

中国毛发健康管理行业研究报告

从“头”开始，“发”现健康

部门：企服研究五组

ABSTRACT

摘要

行业概述

- **概念剖析：**毛发健康标准涉及**毛发生长周期、头皮健康、毛发外观、毛发密度和毛发结构**共五个维度。报告将行业划分**毛发养护、毛发防脱、毛发植固**三大赛道进行描述。

细分赛道分析

➤ 毛发养护

- **发展背景：**消费者健康意识提高拉动**养护发需求旺盛**，国产品牌引领毛发养护产品“国潮”，养发馆等机构的**行业规范和服务水平提升**；
- **市场现状：**养护产品市场由国际品牌主导，**养发馆在养护服务中专业性更强**；
- **未来发展：**产品和机构侧深耕消费者需求，打造品牌核心竞争力，引领新时代。

➤ 毛发防脱

- **发展背景：****中国脱发人群不断增多**，防脱产品愈加丰富，**医疗干预比重逐步提升**；
- **市场现状：**产品侧**外用药品防脱和改善效果明显**，安全性较高，市场侧**防脱持证难特点尤为显著**，产品虚假宣传现象时有发生；
- **未来发展：**防脱药品市场规模稳步提升，**2027年预计达到101亿元**。

➤ 毛发植固

- **发展背景：****“颜值经济”**深入人心，植发机构**专业性不断增强，植发技术不断完善**；
- **市场现状：**各类企业**积极冲刺资本市场**，机构分布受人口与经济影响显著，全国连锁型植发机构**“三足鼎立”**，龙头企业正跑马圈地，加速扩张；
- **未来发展：**品牌“价格战”后行业平稳发展，预计**2027年市场规模达到865亿元**。

行业趋势展望

- **美学消费：****毛发美学意识的增强促进相关消费的涌现**，未来市场增量显著。
- **新零售化：**行业新零售化变革驱动下，行业玩家需**加速模式创新与技术迭代**。
- **生态布局：****“护防治植固”体系化消费需求为厂商未来业务布局提供参考方向**。

CONTENTS

目 录

01 毛发健康管理行业概览

Overview

02 毛发健康管理行业细分赛道分析

Analysis

03 毛发健康管理企业案例

Case study

04 毛发健康管理行业发展趋势

Development trend

01 / 毛发健康管理行业概览

Overview

毛发健康概念及标准

毛发健康是人体健康的指标之一，其重要程度已成为全民广泛共识

毛发健康不仅仅是外貌的一部分，更是身体健康的镜像，反映了毛发和毛囊在生理和生化功能上的正常状态。它不仅关乎我们的外在形象，也是内在健康状况的一个关键指标。对毛发健康的认识已经在社会中得到广泛的认可。毛发的健康问题多种多样，如脱发、白发、油性头发、干性头发、头皮屑、头皮炎等，这些问题可能是营养不良、内分泌失调、遗传因素、环境因素或其他健康问题的表现。毛发健康标准包括毛发生长周期、头皮健康、毛发外观、毛发密度和毛发结构等五个维度。毛发健康不仅仅是美容问题，更是身体健康的晴雨表，毛发健康是人类健康产业的重要一环。因此，我们应该树立健康优先的理念，注重毛发健康的日常护理和保养，以实现外在美和内在健康的完美统一。

五大毛发健康标准

毛发的外观

健康的毛发**洁净、光泽且具有弹性，粗细适中，发根均匀**。如果毛发干燥、暗淡、分叉或易断，可能是营养不良或其他健康问题的信号。

头皮的健康

头皮的健康直接影响毛发的生长。头皮健康着重**皮脂分泌、微生物平衡、代谢水平**三大板块。头皮不健康包括但不限于过度的油脂分泌、炎症或者脱皮的现象。

毛发的生长周期

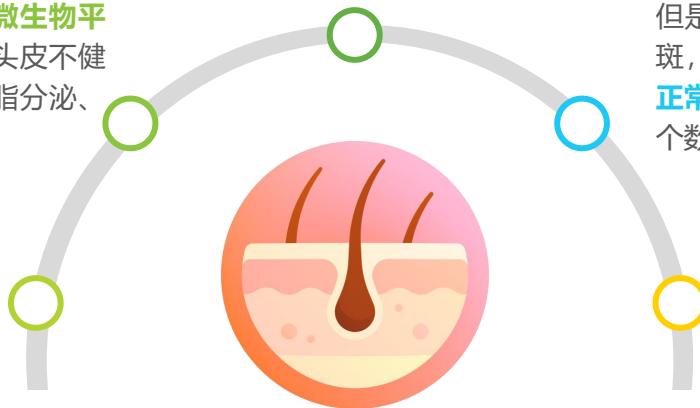
健康的毛发有一个**正常的生长周期**，包括**生长期、退行期和休息期**。过早进入退行期或休息期可能表明毛囊存在问题。

毛发的密度

毛发的密度取决于个体的遗传因素，但是如果发现毛发明显变稀或出现秃斑，这可能表明存在健康问题。**每天正常的脱发量约为50-100根**，超过这个数量可能是健康问题的早期信号。

毛发的结构

健康的毛发应该具有完整的结构，包括**毛囊、皮脂腺、汗腺**等。毛囊是毛发的“生长工厂”，皮脂腺和汗腺的分泌物可以保护毛发免受损伤。



毛发健康问题 — 过劳

亚健康导致的头皮过劳状态催生了更为强烈的养发护发需求

伴随着社会节奏的不断加快，很多人逐渐形成了熬夜、睡眠不足、压力大等亚健康生活状态，加之经常漂染等洗护发习惯，头皮难以负荷，最终造成干枯、分叉、毛糙，以及头屑频发、头皮油腻等“头皮过劳”状态。与此同时，消费者对头发健康、敏感头皮等概念的愈加重视，推动其关注重心向养发护发方面倾斜，民众的养发护发需求大幅提升，希望通过养护发产品及手段实现修护头皮屏障、补充头皮养分、舒缓头皮炎症等目的。

“头皮过劳” 主要成因及养护需求概览



来源：公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

毛发健康问题 — 脱发

脱发依据脱落程度可分为七个等级，雄性激素脱发是脱发的主要类型

脱发不仅影响人的外在美观，对本身自信心也有较大打击。追溯脱发的类型及成因，主要有雄性激素脱发（AGA）、斑秃、损伤性脱发等，其中AGA被称为遗传性脱发，主要是由雄性激素作用毛囊引起，是目前脱发最普遍的类型。根据脱发的严重程度和表现形式，医学界一般将脱发等级划分成七级。一级和二级属于轻度脱发，三级四级属于严重脱发，四级以后便属于秃顶。三级后若不及时治疗头发会迅速脱落，其后果不容忽视。

脱发类型成因溯源及等级划分

又称遗传性脱发、男性脱发，大部分脱发属于AGA脱发					脱发类型及成因				
					雄性激素脱发（AGA）	斑秃	损伤性脱发	营养异常性脱发	药物性脱发
 脱发					□ 定义：脂溢性脱发，其特点是头发生理周期改变，毛囊逐渐小型化，生长期缩短，休止期增长。 □ 成因：雄激素作用于毛囊导致毛发生长周期改变，发丝变细。	□ 定义：即免疫缺陷性脱发，主要特征为短暂的非痕量脱发，保留毛囊。 □ 成因：毛囊上皮细胞免疫赦免机制崩溃，导致毛囊营养不良和生长期缩短。	□ 定义：主要由毛囊受外界刺激、生理周期紊乱进入休止期脱落和发根受损松动导致头发脱落。 □ 成因：头发屏障受损，导致毛囊更容易受到外界刺激。	□ 定义：毛囊得不到足够营养或营养过量产生细胞毒素使头发脱落。 □ 成因：毛囊无法获得足够营养，某些微量元素过高。	□ 定义：常发生于癌症病人的化疗药物治疗过程中，是药物产生的副作用之一。 □ 成因：细胞毒性影响毛囊生理周期。

男性		脱发等级划分：根据脱落程度，脱发分为七个等级						
								
一 无脱发迹象	二 额角后退1-2厘米	三 发际线进一步后退 额角后退更明显	四 发际线额角脱落 头顶脱发加剧	五 前额额角后退明显 毛发带狭小稀疏	六 前额额角继续脱落 毛发带基本消失	七 形成马蹄状毛发带 很低的发际线		
女性								
								
一 无脱发迹象	二 分发处见少许头皮	三 分发处见明确头皮 周围头发稀少	四 分发处明显能见到头皮 周边稀疏范围扩大	五 分发处明显能见到头皮 稀疏范围进一步扩大	六 头顶脱发加剧 头顶呈马蹄状脱发带	七 头顶脱发加剧 脱发带进一步加宽		

来源：国际医学皮肤性病杂志，公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

毛发健康管理介绍及研究范畴界定

养护、防脱、植固三大赛道共同组成了毛发健康管理行业范畴

毛发健康管理，即专注于毛发健康及美观的行业，为消费者提供定制化的头发护理和治疗方案，旨在改善或维护毛发健康状态。本篇报告将毛发健康管理行业划分为三大赛道：毛发养护、毛发防脱、毛发植固。养护赛道关注的是头发的日常护理和维护，养护产品和服务的目标是保持头发的健康、光泽和柔韧性；防脱赛道更专注于预防和治疗脱发问题，防脱产品及服务减慢或阻止毛发的脱落，同时帮助新的毛发生长；植固赛道则是专门针对严重脱发问题的赛道，通常涉及到医疗级别的治疗，如毛囊种植等，以此恢复或改善头发的密度和外观。以上三个赛道涵盖了毛发健康管理的主要产品或手段，为本篇报告主要的研究范畴。

毛发健康管理报告研究范畴



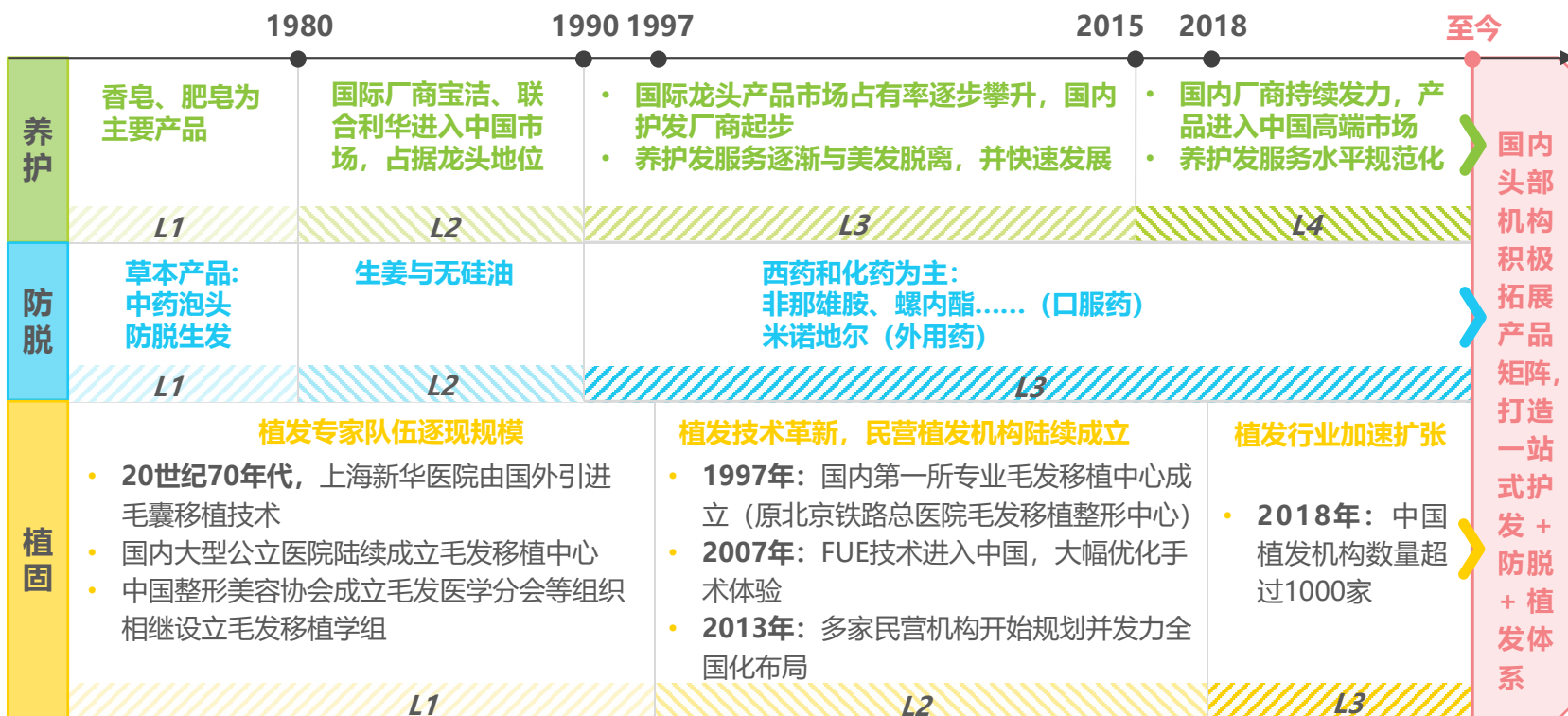
来源：公开资料整理，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

