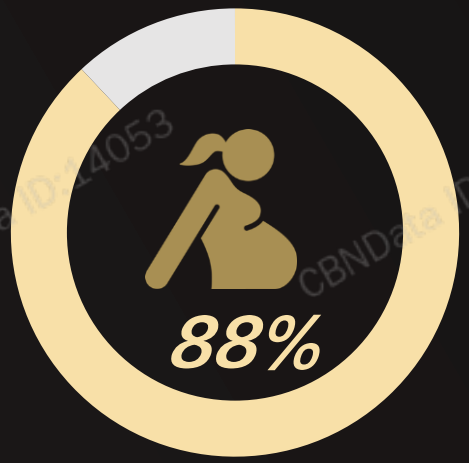
近年来，市面上宣称孕妇/哺乳期妇女可用的染发产品市场表现亮眼，但有88%的消费者认为孕妇/哺乳期妇女不能染发。同时医生指出，染发剂对所有健康人群都是安全的。但在怀孕期间孕妇的体质会有较大的变化，因此孕妇使用染发剂需要咨询医生确认身体条件是否许可。而针对以“孕妇可用”为宣传卖点的产品，建议消费者在选购时可以要求提供可以证明孕妇可用的试验资料，以判断宣传的真实性。

MAT2018-MAT2020线上宣称孕妇/哺乳期可用染发产品消费及消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

消费者对孕妇/哺乳期妇女染发的态度（%）



消费者认为孕妇/哺乳期妇女不能染发

数据来源：CBNData调研数据
数据说明： Q:您觉得以下哪些人群不可以染发？N=2000

关于孕妇能否染发的专家意见

“研究发现，染发剂中的化学物质被身体吸收非常有限，在通过了严格的安全评估后，正确使用染发剂对健康人群是安全的。

但在怀孕期间孕妇的体质会有较大的变化，可能伴随一些不同的孕期症状和反应的产生，有可能对外来物质更敏感。因此孕妇使用染发剂需要咨询医生确认身体条件是否许可。如果染发产品宣称孕妇可用，需提供充足的试验数据及相关资料证明。

在我国注册孕期/哺乳期使用化妆品时，需要经过更加严格的安全评审。没有行政批准孕期/哺乳期可用的化妆品，在我国境内销售不可宣称孕期/哺乳期可以使用。消费者在看到相关宣传时，应谨慎咨询是否有相关测试以及行政批准证明孕期/哺乳期可用。”

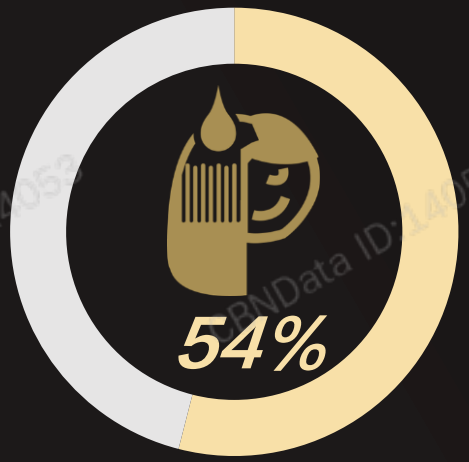
——复旦大学附属华山医院皮肤科副主任，植发中心主任 吴文育

资料来源：对吴文育的采访，吴文育：复旦大学附属华山医院皮肤科副主任，植发中心主任，中国非公立医疗机构协会皮肤专业委员会毛发学组组长

隐忧三：染发会伤发

随着消费者染发越来越频繁，头发受损、发质变差等问题造成了大部分人的困扰。专家表示，染发时毛鳞片被打开，会对发质产生影响，但是染发产品如果添加了滋养型的成分或者有独特养护技术，配合专业及时的染后护理可以降低对发质的伤害。消费者可以关注选择的产品是否有经过发质试验，选择有实验数据说话的滋养型染发产品。

消费者对染发安全的担忧（%）



消费者担心染发会导致
头发受损/伤头发

数据来源：CBNData调研数据
数据说明：Q:您觉得以下哪些方面是您对染发安全的主要担忧？
N=2000

常用的氧化型染发产品染色步骤

- 碱化剂打开头发最外层毛鳞片
  - ☆ 这个过程中，头发的角蛋白性质和结构发生一定程度改变，因而出现头发受损的情况
- 氧化剂与着色剂进入头发内部
- 氧化剂将头发内部色素漂白；
  着色剂发生氧化反应，给头发重新上色
- 关闭毛鳞片，完成染色

资料来源：公开资料整理

关于染发中头发受损如何护理的专家建议

① 染发时严格按照操作说明进行，不需要额外加热，也不用过分延长染发时间。这两种操作都会增加发质受损的风险，而且其实对于染发效果也不一定好。
② 染发时避免用细齿梳反复用力梳理头发，这样会导致毛鳞片受损。
③ 染后头发避免暴晒，紫外线对于发质的损伤非常大。
④ 在染发前后可以用针对性的修护产品减少发质受损，如果修护产品选择合理，甚至可以达到比染发前还要强韧的效果。

