

防脱指南

科学生发

米诺地尔

2022科学生发白皮书

蔓迪

×



阿里健康

×

CBN DATA

第一财经商业数据中心

© 2022 CBNData. All rights reserved.

目录

TABLE OF CONTENTS

01

防脱生发
市场概况

02

防脱生发
消费人群洞察

03

防脱生发
消费趋势

PART 01

防脱生发 市场概况



当代年轻人的「头等哲学」，发量焦虑已成心头大患

当前，我国平均每六人中就有一人脱发，并且逐渐向30岁前的年轻群体开始侵袭；调研结果显示，有95%的受访者表示自己或朋友都存在脱发的问题，可见发量焦虑已成为大众、尤其是年轻人的心头大患。

“我国平均每六人中就有一人脱发
年轻人更加关注“头等哲学””



我国脱发人数超2.5亿

其中男性脱发人数约1.63亿
女性约0.88亿。



脱发低龄化趋势明显

30岁前脱发的比例高达84%
比上一代人的脱发年龄提前了20年

脱发困扰人群占比

■ 自己/身边人有脱发困扰 ■ 自己没有，身边人也没有



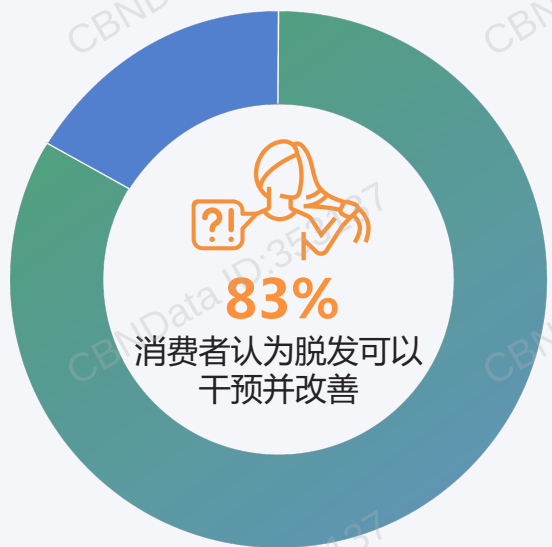
数据来源：国家卫健委调查数据

数据来源：CBNData 2022年9月调研数据
数据说明：请问您或您身边的人现阶段是否有过脱发困扰？ N=2106

年轻人的DNA动了，主动申请加入「头顶攻坚战」

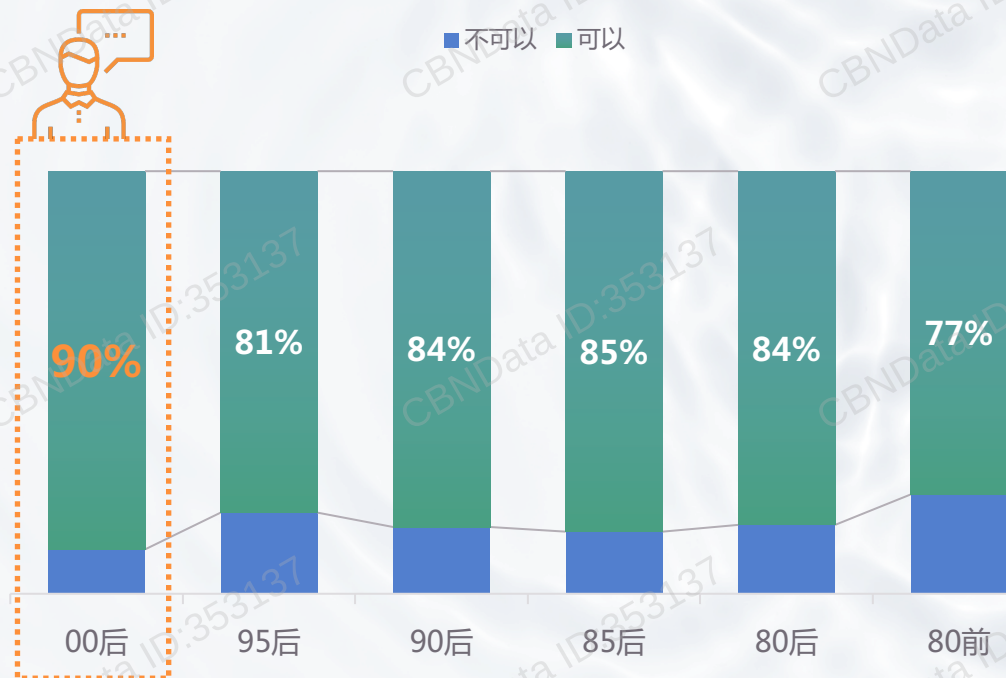
基于调研结果显示，大部分消费者表示脱发本身可干预、可改善。其中，以00后为代表的年轻族群对防脱发的态度更为积极，有90%的00后表示，脱发这件事是可以通过各种方式进行干预并改善的。

消费者对于防脱发的态度



数据来源：CBNData 2022年9月调研数据
数据说明：请问您认为，脱发问题能够通过正规且经济的方式的干预并有效改善吗？N=2000

消费者对于防脱发的态度-分年龄段



数据来源：CBNData 2022年9月调研数据
数据说明：请问您认为，脱发问题能够通过正规且经济的方式的干预并有效改善吗？N=2000

“自信、颜值、社交”，「从头做起」由内而外获得全方位提升

拥有一头浓密的秀发，可以让自己从内到外获得全方位提升。近七成的消费者表示对于自信心的增强尤为明显，浓密秀发也能玩转各种发型，提升颜值。同时，也让大众在日常社会、职场等场景更加游刃有余。