毛发健康管理行业发展历程

国内龙头企业持续发力，话语权增多，积极打造一站式“护防植”体系

养护赛道国内厂商逐步提升市场占有率，养护发服务逐渐兴起并高速发展；防脱赛道发展历程主要体现在产品成分变化，由草本到生姜与无硅油再到西药和化药，医疗介入的比重大幅提升；植固赛道中，植发技术的引进和革新，促使民营植发机构陆续成立并加速扩张。毛发健康管理行业需求端的扩容和供给端技术和服务的升级，促进市场进入高景气发展期，同时三个赛道的融合趋势加强，“护防植”体系的建立已在毛发健康管理的头部企业中较为显著。

毛发健康管理行业发展历程

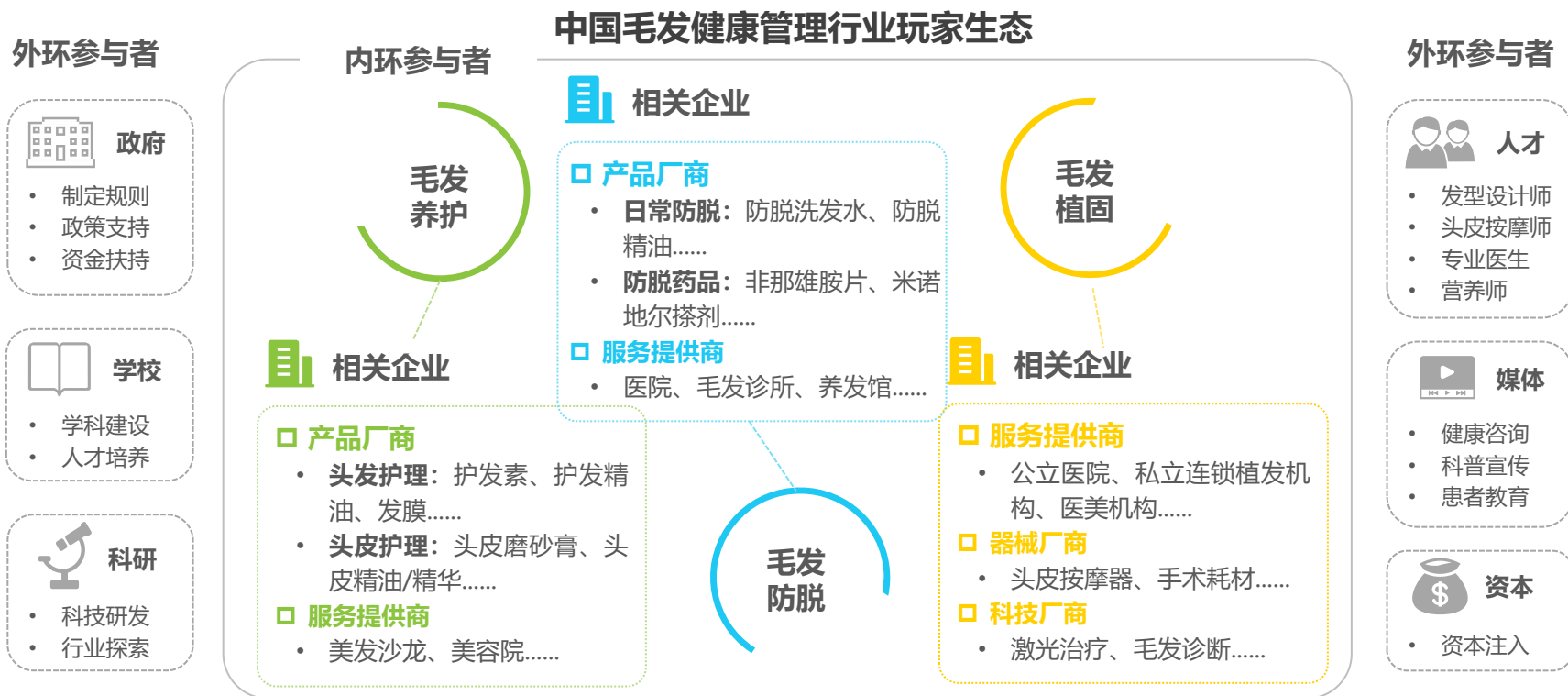


注释：L1、L2、L3和L4代表赛道发展的不同阶段。
来源：公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

毛发健康管理行业生态参与者

行业参与者百花齐放，不同角度入局玩家正逐步丰富行业服务生态

毛发健康管理行业玩家类型较多，市场整体呈现参与者众多并趋于相互渗透的态势。内环厂商主要以毛发养护、防脱、植固三大赛道分别的产品、服务提供商为主，各自搭建自身领域的产品与服务体系。外环参与者则主要包括政府、科研机构、学校、媒体等众多主体，一方面通过外部政策、科研、资金等支持助力行业快速向前，另一方面则通过人才输送、媒体传播等支持内环厂商的商业发展。全行业参与者共同努力，致力于更好地服务终端消费者，共建良性行业服务生态。



注释：内外环参与者按照是否与终端直接接触进行划分。
来源：公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

毛发健康管理行业产业图谱

中国毛发健康管理行业产业图谱

毛发养护厂商

养护产品



养护发机构



毛发防脱厂商

日常防脱



口服药品



外用药品



毛发植固厂商

民营植发机构



医美机构



公立医院



来源: 公开资料整理, 艾瑞研究院自主研究及绘制。

02/

毛发健康管理行业 细分赛道分析

Analysis

Section 1 : 毛发养护

- 发展背景
- 行为概览
- 市场现状
- 未来发展



养护赛道发展背景 — 需求端

消费者健康意识提高拉动养护发需求旺盛，逐步实现养护发的消费升级

在需求端的多重因素作用下，养护发市场不断向好发展。首先，随着生活压力增加、健康和美容意识的增强，消费者对养护发产品的需求逐渐增长。其次，人均可支配收入的增长使得消费者更愿意、更有能力投入养护发市场。第三，个性化需求在养护发市场中也日益重要，消费者对于针对特定发质和问题的个性化护发解决方案的需求不断增加。最后，社交媒体和网络的普及也在一定程度上推动了养护发产品的需求，消费者容易获取有关养护发产品的信息和评论，这些信息影响着他们的购买决策。综合以上，消费者在养护发方面的投入意识逐步旺盛，消费不断升级，使得养护发市场持续向前发展。

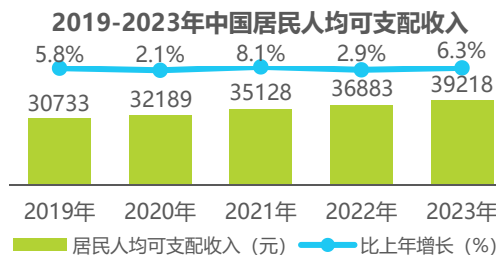
中国养护发市场发展的需求端驱动因素

消费者健康意识增强

随着人们对健康和环境的关注增加，消费者越来越倾向选择**天然、有机、无害化**的养护发产品，这推动了天然养护发产品和有机成分的需求增长。

居民购买力不断提升

人均可支配收入的增加已然**大幅提高消费者的购买力**，从而促进中国养护发市场的进一步发展。



追求个性化养护发需求

消费者对个性化养护发解决方案的需求增加，希望根据自己的发质和需求选择适合的养护发产品。

干燥发质	保湿 滋润 补水 柔顺
油性发质	控油 清爽 透明 清洁
受损发质	修护 舒缓 温和 蛋白质

社交网络影响力兴起

社交媒体和网络平台的崛起使消费者更容易获取有关养护发产品的信息和评论。这些平台上的**积极评价和意见领袖的推荐可以增加特定产品的需求**。



养护意愿增强

购买能力提升

养护需求升级

信息渠道多样

养护发市场

逐步实现消费进阶

养护赛道发展背景 — 供给端

国产护发品牌产品逐步兴盛，养发馆等机构的行业规范和服务水平提升

当前中国护发市场，外资企业例如宝洁、联合利华、欧莱雅等仍占据市场主要份额，我国护发企业与外资抢占护发市场份额，在维持已有市场份额的同时，力争份额的逐年提升，国产护发品牌越来越走入大众视野，引领“国潮”新时代。养发馆头部品牌连锁门店均达到2000+家，养发馆连锁化进程成熟并稳步推进，养发馆连锁经营在扩大门店知名度，门店选址，员工培训以及大规模采购方面具备显著优势，因此养发连锁品牌的开店成功率远高于独立门店，同时随着养发连锁品牌门店扩张，养发馆地域分布向低线城市下沉趋势明显。养护赛道产品端国产品牌玩家积极引领“国潮”时代，国货产品迎来发展新机遇；机构端连锁养护发机构优势显著，服务水平趋于规范化。

护发行业市占率前十中国内护发产品企业排名情况

	2020	2021	2022
阿道夫	NO.3 (10.6%)	NO.4 (7.6%)	NO.5 (5.9%)
环亚科技	NO.7 (3.2%)	NO.7 (3.2%)	NO.7 (3.2%)
拉芳家化	NO.8 (1.7%)	NO.8 (1.7%)	NO.8 (1.7%)
上海蜂花	NO.13 (0.9%)	NO.11 (1.0%)	NO.10 (1.2%)

- 根据财报数据，除了阿道夫排名有所下降，环亚科技、拉芳家化在近几年保持稳定排名，上海蜂花市占比有所上升
- 大多数国内护发企业在外资垄断的护发市场中维持或提升市场份额占比排名

养发馆行业规范和服务水平提升

产品/设备集中化

- ◆ 产品集中研发、全国统一配货
- ◆ 养发仪器总部集中采购，门店同步配备

品牌形象统一化

- ◆ 门店装修统一
- ◆ VI体系不断升级



人才培养专业化

- ◆ 新店开业前，门店全员技术培训
- ◆ 开店后，总部派专业老师下店指导、督察定期巡店

服务能力科技化

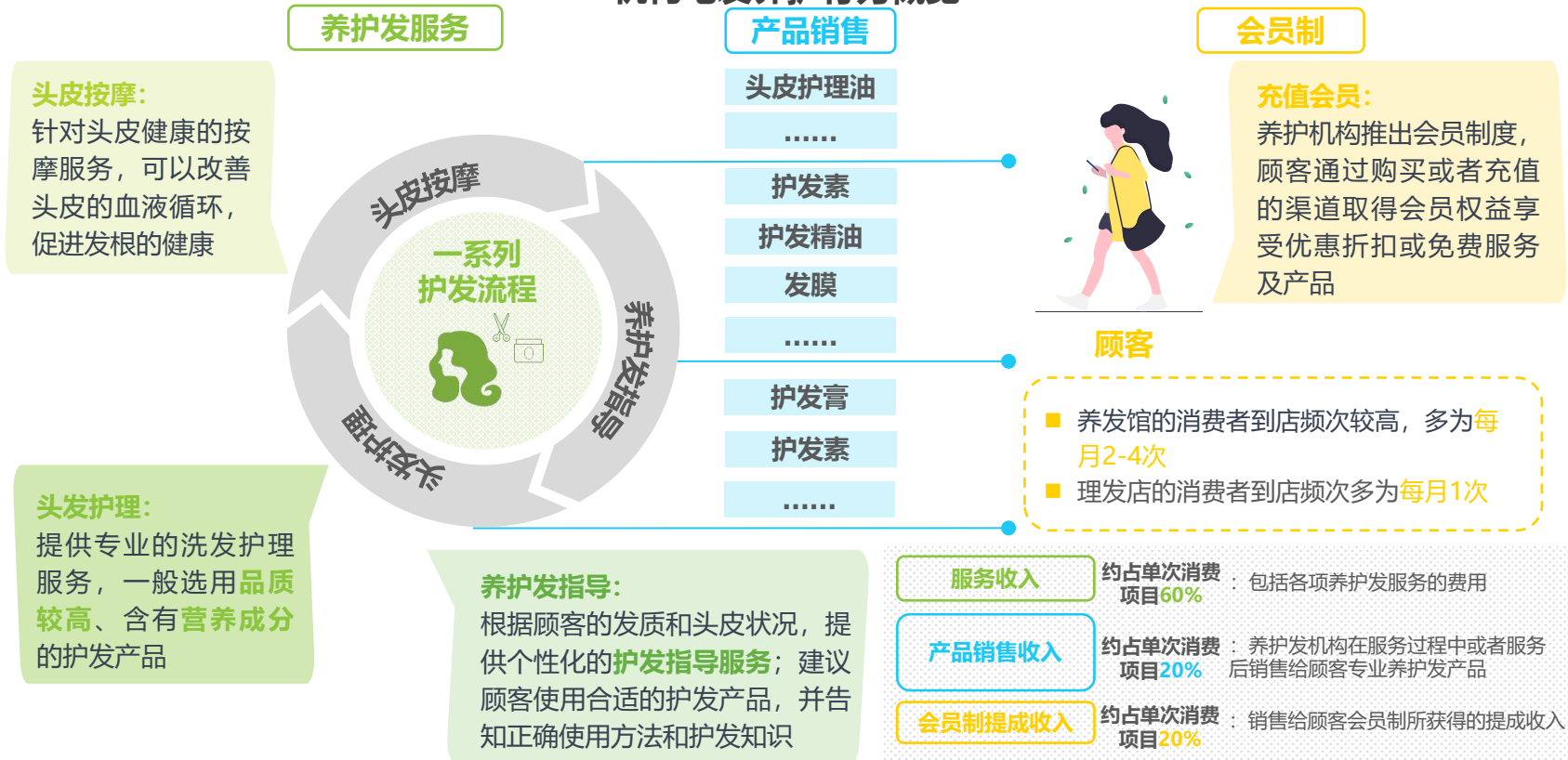
- ◆ 生物科技技术运用在养发产品中
- ◆ 电子仪器设备运用在线下专业养发门店