受损也可以通过在染发配方中科学添加护发成分来弥补。而且因为染发时毛鳞片充分打开，这也是护发成分更有效地进入头发内部深层修护受损的好时机。所以高品质的染发膏，通常都会合理添加修护成分，特别是带有阳离子的护发成分，针对因为受损而呈现负电的受损部位进行“定点修复”。

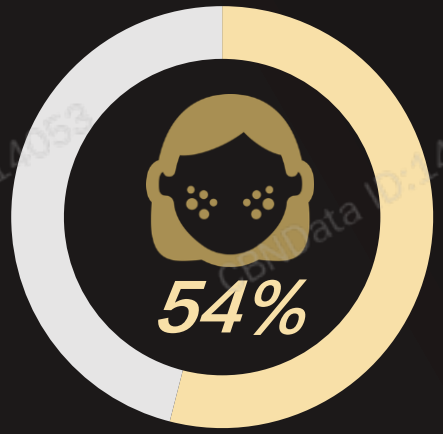
——香港大学化学博士，曾任复旦大学讲师并供职于全球最大化妆品集团研发中心 郝宇

资料来源：对郝宇的采访，郝宇：香港大学化学博士，曾任复旦大学讲师并供职于全球最大化妆品集团研发中心，14年化妆品研发及科学传播经验，现为独立科普人（网络名“大嘴博士”）

隐忧四：染发会导致过敏

过半的消费者担心染发会刺激头皮并导致过敏，但是实际上造成人体过敏的原因有很多，在不同的遗传背景和环境条件下，不同的致敏原都有可能造成过敏。因而专家建议，在染发前应当做皮肤敏感性测试，染发过程避免染发剂进入眼睛。

消费者对染发安全的担忧（%）



消费者担心染发会导致头皮过敏/刺激头皮

数据来源：CBNData调研数据
数据说明： Q:您觉得以下哪些方面是您对染发安全的主要担忧?
N=2000

关于染发造成过敏的原因的专家看法

“造成人体过敏的原因有很多，在不同的遗传背景和环境条件下，不同的致敏原都有可能造成过敏。比如有些特定人群会对某些食物、花粉以及环境因素过敏。严格按照使用说明进行染发，有效避免过敏的发生。”

——中国非公立医疗机构协会皮肤专业委员会常委兼秘书长 吉喆

资料来源：对吉喆的采访，吉喆：中国非公立医疗机构协会皮肤专业委员会常委兼秘书长，
《实用美容皮肤科学》（人民卫生出版社）编委

关于如何避免染发过敏的专家意见

① 在染发之前48小时，应该先进行皮肤过敏性测试。
② 使用氧化型染发剂，两次染发之间应该间隔一个月以上。
③ 染发过程中和洗头发时也要小心染发剂流入眼睛，以免造成眼刺激。如果染发剂不小心掉进眼睛里，应该立即用清水冲洗干净。
④ 洗发时也要注意将头皮和头发上的染发剂完全冲洗干净，一直清洗到水清澈为止。

资料来源：对吉喆的采访，吉喆：中国非公立医疗机构协会皮肤专业委员会常委兼秘书长，
《实用美容皮肤科学》（人民卫生出版社）编委

隐忧五：经常染发容易脱发?

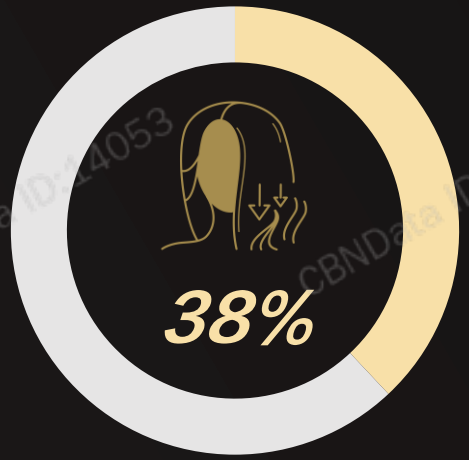
国家卫健委数据显示，我国超2.5亿人受脱发困扰，脱发相关话题在微博上引起广泛关注与讨论。随着消费者对脱发问题越发关注，近四成的消费者认为经常染发会导致脱发。实际上，在按照产品使用说明正确使用染发产品时，染发一般不会导致脱发。但染发过程可能会影响发质，建议选用滋养型的染发产品，同时注重染后护理。

脱发相关话题讨论热度



数据来源：公开资料整理

消费者对染发安全的担忧（%）



消费者担心染发会脱发

数据来源：CBNData调研数据
数据说明： Q:您觉得以下哪些方面是您对染发安全的主要担忧?
N=200

染发是否会脱发专家科普

"目前没有科学实验或数据证明染发与脱发之间存在必然联系，在符合产品使用说明的正确操作规范下，即便多次染发一般也不会导致脱发。但染发过程发质可能产生影响，所以建议使用滋养型的染发产品，配以及时的染后护理，这样一来，在变美的同时也保证了对头发的养护。"