拥有浓密头发是什么样的体验



69%
更自信



46%
发量蓬松更上镜



45%
更随心
日常行动无需遮掩



45%
百变发型
无惧发际线



29%
面试&相亲
成功率变高

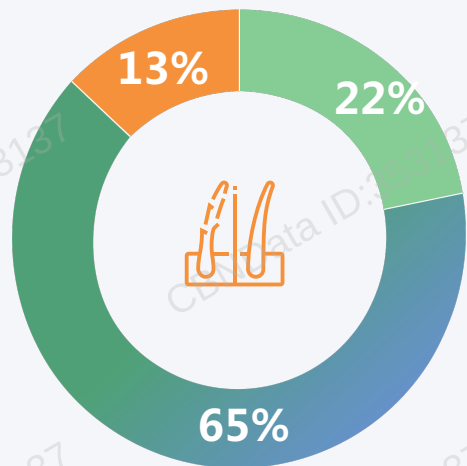
数据来源：CBNData 2022年9月调研数据
数据说明：您觉得有一头浓密的头发是一种什么样的体验？N=2000

「从头做起」，首先正确认识「生理性脱发」与「脱发」

尽管消费者对脱发问题很看重，但是大多数消费者表示脱发问题并不严重。日常梳头洗头是发现掉发的主要场景，季节性掉发也是重要因素之一。从科学角度来说，大众不必谈脱发色变，需要正确区分生理性掉发和脱发之间的区别。

自己或身边人脱发情况

■ 季节性脱发，平时不会脱发 ■ 不严重，只有梳头洗头时才会掉 ■ 严重，一摸就掉



不必谈脱发色变，要正确区分「生理性掉发」&「脱发」

- **原因不同**：生理性掉发，是指人身体新陈代谢的一种表现症状。而**脱发属于病理性脱发**，其中以雄激素性脱发（又称脂溢性脱发）发病率最高；
- **症状不同**：生理性掉发一天一般会掉落20根到40根左右，而脱发则可能会导致患者出现成片掉落的情况，甚至会出现斑秃；
- **治疗方式不同**：生理性脱发无需治疗，但脱发则需要根据其病理原因进行治疗。如果是雄激素性脱发，**FDA（美国食品药品监督管理局）认证的米诺地尔是最常被患者使用的外用药剂之一。**

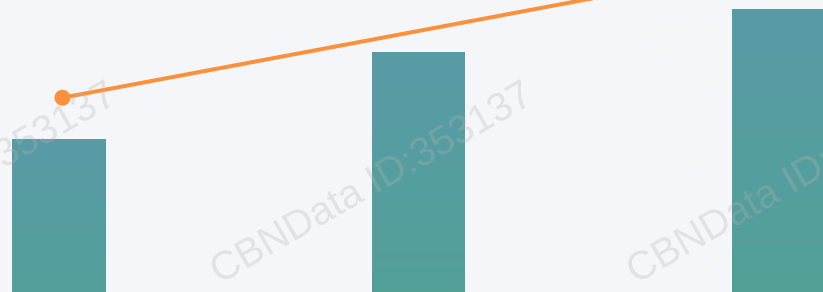
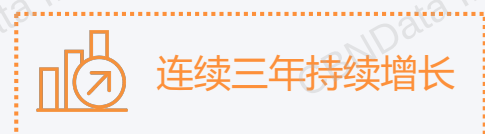
数据来源：CBNData 2022年9月
调研数据：请问您或您身边的人目前脱发的具体表现是？ N=2000

资料来源：百度健康、《中国人雄激素性脱发诊疗指南》

“妙笔生发”有高招，大众消费意愿逐步提升，防脱生发备受重视

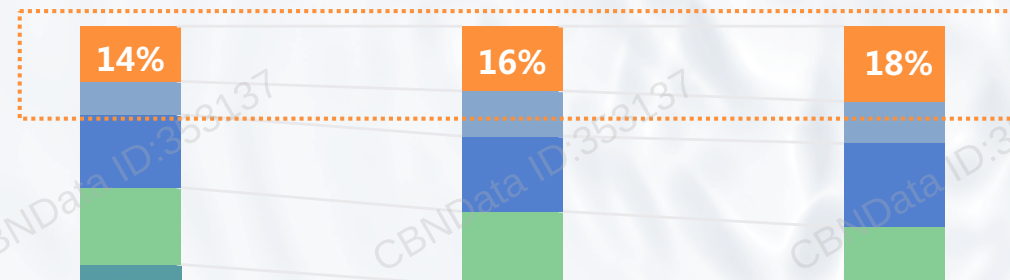
整体线上防脱生发洗护类产品市场规模持续增长。大众对防脱生发上的消费意愿正逐步提升，消费者更愿意在防脱生发上投入更多的费用。总体来说，防脱生发已成为现阶段消费者在个人护理方面的重要内容。

MAT2020-MAT2022天猫线上防脱生发洗护类产品消费规模



MAT2020-MAT2022天猫线上防脱生发洗护品类价格分布

■ 100元以下 ■ 100-150元 ■ 150-250元 ■ 250-350元 ■ 350元以上



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_48041