养护赛道行为概览 — 机构

机构养护发行为多元，盈利主要来自终端顾客对服务和产品的消费

在毛发养护领域中，养发馆和理发店是毛发养护服务主要发生场所和机构，除了为顾客提供一系列流程的养护发服务（主要包括头发护理、头皮按摩、护发指导等养护服务），毛发养护机构会在服务过程中或者服务后销售护发相关产品，因此毛发养护机构在毛发养护领域相关的盈利收入主要来自服务收入、产品销售收入和会员制提成收入。在收入组成中，机构端中服务收入占比最大，产品次之，优质养护发服务是理发店/养发馆核心卖点，厂商提升服务质量的同时，也需注重对服务流程中的产品进行优化迭代。

机构毛发养护行为概览



来源：专家访谈，公开资料整理，艾瑞咨询《2020年中国养发服务行业研究报告》，艾瑞研究院自主研究及绘制。

养护赛道行为概览 一个人

各年龄段消费者养护行为有所偏重，市场逐渐趋于合理化、科学化

养护头发是保持头发健康、美丽和有光泽的重要措施。个人养护行为是指个人在日常生活中为了保护和维护头发的健康而采取的各种行为和措施，一般来说，科学的养发护发，不仅要结合自身发质，更要结合年龄因素，不同的年龄段，养护发重点也有所不同。整体来看，个人对头发健康的重视程度不断加深，各年龄群体更能针对自身需求选取不同成分与作用的养护发产品与服务，更加关注其本身作用与价值。综合来看，个体对毛发健康的不断重视推动了各年龄段养护发行为的变迁，“高颜值-更健康-更年轻”的阶段性诉求变化使得厂商合理布局，提供针对性解决方案，从而促使市场朝着更合理、更科学的方向良性发展。

个人养护发行为及特点探究

10-50岁养护侧重点有所不同 ➡ 选择更加合理



10-20岁

头发特点:

- 发量旺盛
- 头发状态最好

易产生头发问题

- 缺乏脂肪 → 头发干枯无华
- 缺锌 → 头发卷曲色黄

养护重点

- 保持头发清爽干净
- 适当注重头发护理

清爽



20-30岁

头发特点:

- 烫染较多
- 头发易受损伤

易产生头发问题

- 染烫受损
- 营养流失
- 油性发质
- 发丝脆弱

养护重点

- 注重养发护发，减少损伤
- 润发素、鲨鱼油等修护发质

滋养



30-40岁

头发特点:

- 精神压力较大
- 面临少量脱发

易产生头发问题

- 长期使用电吹风电热器造成外部刺激
- 内分泌紊乱造成营养供给不足脱发

养护重点

- 按摩头皮缓解压力
- 天然活性物洗护用品

舒缓



40-50岁

头发特点:

- 脱发困扰
- 逐渐白头

易产生头发问题

- 体内激素失调导致的脱发
- 更年期激素不足造成脱发

养护重点

- 心情愉悦、均衡饮食
- 预防白发和脱发

维稳

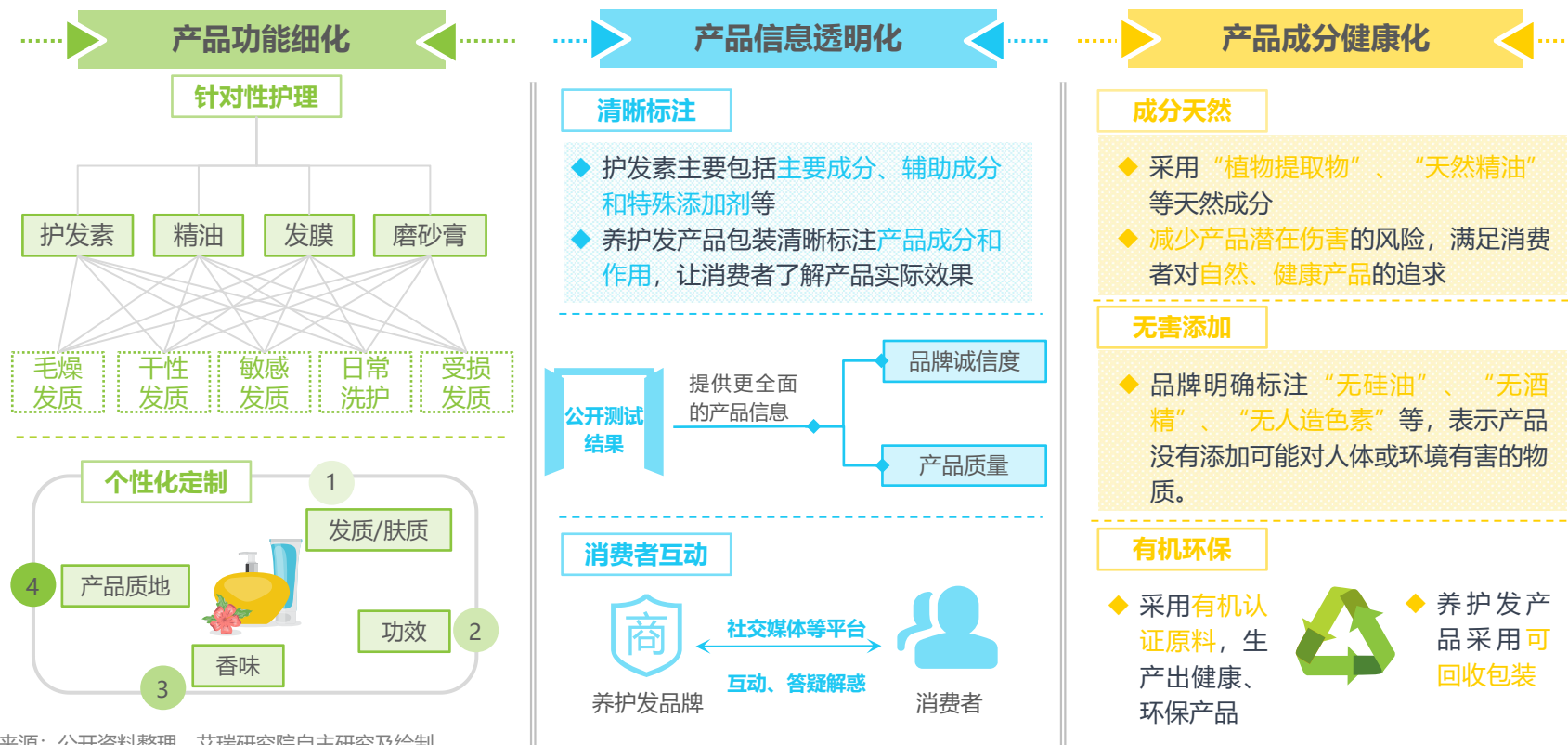
经过意识提升与市场教育，个人层面已然更倾向于结合自身的个性化需求，针对性养护，合理选择产品及服务，进而推动市场良性发展。

养护赛道市场现状 — 养护产品

养护产品呈现功能细化、信息透明化、成分健康化特点

目前国内养护发产品正在朝着功能细化、信息透明化、成分健康化的方向发展，在功能方面，养护发产品针对各种发质问题推出针对性护理用品，根据消费者个性化需求，定制相应产品；在消费者越来越注重产品安全性和透明度的背景下，信息透明化趋势不仅有助于消费者了解产品的实际效果，还能增加消费者对品牌的信任度和满意度；成分健康化主要体现在成分天然、无害添加和有机环保三个角度，彰显了企业的社会责任。在厂商和消费者的合力推动下，毛发养护产品不断精进和完善，养护赛道得以良性发展。

养护发产品特点



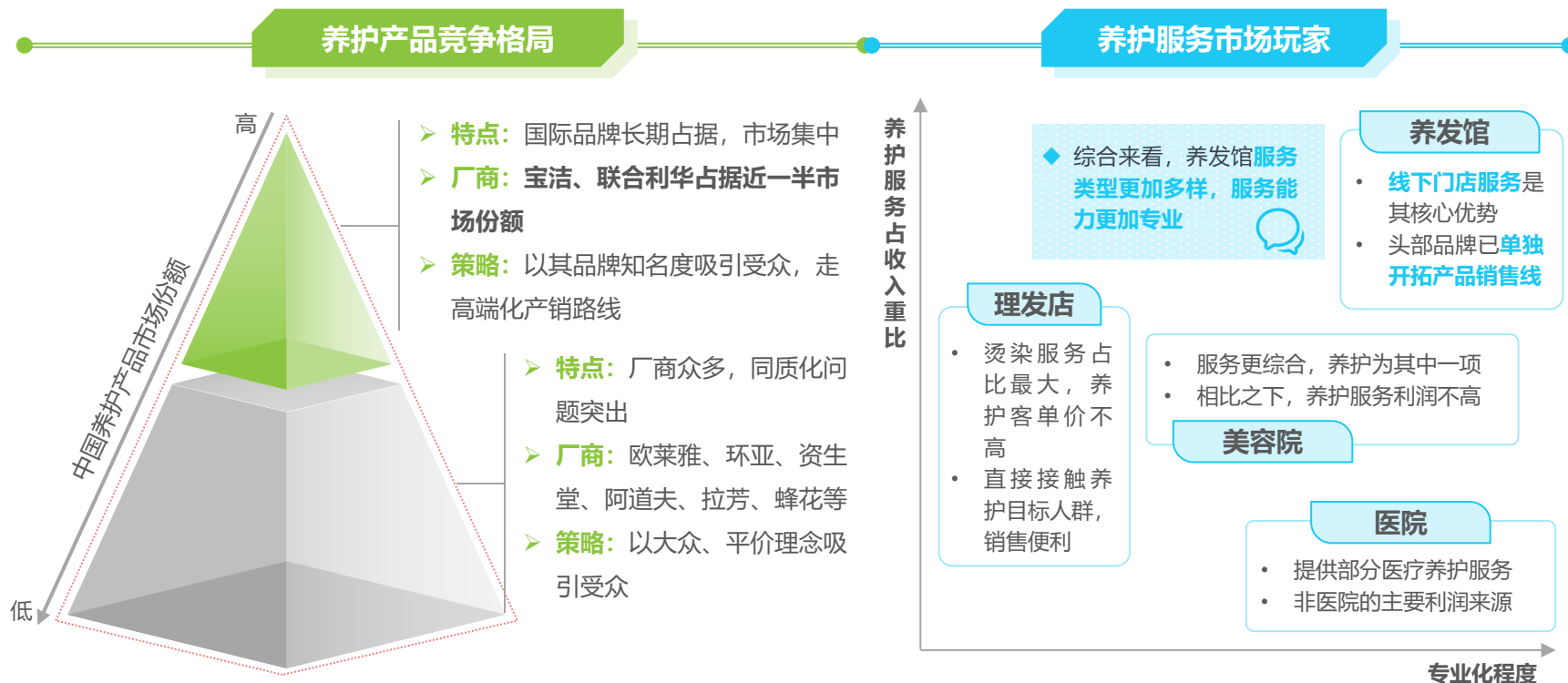
来源：公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

养护赛道市场现状 — 竞争格局

养护产品市场由国际品牌主导，养发馆则在养护服务具备更强专业性

中国的养护产品市场集中度较高，国际品牌长期牢牢占据主导地位，目前养护产品的主要生产商有宝洁、联合利华、欧莱雅和拉芳等，行业市场份额前十的公司中仅有三家本土公司。其中宝洁与联合利华所占市场份额最大，占据行业的半壁江山，以其品牌知名度与高端化产品吸引消费者，其余市场份额则由剩余厂商进行激烈的竞争与瓜分。养护服务方面，多领域的竞争者纷纷跨界入局，养护服务各机构竞争激烈。这当中，养发馆作为专注于提供养护发服务的机构，面对来自不同领域的竞争者（如理发店、美容院、医院等）跨界入局，其服务具有更高水准的专业性。