——中国非公立医疗机构协会常务理事兼皮肤专委会主任委员 郑志忠

资料来源：对郑志忠的采访，郑志忠：中国非公立医疗机构协会常务理事兼皮肤专委会主任委员，
中国整形美容协会皮肤美容分会名誉会长，
复旦大学附属华山医院资深教授

CHAPTER

FOUR

安全染发
实用建议



CBNData ID:14053

安全染发选购建议

渠道正规

- 应在正规渠道购买包装完好、标识清楚的产品，避免购买到有安全隐患的染发产品。

了解成分

- 为避免或减少染发产品不良反应的发生，消费者首先要了解自己的皮肤特点，特别是有过染发不良反应的消费者，需要根据自身情况，选择不含某种染发剂成分的产品。
- 针对选购添加植物成分的染发产品时，可以通过成分表成分的排名，判断对应的植物成分是功能性成分还是概念性添加成分，以免被宣传误导。国家规定，化妆品要显示全部成分，对应加入量大于1%的成分名称按照加入量从多到少排列，对应加入量小于或等于1%的成分，则可以不排序。

包装正规

通过包装判断购买正规染发产品的方法：

- 是否有这三个信息：
  1. 生产商的名字；
  2. 生产商的地址；
  3. 化妆品生产许可证号
- 染发产品的批文号一定是特字号
- 在产品标签上均需标注以下警示语: 染发剂可能引起严重过敏反应;使用前请阅读说明书，并按照其要求使用;本产品不适合 16 岁以下消费者使用;不可用于染眉毛和眼 睫毛，如果不慎入眼，应立即冲洗;专业使用时，应戴合适手套;在下述情况下，请不要染发:面部有皮疹或头皮有过敏、炎症或破损;以前染发时曾有不良反应的经历。

一证一品

- 可以在国家药品监督管理局网站(http://app1.nmpa.gov.cn/data_nmpa/face3/dir.html)，查询该产品的国家特殊化妆品备案批准文号，确保购买到的是“一证一品”的安全染发霜。

数据来源：公开资料整理

安全染发使用建议



染前进行皮肤敏感性测试

染发前2天不洗头，染前48小时进行皮肤敏感性测试

皮肤敏感型测试方法：

- 取下耳环，用酒精清洁耳后1平方厘米的肌肤，用棉棒蘸取少量染发霜涂于耳后以清洁的肌肤，等其干后重复涂抹2-3次，小心盖紧染发霜瓶盖保存48小时后使用。
- 等待48小时不要将其洗去，同时不要遮盖或触碰涂过染发霜的地方。在48小时内如有任何发红、发痒或肿胀等不适症状，请勿使用该产品。

数据来源：公开资料整理



染中防过敏

皮肤敏感型测试方法:

- 涂抹染发霜前可以在额头、鬓角涂抹凡士林，降低皮肤过敏的可能性；
- 染发时务必摘下身上的金属配饰，并且避免使用金属制的夹子。
- 涂抹完染发霜后，不建议佩戴加热发帽，发丝温度的升高可能会导致上色不均匀或者爆顶；同时，加热后的头皮将有更高发生过敏的几率。

数据来源：公开资料整理

DATA
COVERAGE

数据说明

数据来源： CBNData消费大数据、巴黎欧莱雅

具体指标说明：

1）CBNData调研数据

投放对象：为保证研究质量，甄别有染发经验的消费者作为有效样本；
样本年龄及城市线级分布基本符合总体消费者分布；
样本数量：N=2,000

2）CBNData消费大数据

数据时间段：2017.10.1-2020.9.30
MAT2018：2017.10.1-2018.9.30
MAT2019：2018.10.1-2019.9.30
MAT2020：2019.10.1-2020.9.30
人群标签：基于消费者在平台上一年消费行为确定

3）巴黎欧莱雅数据

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

CBNData ID:14053

COPYRIGHT DECLARATION
版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

CBNData ID:14053

ABOUT US

关于我们

报告作者：李妍
视觉设计：张称
联系我们：Data@cbndata.com
商务合作：BD@cbndata.com
加入我们：JOB@cbndata.com

第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）成立于2015年，是由阿里巴巴集团和第一财经共同发起成立的，面向品牌企业提供数字化增长解决方案的大数据服务商。

依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，以全球最大的消费数据库为核心竞争优势，充分发挥全媒体势能，以AI技术为驱动，以多元场景为延展，面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。

CBNData ID:14053

FOLLOW US

关注我们

更多数据 扫码关注



CBNData官网



CBNData官方微信号

CBNData ID:14053

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

CBNData ID:14053