

保卫发际线

来自阿里健康联合阿里数据发布的报告显示,搜索“脱发”词汇的人群比例中,18至25岁的年轻人占到约四成,位列第一,同时90后也成为第一大失眠人群。据央视财经报道,今年“双11”当天开抢不到30分钟,天猫国际直营进口防脱发洗发水就全线售罄。治脱发的需求,催热了名为“生发仪”的产品。天猫“双11”,生发仪成交同比增长620%。

也就在“双11”那晚,曹爽花了2500元,分6期免息,购入了那台美国品牌的生发仪。看起来,它更像是一个梳子,但原理是利用一种低能量红光技术,预防毛囊老化,促进头发新生。与之配套的还有一个健发带,好似一个耳机罩,售价近9000元。

“我天生不是发量很多,这两年日渐减少,很想要头发浓密、美美的感觉。”曹爽说,用了一段时间后,她正等着验证效果。据产品介绍,这类生发仪通常16周内显效,正常治疗大概在26周左右,还能修复因情感受挫导致的脱发问题。

曹爽为了保卫发际线,她还买过很多能促进发量生长的洗发水、精油,还去理发店做头皮护理,“我已经不烫头发不染头发了,每次梳头掉下来的头发都让我好心痛,为了能变换造型,我只能买几顶假发套了。”

何止90后,95后都已关注生发这件事情了。从购买人群看,18-24岁人群最多,占了28.9%,紧接着的25-29岁人群,占比25.45%,这两个年轻层占比超过了50%。

忙打拼的90后,早已发起了一场发际线保卫战。



还有一些产品,因为90后的养身,也火速蹿红。

1.睡眠仪:

当90后成了失眠第一大人群,原本极为小众的睡眠仪,今年借势成了爆品。

热度指数: 增长16000%

2017年的“双11”,睡眠仪成交同比增长高达16000%,其购买者中以30-34岁人群最多(25.8%),其次是25-29岁人群(22.4%),这些85乃至90后成为其最核心的购买人群。

据相关产品介绍,相比安睡产品,睡眠仪是从白噪音原理入手。小小的机器,连续产生白噪音,屏蔽掉其他噪音,营造出的环境,很容易想睡觉,最大特点就是“没特点”,大脑适应后,几乎感觉它不存在了。

不少90后还拿这个当作“哄娃”神器,安抚宝宝入睡。

2.冲牙器:

比电动牙刷更新的口腔清洁器具。

热度指数: 增长420%

冲牙器,是一种比电动牙刷更新的口腔清洁器具,靠的是强大的脉冲水流,清洁口腔。不过,对于冲牙器这样陌生的单品,很多消费者更熟悉的是早几年的电动牙刷,或者上诊所洗牙。刚刚过去的“双11”,冲牙器同比增长420%。

3.酵素机:

吃的不是水果,是健康

热度指数: 240%

酵素机,尤其受养生一族的喜爱。酵素的概念火遍全球后,原本不起眼的商品,一下子火了。

当蔬菜水果切片去皮后,放入酵素发酵机,利用恒定酵素适宜发酵温度与时间,发酵果蔬,获取酵素、果酸饮品。据说,可以调理肠胃,美容养颜。