中国养护市场产品及服务竞争格局



来源：上市公司财报，公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

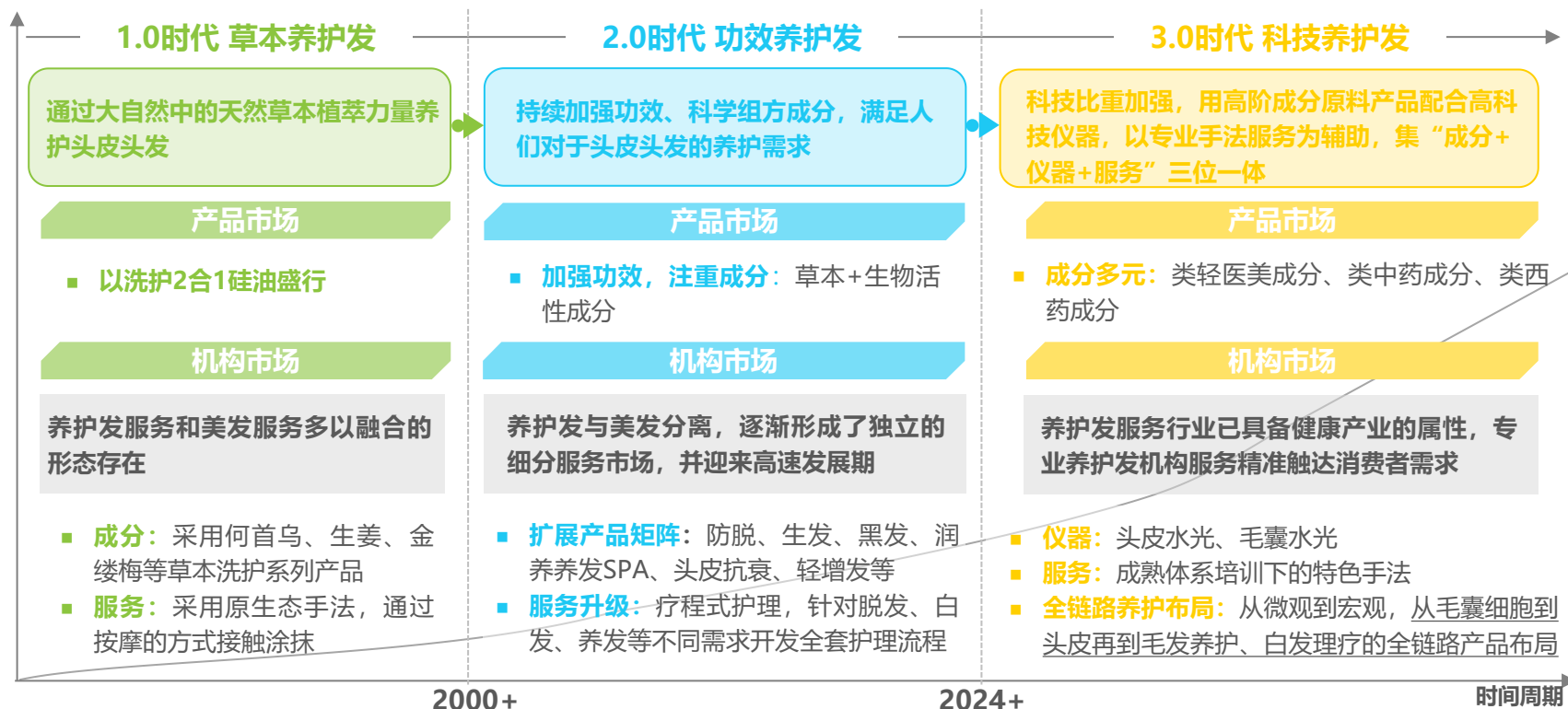
养护赛道未来发展 — 科技养护发时代

产品和机构侧精准触达消费者需求，打造品牌核心竞争力，引领科技时代

养护发发展阶段可以归类为草本养护发时代、功效养护发时代、科技养护发时代。养护发产品厂商随着消费者认知水平提升，不断升级产品，成分逐步由单一洗护二合一硅油转变为活性成分和草本成分组合，再到类轻医美、类中药、类西药成分，定位特定的消费客群；养护发机构商家关注发展重点也从产品矩阵和服务类型升级，转变为科技比重不断加强，高阶成分产品配合高科技仪器，以专业手法服务为辅助，实现成分+仪器+服务三位一体，标志着养护发赛道正式进入科技养护发时代。养护发赛道将打破传统养护发的固有思想，实现“功效养护发”向“科技养护发”时代的迭代变革，精准触达客户需求。

赛道发展程度

养护赛道时代更迭



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

Section 2 : 毛发防脱

- 发展背景
- 行为概览
- 市场现状
- 未来发展



防脱赛道发展背景 — 需求端

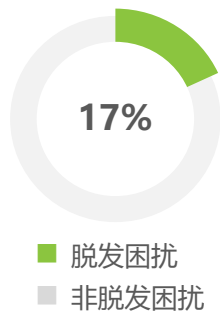
目前中国脱发人口较多，以男性群体为主，逐步呈现年轻化趋势

据卫健委《中国人头皮健康白皮书》数据显示，我国脱发人群已经超过2.5亿人，占全国总人口的17%，脱发问题已不容忽视。在脱发人群的性别划分上，《白皮书》指出，男性脱发人口约1.63亿，女性约0.88亿，这相当于每4位男性中，就有1人被脱发问题所困扰，中国脱发仍以男性群体为主。除此之外，年龄方面，很多年轻人面临着求学、择业等压力，使得30岁前脱发的比例高达84%，较上一代的脱发年龄提前了20年，脱发已经呈现明显的年轻化趋势。

中国脱发人群差异情况概览

中国脱发人群占比

Tip1:中国脱发人口多



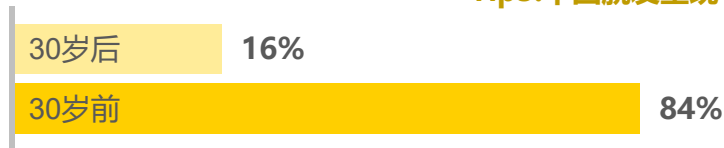
据卫健委《中国人头皮健康白皮书》显示：

- 中国脱发人数已**超过2.5亿人**；
- 有脱发困扰的人占总人口比重高达**17%**。



中国脱发人群年龄特征

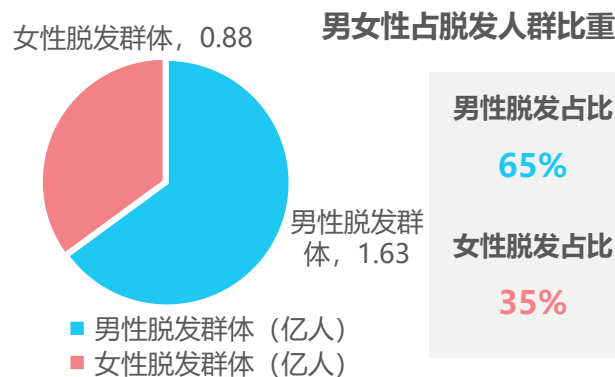
Tip3:中国脱发呈现年轻化趋势



- 根据国家卫健委《中国人头皮健康白皮书》数据，脱发人群中，30岁前就脱发的人群比例高达**84%**。

中国脱发人群性别特征

Tip2:中国脱发以男性群体为主



男女性中，有脱发困扰的人群比重



每 4 位男性中
有1人脱发



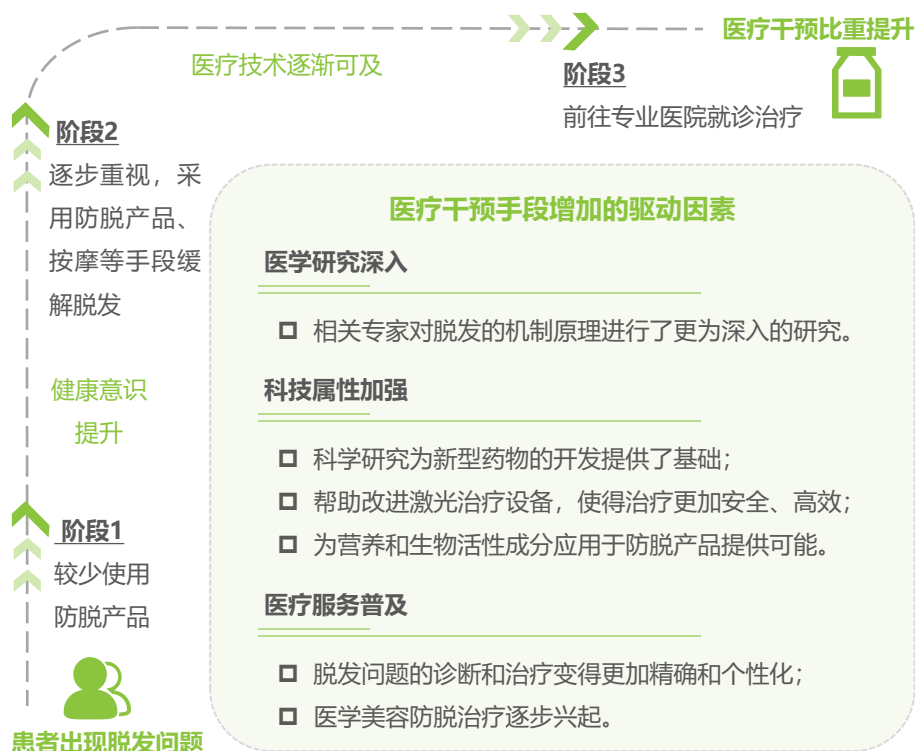
每 8 位女性中
有1人脱发

防脱赛道发展背景 — 供给端

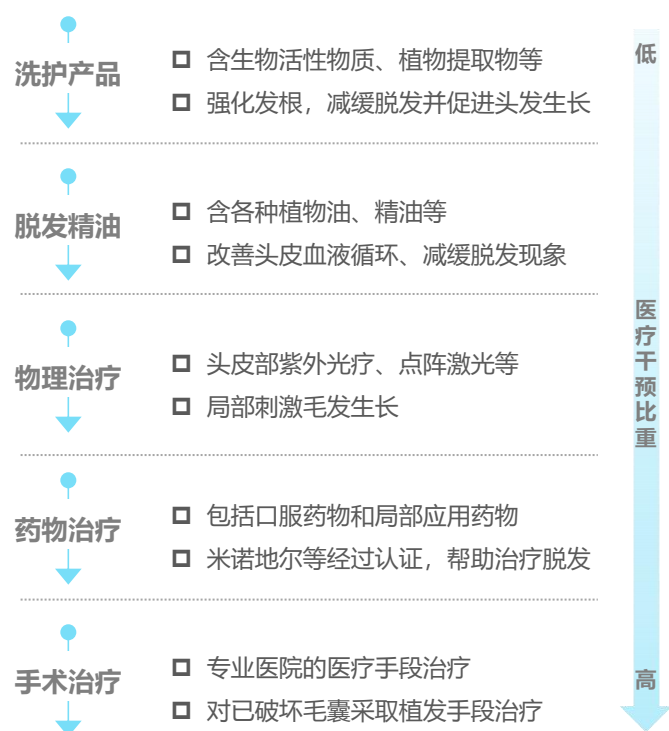
防脱赛道医疗干预比重提升，丰富的防脱产品提供多样化解决方案

近年来，防脱领域的医疗干预比重逐渐增加，成为解决脱发问题的首选方法。这一发展态势是医学研究不断深入、科学技术不断进步，以及医疗服务不断可及的正向传导结果。除此之外，随着科技和医学的不断进步，生产商不断推出创新产品，涵盖了头皮护理产品、药物、医学美容技术、定制化治疗方案等。综上所述，医疗干预比重的提高以及多样化的产品选择为消费者提供了更多的机会和可能性，帮助他们找到最适合自己的防脱解决方案，恢复头发健康和自信。

医疗干预比重逐步增加



防脱产品门类逐步丰富



来源：公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

防脱赛道行为概览 — 一个人

个人防脱心理变化和关注维度的多元化促使厂商侧营销重点转变

随着越来越多消费者防脱意识增强，其对于脱发和防脱产品认知程度不断加深，在社交媒体传播力度的加持下，患者们会发布和分享自己的脱发程度和防脱心得，引来其他患者共同交流脱发病情，因此逐渐形成了患者交流病情的小型场域，这之中有的人会未雨绸缪，提前使用防脱用品，有的人在脱发程度较明显时寻找应对策略，一般而言，患者倾向于在脱发程度较明显时使用脱发药品，防脱药品全周期覆盖是防脱药品厂商传播药品的关注重点。

防脱个人行为概览



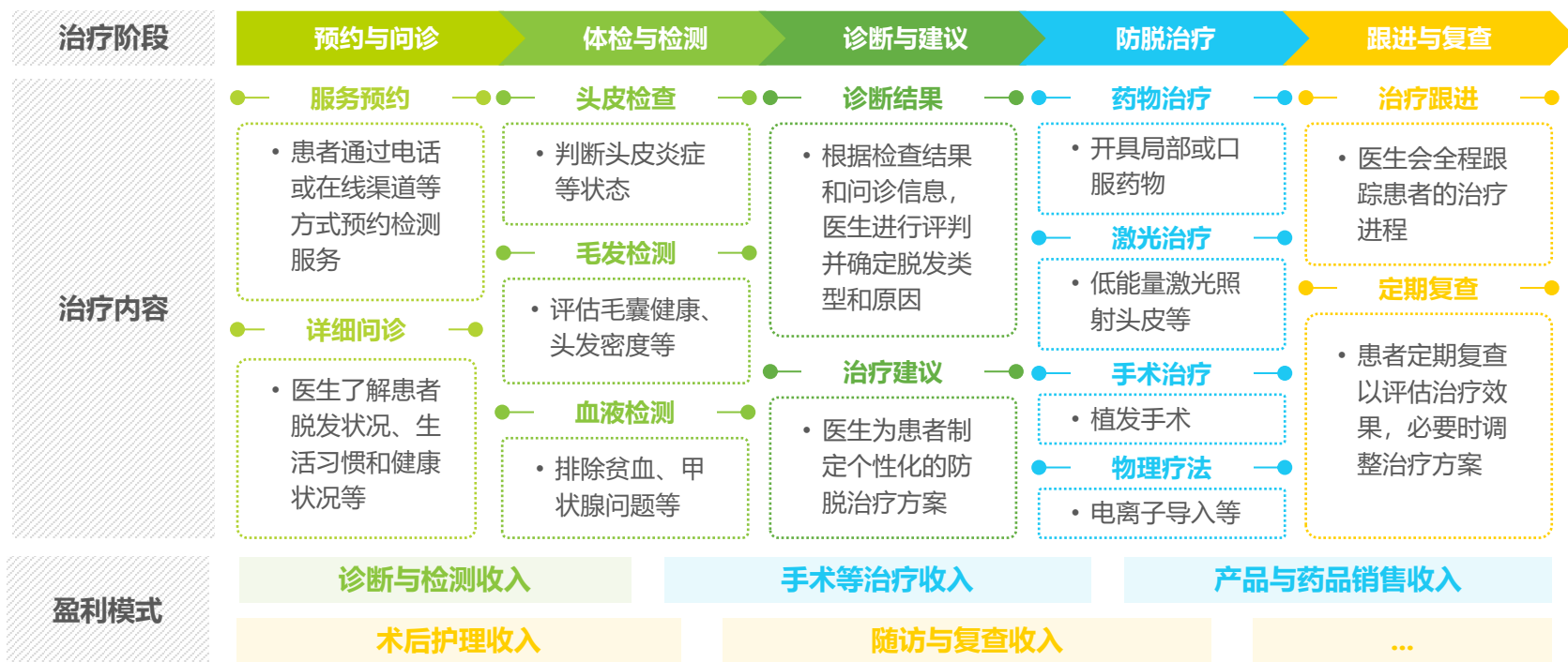
注释：仅列举部分消费者的脱发典型症状，其脱发程度和药物介入时机来自消费者个人对于脱发症状的主观判断
来源：专家访谈，公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

防脱赛道行为概览 — 机构

机构端覆盖防脱全流程治疗阶段，其专业化医疗服务精准触达患者

防脱治疗逐渐成为时下人群关注的新兴热点，这推动了多种防脱相关机构的建设与发展。一般性的营养健康机构等大多能够提供健发、防脱的产品与服务，例如营养咨询和饮食建议服务，医疗属性相对较轻。除此之外，医美机构毛发科室、专业医院等具备医疗属性与功能的机构，则能够提供更有针对性的医疗服务，包括头皮检测确定脱发程度、开方拿药、激光疗法刺激头皮、植发手术等。相比而言，医疗属性较强的机构更能提供预约-检测-诊断-治疗-跟进的全流程脱发治疗服务，帮助患者减缓脱发过程、促进头发生长、改善头发健康。

一站式脱发治疗流程概览



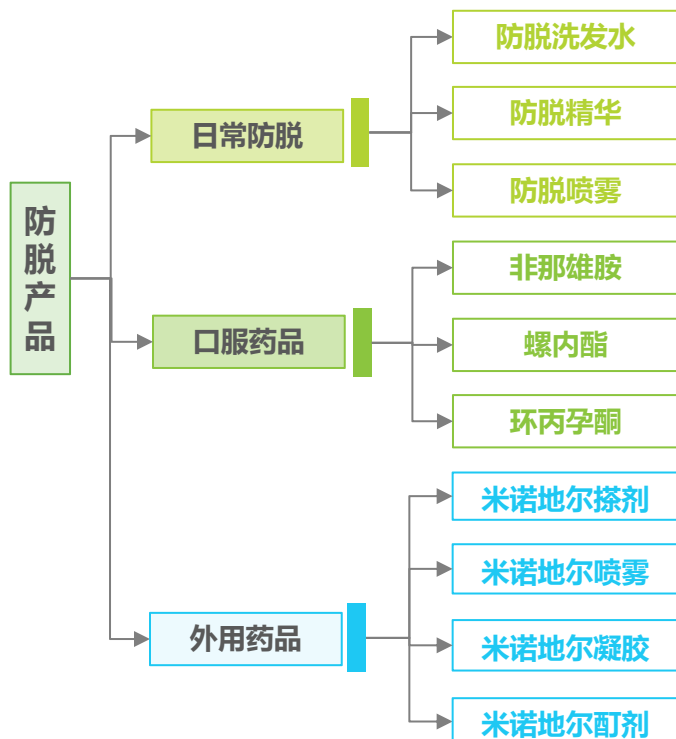
综合而言，医疗机构更能依托自身优势更好地提供专业化医疗解决方案，以改善用户自我形象与生活质量。

防脱赛道市场现状 — 产品多样

外用药品防脱和改善效果明显，安全性较高，具有巨大的市场前景

防脱产品包括日常防脱、口服药品和外用药品，患者在脱发初期可以通过日常防脱用品和药物来改善脱发情况，因此相关产品需求较高。目前整个防脱产品市场上呈现频次高、快消品、门槛低的特点，与防脱日常用品相比，防脱药品市场品类较少，市场竞争因此相对和缓，其中米诺地尔作为一种经过临床验证并获得专家认可的外用防脱药品，其独特的治疗机制为患者提供了高效又安全的防脱解决方案。

防脱产品门类丰富



防脱药品效果及安全性对比

治疗方法	适用人群	防脱效果	改善效果	安全性	推荐等级
非那雄胺	男性AGA	+++	++	+++	2
螺内酯	女性AGA	+/-	+/-	+	1
米诺地尔	AGA	+++	++	++++	2

米诺地尔市场潜力巨大

- 米诺地尔是**全球唯一**获**美国食品药品监督管理局(FDA)**及**国家药监局**批准上市的用于治疗男女脱发的外用非处方药物;
- 米诺地尔搽剂是《中国雄激素性脱发治疗指南》推荐**唯一用于治疗脱发外用化药**;

- 《中国人雄激素性脱发诊疗指南》(中国医师协会发布)中,米诺地尔对于AGA的防脱发及**改善效果、安全性都优于其他种类治疗药物**,推荐等级较高;
- 《女性雄激素性脱发诊断与治疗中国专家共识(2022年版)》中,5%米诺地尔在**女性雄激素性脱发中获得最高推荐等级**;
- 入选2022年米内网“**连续3年销量翻倍增长**”的**15个过亿OTC药品**。

注释: 根据《女性雄激素性脱发诊断与治疗中国专家共识(2022年版)》环丙孕酮推荐等级较其他药品更低,故不在表中列示;“+”表示好,“-”表示坏。

来源:《女性雄激素性脱发诊断与治疗中国专家共识(2022年版)》,《中国人雄激素性脱发诊疗指南》,振东制药招股书,三生制药招股书,艾瑞研究院自主研究及绘制。

防脱赛道市场现状 —— 市场乱象

防脱市场持证难特点尤为显著，产品虚假宣传现象时有发生

脱发焦虑下，防脱成为迫切需求，推动“脱发经济”的快速发展，防脱行业逐渐成为一个庞大且不断发展的市场。但市场的野蛮无序增长，也带来各种乱象，防脱洗发水行业出现各种资质不明、假冒伪劣或者夸大产品功效的现象。首先，随着《化妆品监督管理条例》的实施，防脱产品持证要求更加严格，需要大量的时间与金钱成本，大大增加持证难度，同时引发“套证”、无证售卖现象。其次，为售卖产品，许多商家用“防脱育发液”等词混淆概念，只打概念，效果存疑。

防脱市场乱象分析



资质不明

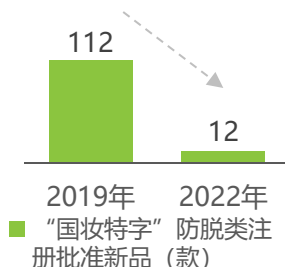
- 产品不符合规定，无“国妆特字号”批准
- 未经过充分检验或缺乏科学依据，“套证”销售

在庞大的市场需求衬托下，近几年防脱特证“难产”的特点尤为显著。

《化妆品监督管理条例》

- 将“防脱”列入特殊化妆品
- 必须做人体功效评价试验

2021



新规实施后，2022年“国妆特字”防脱类注册批准新品仅12款，与2019年112款形成鲜明对比。

1. 防脱产品审证门槛提高

化妆品当中，防脱功效检测周期最长（12周），价格最贵，达到20万左右。

2. “套证”现象开始出现

药监局公布不符合规定化妆品名单中，洗发水等产品标示的委托方暂无企业，标示的受托方否认生产。



虚假宣传

- 商家通过夸大产品效果吸引消费者
- 产品宣传混淆概念，打“擦边球”



防脱产品出现假冒伪劣、夸大功效、混淆概念等的现象

- 许多产品宣称防脱，但只打概念，无实际效果；
- 通过“强韧发根”等用语擦边，混淆“育发”与“防脱”，进行虚假宣传。

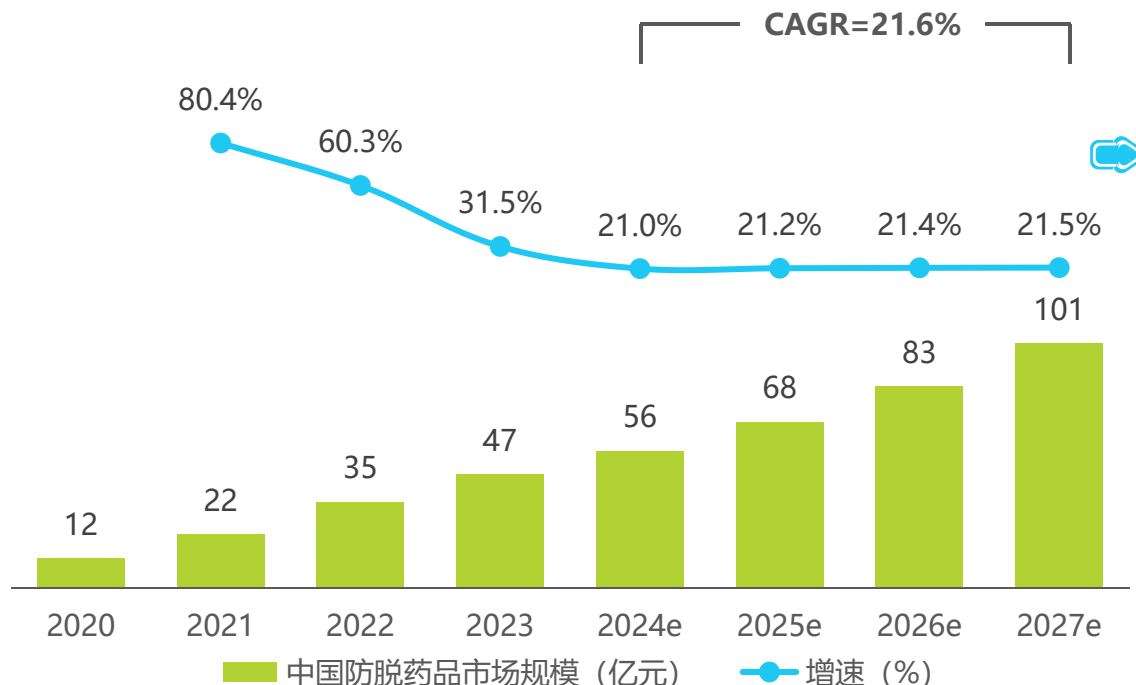


防脱赛道未来发展 — 防脱药品市场规模

充分的市场教育和规范化的市场推动防脱药品市场规模稳步提升

目前中国脱发人群突破2.5亿人，每6人中就有约1人受脱发影响，同时流行病数据显示，全球雄脱患者都呈现加速上升趋势，未来随着脱发患者的不断增多，相关药物的市场前景将更为广阔，因此防脱药品市场近年将呈现持续扩张的态势。2021-2023年，防脱药品市场规模增速逐步放缓，由于疫情影响，民众大多居家办公，对于个人形象在意程度不高，因此购买防脱药品意愿不够强烈。2023年后，防脱药品市场规模将稳定增长，原因：1) 进入后疫情时期，民众出门频次增加，因而更加在意个人形象，防脱药品购买量提升；2) 防脱药品中的女性市场逐步扩大，越来越多的女性开始关注发量和防脱药品的功效，因此渗透率逐步提高。随着防脱药品的规范化和充分的市场教育，防脱药品市场规模稳步增长，预计2027年达到101亿元。

2020-2027e中国防脱药品行业市场规模



米诺地尔市占比将持续提升

- 自2020年起非那雄胺（口服类防脱药品）被纳入中国第三批带量采购，由于其副作用与处方限制，非那雄胺占比将持续收窄，基于米诺地尔的外用属性和较低的副作用，米诺地尔的规模和渗透率将持续稳定提升。
- 预计未来米诺地尔市占将按照最高20%比例增长，未来市占或将达到70-80%。



注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。
来源：国家卫健委，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

Section 3 : 毛发植固

- 发展背景
- 行为概览
- 市场现状
- 未来发展

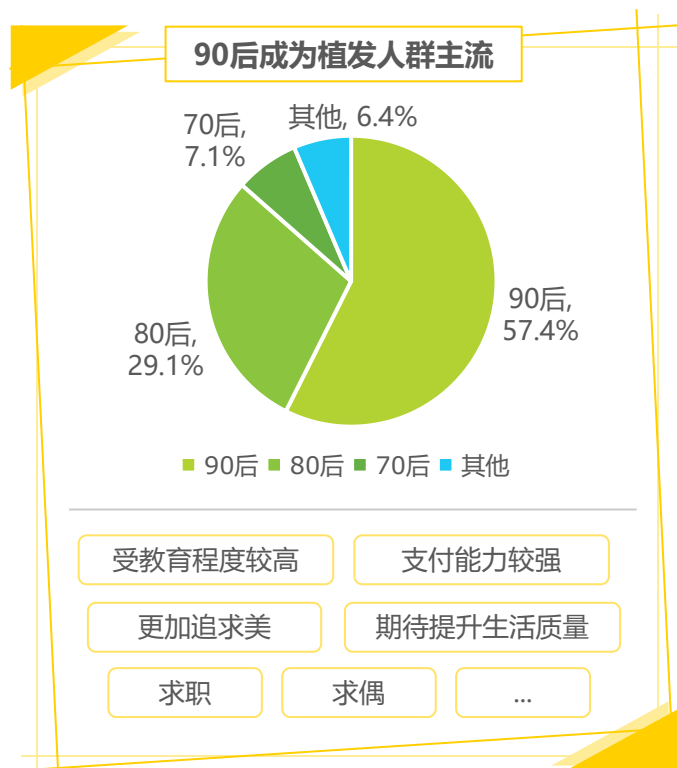


植固赛道发展背景 — 需求端

“颜值经济”理念深入人心，旺盛的需求促使植发经济迅速发展

随着消费者认知和接受水平的不断提升，其对于植发的需求也在不断增加，这当中，年轻人群受教育程度普遍较高，具有一定的消费和支付能力，并且对外貌关注度极高，加上年轻消费人群面临求职、求偶等人生重大事件，更加期待植发带来工作和生活质量的提升，因此90后已经逐渐成为植发人群主流。在性别画像方面，男性的刚需型消费成为植发发展的主要动力，女性则主要为提升形象，但随着消费者对美的追求不断加深，植发市场必将迎来巨额增量。

颜值时代下不同人群植发需求的特点



	男性消费者	女性消费者
植发需求	以刚需为主，美观因素也日渐增长。 - 女性审美要求更高，在美观、自然、设计感上需求强烈； - 女性对时效性有较高需求，倾向缩短或者没有术后尴尬期，立即看到效果。	主要是提升外貌形象，偶尔出现病理性脱发。
植发项目	大面积植发、小面积修补 - 女性对造型设计、自然度更加关注，美观性大于功能性； - 女性养护 / 预防的意识较强，产品和服务的周期更长。	发际线、美人尖种植等
发展潜力	- 受雄性激素影响，加上生活压力较大，男性植发需求持续增长。 - 近年来，男性对自身外貌形象的要求逐渐提高，男性植发市场展现较大潜力。	- 女性变美需求呈爆发式增长，且将持续一段时间。 - 女性更加重视在工作和生活中展现良好形象，植发需求增长，女性植发市场潜力巨大。

来源：雍禾医疗、秒针系统、消费日报、公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

植固赛道发展背景——供给端

植发机构专业能力增强，机构和医生资质的重视程度逐渐加深

植发机构的专业性主要体现在五点，分别是机构营业资质、医生从业经验、医生从业资格、医疗设备、院内环境。其中机构营业资质、医生从业经验和医生从业资格尤其体现植发机构的专业性，首先植发医生需要持有国家卫健委颁发的《医生资格证》和《医生执业证书》，同时医生资质需在国家卫健委官网备案。植发医生对一场植发手术起着至关重要的作用，其手术经验（年限、手术台数）在头部植发机构被纳入医生分级标准。政策端和机构端对植发机构和医生分别进行硬性规定和分级划分，助推植发机构专业能力的增强。

植发机构专业性体现

机构营业资质

行业资质：《医疗机构执业许可证》，工商部门颁发的植发项目许可。

毛发专科医院资质须与经营项目一致

行业资质



经营资质



医生从业经验

具备丰富的临床外科操作经验，是保障植发手术顺利进行的前提。因此植发医生选取标准：

- 正规的植发医生需要从事外科或皮肤科领域，才能做植发手术
- 3年以上手术经验的医生

植发头部机构医生分级

*以雍禾植发为例

医生分级	临床经验	累计手术台数
雍享院长	>10年	>3500台
雍享主任	>8年	>2500台
业务院长	年均6年	>1500台
业务主任	年均5年	>400台

医生从业资格

颁发植发医生职业执照：

- 提升行业规范化水平：增加植发医生职业执照数量可以促使更多的从业人员接受正规培训。
- 保障患者权益：持有合法职业执照的医生通常具备植发医疗背景和技能，有效保障患者的权益和安全。



《执业医师资格证书》



《医师执业证书》

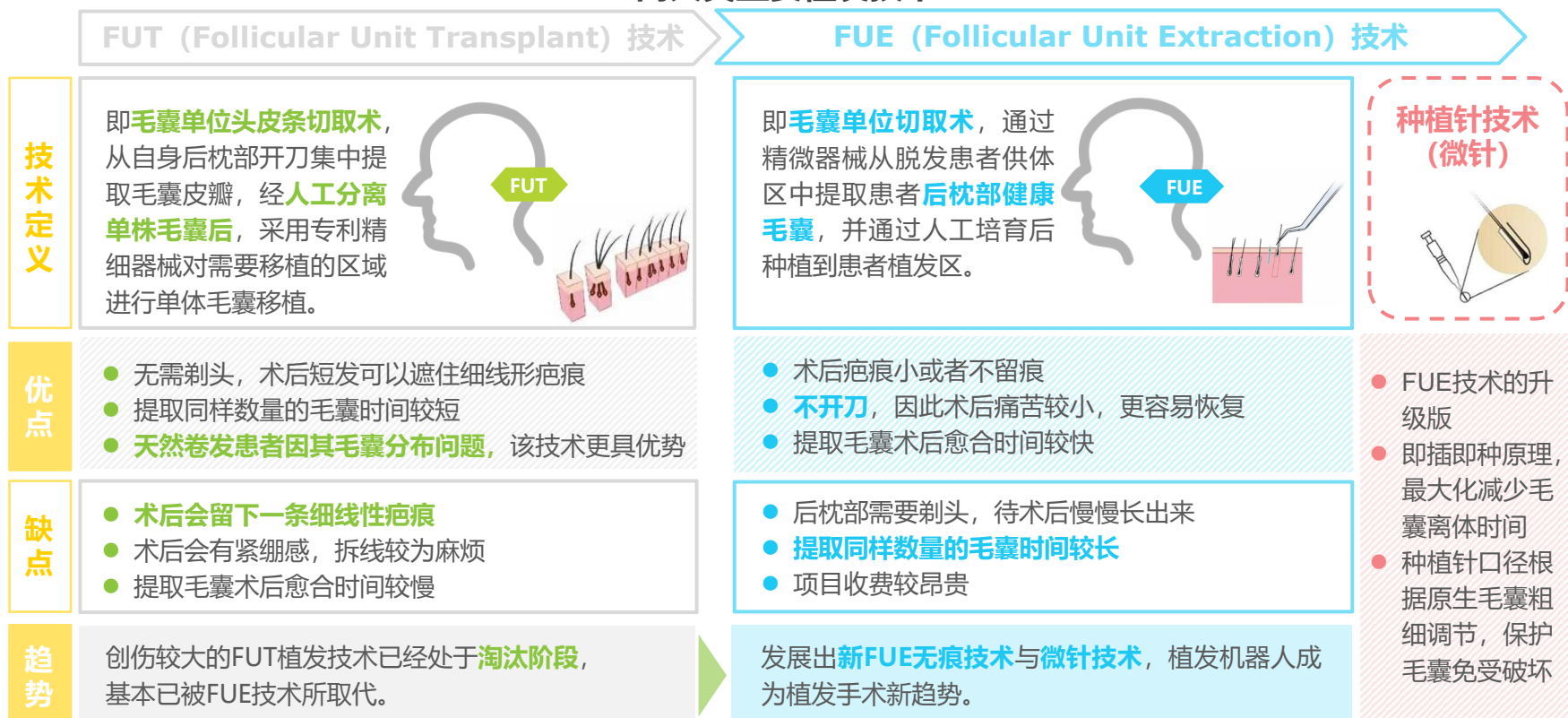
来源：专家访谈，《毛发移植规范》，公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

植固赛道发展背景 — 技术端

FUT技术逐步被FUE技术取代，植发技术不断完善和演进

植发技术经历了从传统FUT到改进的FUE阶段。FUT在90年代广泛使用，通过取下带状皮肤组织移植毛囊，但留下线性疤痕。FUE于2000年代开始发展，通过逐个提取毛囊而不需要取下整条组织，避免了疤痕和供体区域创伤。FUE技术更新换代，引入自动化设备、小型提取工具、强化显微镜下分离，也与其他创新技术结合，提高植发效果和患者舒适度。总体而言，随着植发技术发展，FUE技术逐步取代FUT技术，在植发手术中占据主导地位，目前市面上的种植针技术（微针），属于FUE技术的升级版。

两大类主要植发技术



来源：陈雪雯，陈裕充. 毛囊单位提取移植术中的机械损伤与毛囊存活率. 世界临床药物. 2021, 42(11): 1016-1020 <https://doi.org/10.13683/j.wph.2021.11.015>, 《毛发移植规范》，公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

植固赛道行为概览 — 机构 (1/2)

全国连锁型植发机构规模效应明显，医生、设备和技术等位于行业前沿

植发赛道大致将机构划分为两大类，即公立和私立机构，公立机构即公立医院植发科，这些植发科室可能是公立医院整形外科或皮肤科的一部分，旨在为患者提供植发相关的医疗服务；私立机构即全国连锁型植发机构、非全国连锁型植发机构和医疗美容机构植发科室，其中全国连锁型植发机构因其分布最广，同质化服务驱使规模效应明显，通常能够提供更广泛的医疗资源和服务，同时也有竞争激烈，水平参差不齐的属性。总的来说，全国连锁型植发机构凭借覆盖度广、医生、设备和技术位于行业前沿等特点，通过营销手段，在市场上获取了足量的曝光度。

植发机构类别概览

	私立			公立
	全国连锁型植发机构	非全国连锁型植发机构	医疗美容机构植发科室	公立医院植发科
定义	在 多个地区或城市 设有分支机构的专业植发医疗机构， 规模较大	在 特定地区或城市 设有一家或少数几家机构的植发医疗机构	在 整形美容医疗机构 中设立的专门负责植发手术和治疗的科室	在 公立医疗机构 中设立的从事植发手术和治疗的科室。
优点	◆ 设备先进，技术精进 ◆ 术前术后服务好 ◆ 聘请技术和名气俱佳的医生	◆ 设置门槛较低 ◆ 运营灵活	◆ 服务态度好，有专人引导 ◆ 医生资源充足 ◆ 价格较实惠	◆ 医疗水平值得信任 ◆ 医生资质有保障 ◆ 项目收费合理
缺点	◆ 机构水平参差不齐，选择难度大 ◆ 费用无统一标准	◆ 手术质量难以保证 ◆ 术后恢复，售后服务后续乏力	◆ 主刀医师不稳定，有的医生来自其他项目 ◆ 专业度不高	◆ 植发科室相对较少 ◆ 就诊人数多 ◆ 服务环境相对一般

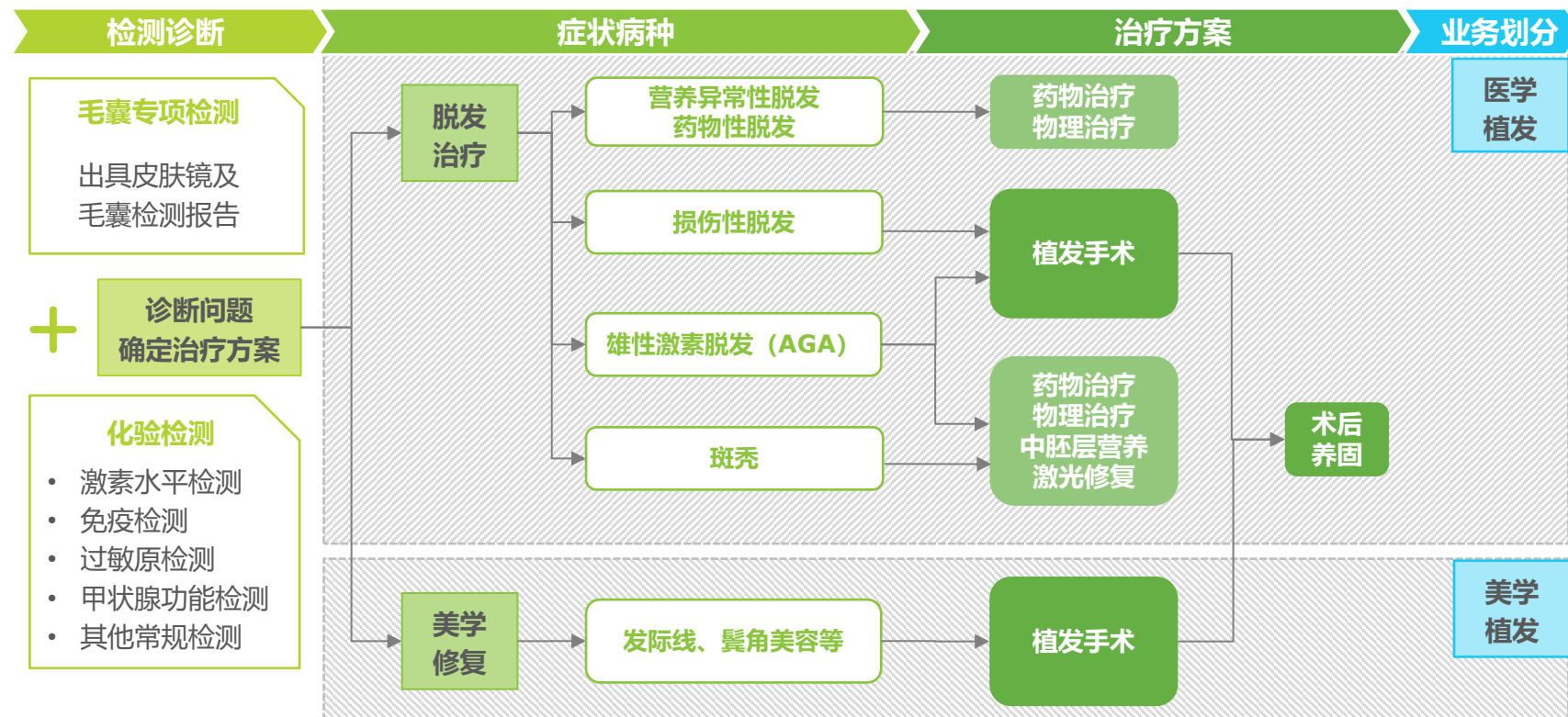
来源：《毛发移植规范》，公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

植固赛道行为概览 — 机构 (2/2)

根据脱发病种和客户需求的不同，植发机构提供针对性治疗方案

以全国连锁型植发机构为例，其提供一系列完整的服务流程，以确保每位患者都能够得到最专业的护理和治疗。植发机构提供的毛发医疗服务根据客户需求和脱发病种不同分为医学植发和美学植发。医学植发主要涉及多种脱发症状，相应的治疗方案除了植发手术还有药物、物理等其他治疗方式，美学植发主要通过植发手术达成客户满意的植发效果（发际线、鬓角）。植发手术之后基本都伴有术后养固的过程，植发机构已经具备专业和成熟的植发服务体系。

植发机构服务流程



注释：植固方案仅是机构医学方案，实际情况根据实际诊疗情况
来源：《毛发移植规范》，公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

植固赛道市场现状 — 投融资

各类企业积极冲刺资本市场，全国植发连锁机构寻求全产业链扩张

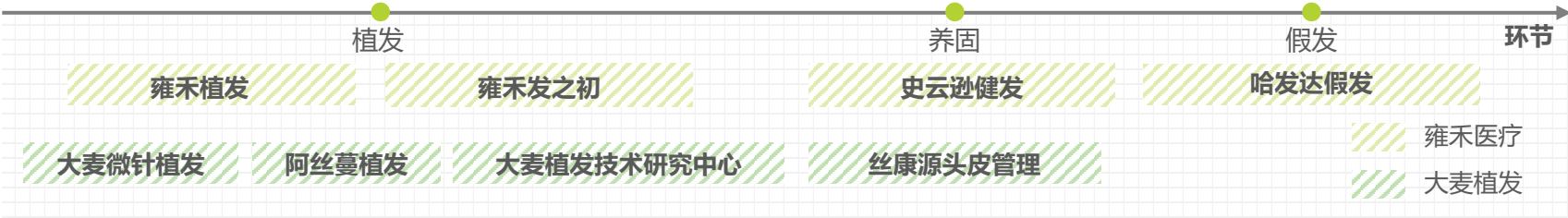
得益于“秃”如其来的颜值焦虑，脱发催生出市场规模巨大的植发市场，使得资本加强对行业的关注，碧莲盛植发曾获华盖资本5亿人民币的战略投资。赛道的火热也给予了企业冲刺IPO的信心。2021年雍禾医疗成为港股植发第一股，随之2022年12月，大麦植发第二次向港交所主板递交上市申请，成为第二家启动上市进程的植发机构。同时，以这两家企业为代表的植发机构，正凭借其优秀的产品服务能力及业务扩张能力迅速对外扩张，以冲刺植发市场。

植发行业部分企业投融资及扩张情况

植发部分企业融资情况列举

公司类型	公司名称	融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
专业植发机构	雍禾医疗	2021年12月	IPO	15亿港元	-
	大麦植发	2022年12月	IPO申请	-	-
	碧莲盛	2018年1月	战略融资	5亿人民币	华盖资本
综合医美机构	联合丽格	2021年3月	D轮	数亿人民币	达晨财智
	米兰柏羽	2022年1月	股权融资	-	朗姿韩亚资管
	美莱	2015年12月	A轮	-	美年大健康

植发部分头部机构对外投资扩张情况列举



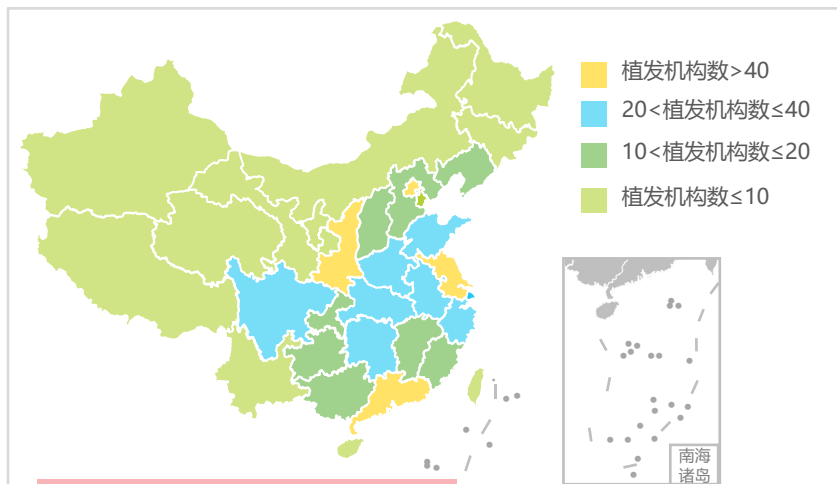
来源：公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

植固赛道市场现状— 行业分布

中国人口数量、分布以及经济发展因素共同影响植发机构的地域分布情况

全国植发机构数量排名显示，广东省植发机构数量占据全国总数的15%，数量居于全国第一。北京市，江苏省植发机构数量分别占全国总量的8%；全国植发机构地域分布来看，植发机构集中分布在我国东部和南部地区，我国植发机构设立主要受到当地的人口数量分布和经济发展水平影响，植发机构门店选址需综合考量上述因素，顺势而为。

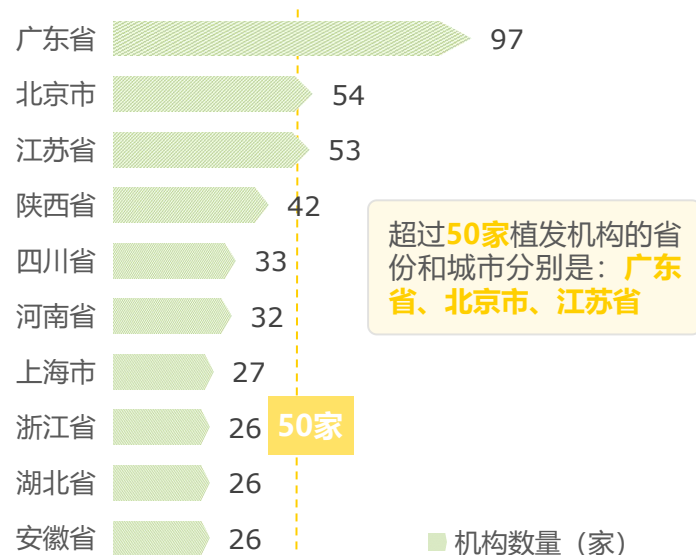
植发相关机构地域分布



植发机构分布影响因素

- ◆ **人口数量：**国内植发机构的分布格局在很大程度上受到各个省份的人口数量影响。人口基数相对较大的地区，可能会设立更多植发机构，以满足不同人群的需求。
- ◆ **经济发展水平：**国内植发机构的分布与各个省份的经济水平存在一定的相关性，经济水平较高地区的人们更容易承担植发手术的费用，经济水平较高的地区更有可能成为植发产业的热点区域。

前十个省份及直辖市植发机构数量



- ◆ **省份：**广东省植发机构数量最多，非连锁型植发机构数量庞大，人们对于植发需求旺盛，植发机构获客主要来自植发医生口碑。
- ◆ **直辖市：**北京市植发机构数量最多，多数大型全国连锁植发机构总部设立于北京，门店数量经由总部辐射全国。

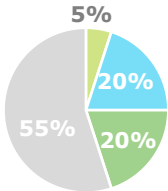
注释：植发相关企业城市分布数据说明：1.统计口径：企业名称、企业名称、经营范围含“植发”的企业；2.统计时间：2023/10/1；3.数据来源：天眼查。
来源：天眼查，公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

植固赛道市场现状 —— 竞争格局

全国连锁型植发机构“三足鼎立”，龙头企业正跑马圈地，加速扩张

植发业务兼具医疗的刚需性和医美的消费升级属性，脱发人群扩大和脱发年轻化趋势，使我国植发产业发展前景可观。目前行业当中的四类玩家各有特点，其中全国连锁型植发机构依托优质服务、专业技术、医护人员丰富经验以及覆盖范围等优势，逐渐在行业中占据重要地位，随着消费者毛发移植意识增强，全国连锁性民营机构形成以雍禾、大麦、碧莲盛为代表的“三足鼎立”格局，并持续开展营销渠道争夺和植发价格战。三大机构各有特点，正不断加强技术、产品、营销等能力，例如部分机构在私域线上直播侧重点开始向科普型直播转变，机构业态逐步成熟，并持续获取市场份额。

植发各类型机构发展情况

	机构分类	运营特征	市场份额
公立	公立医院植发科	植发业务出现较早，需求大，但供给有限难以放量，后续发展缓慢	 5% 公立医院植发科 20% 全国连锁型植发机构 20% 医疗美容机构植发科室 55% 全国非连锁型植发机构
	全国连锁型植发机构	头部积极扩店，拥有 植发门店跑通+专业植发业务支持+资本助力 三维推动力	
私立	医疗美容机构植发科室	植发科室多偏重女性美学需求，多以自身医美客群为基础进行引流	
	全国非连锁型植发机构	小诊所模式多依靠医生个人口碑经营，但受销售费用推广限制持续做大较难	

全国连锁型植发龙头机构市场扩张概览

	机构发展情况	技术特点	产品特点	营销模式
雍禾医疗	➢ 植发第一股 ➢ 规模最大、门店最多 ➢ 宣传力度大，消费者辨识度高	➢ 主要采用宝石刀与基础微针相结合	➢ 旗下所有植发方法和手术器械均拥有自主知识产权	广告营销 线上广告 线下广告 搜索流 信息流 私域直播 电梯LED/地铁隔离带广告 地铁/公交车厢、车站大屏
大麦植发	➢ IPO进程中 ➢ 成立早，积累用户基础较多	➢ 主推微针技术	➢ 根据实际情况和脸型设计发型	
碧莲盛	➢ 副主任及以上高级别医师占比大于10% ➢ 医生具备五年以上临床经验	➢ 率先采用微针技术 ➢ “不剃发植发”技术应用频率最高	➢ 取发不剃发 ➢ 术后即刻看到植发效果	

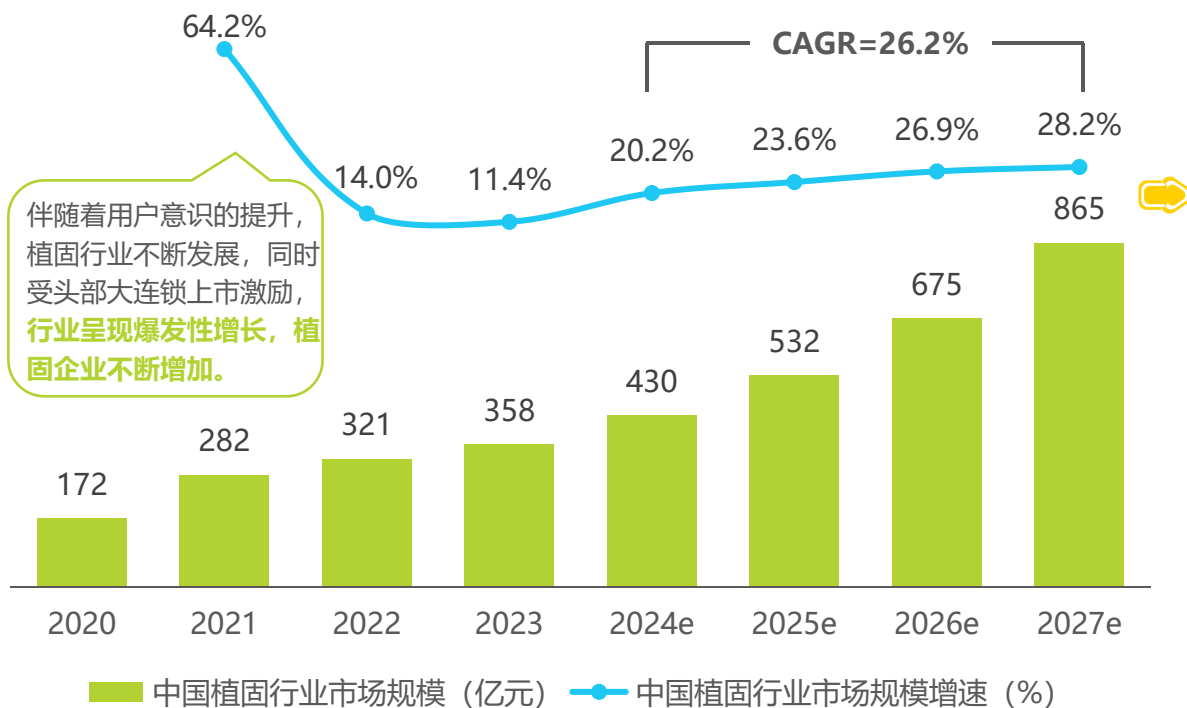
来源：专家访谈、雍禾医疗招股书、《2022中国植发行业研究报告》、中国社会科学院国情调查与大数据研究中心、《南方周末》、公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

植固赛道未来发展 — 市场规模

品牌“价格战”后行业平稳发展，预计2027年市场规模达到865亿元

得益于人们对外观的重视程度不断提升，植发及养固市场迎来更广阔的发展空间。2020-2021年，伴随着连锁植发巨头IPO的激励，市场信心大幅提振，植固行业增长迅速，植发企业数量不断增加。进入2022年，虽有行业向好发展势头支撑，但疫情影响叠加各机构间价格战等恶性竞争，植固行业整体增速下降至低点。2023年后经济有序恢复，大品牌凭借其服务、技术等能力逐步找回用户信任度粘性，植固小品牌增速放缓，同时整体价格在价格战后趋向合理、稳定水平，在植发需求不断增加的作用下，植固行业市场规模开始平稳增长，预计2027年达到865亿元。

2020-2027e中国植发及养固行业市场规模



2022-2023年 植固市场规模增速达到最低

- 2022年受疫情影响，用户受到地域限制，虽有需求但手术人次增加不多。
- 2023年，植发客单价不断下降，品牌之间“价格战”严重，发起植发一口价策略，使增速降至低点。

2023年后 植固市场稳步增长

- 2023年后，植发机构小品牌增速放缓，价格趋向稳定，行业逐步走向正常轨道，市场规模平稳增长。

注释：报告所列规模历史数据和预测数据均取整数位（特殊情况：差值小于1时精确至小数点后一位），已包含四舍五入的情况；增长率的计算均基于精确的数值进行计算。
来源：专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

03 / 毛发健康管理企业案例

Case study

丝域养发 (1/2)

深耕产品服务，广覆品牌推广，双维度发力拓宽商业化市场

丝域养发创立于2003年，多年来一直深耕头皮头发健康护理领域，通过不断努力和 innovation，公司成功实现了产品与服务的深度优化，品牌推广的广度拓展，为企业长远发展奠定了坚实基础。产品服务上，丝域养发以打造高品质的养发产品服务为核心竞争力，通过深入挖掘顾客需求，不断改进配方、研发新品，为用户提供“一站式”全方位头发解决方案。品牌推广上，公司形成自有的数字化管理能力，同时加强线上线下品牌推广，以年轻化战略成功将品牌推广至更广阔的市场。**丝域养发正不断提升服务能力，以科技养发和用户口碑为基础，讲好品牌故事，持续锻造企业核心竞争力。**

丝域养发业务矩阵及品牌运营战略

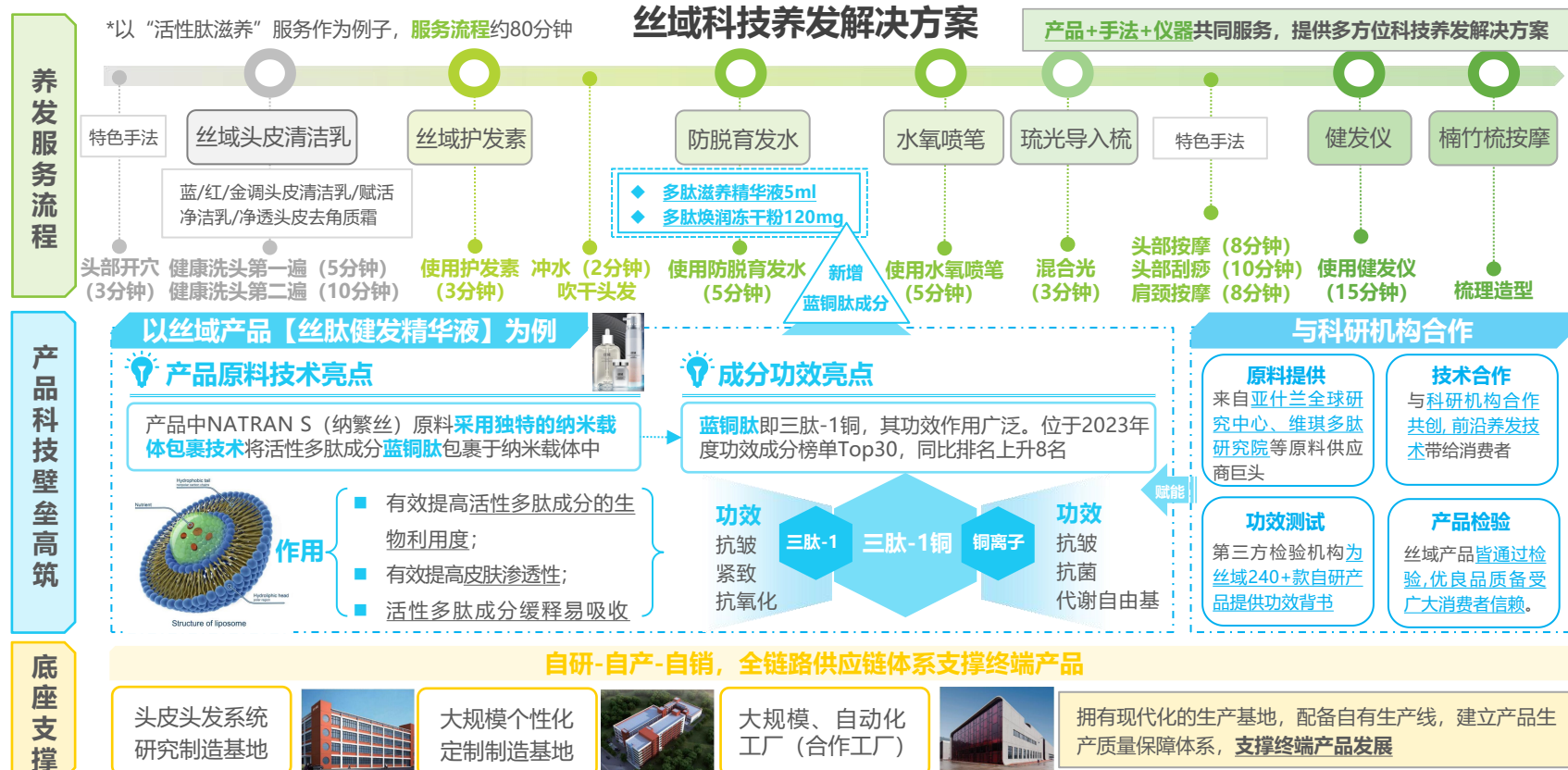


来源：公司官网、公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

丝域养发 (2/2)

全链路供应链底座支撑，科研机构合作赋能，丝域步入科技养发新时代

“科技养发”是丝域养发目前在毛发养护行业中整体品牌发展方向，通过丝域自研-自产-自销的全链路供应链体系支撑，科研机构的技术合作与第三方检测机构的功效背书赋能终端产品。以丝域养发新推出的产品“丝肽健发精华液”为例，其中原料“纳繁丝”引入独特的纳米包裹技术，并将功效显著的蓝铜肽作为新型功效成分，产品科技壁垒高筑。丝域养发用高阶成分原料产品搭配高科技仪器，以专业手法服务为辅助，从底座到服务全流程兼顾科技创新，凭借多方位科技养发解决方案触达养护需求。



来源: PickartL, MargolinaA. Regenerative and protective actions of the Cu-GHK peptide in the light of the new gene data[J]. International journal of molecular sciences, 2018, 19(7): 1987. 公司官网、公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制

深耕中草药成分提取，以天然、健康、安全作为产品核心获得消费者信赖

自1989年霸王成立以来，霸王集团一直坚守弘扬中华中草药文化，融合现代提纯科技，专注中草药成分提取，天然、健康、安全的产品是霸王防脱产品的一大卖点。霸王防脱产品经过多年沉淀深耕，不仅获得了中华人民共和国卫生部颁发的特殊用途化妆品卫生许可，也成为了中华中医药学会技术支持产品。霸王凭借多年的中草药成分口碑，在如今越发重视产品质量和功效的消费者中优势显现，同时霸王防脱产品成分，消费者可在药监局网站中直接查询，因此霸王成为消费者日常防脱用品的广泛选择。

霸王防脱产品成分优势和检测指标

霸王防脱产品获得了
[中华人民共和国卫生部](#)颁发的**特殊用途化妆品卫生许可**，并成为
[中华中医药学会](#)技术支持产品。



霸王防脱多类成分

生姜 墨草莲 黄芪
何首乌
桐叶 芝麻
侧柏叶

多类 中草药 协同复 配

功能：增强毛囊自噬而诱发毛发再生，加强毛囊营养、同时调控皮脂分泌，起到防脱育固发的功效

脂溢性
脱发

雄脱

病变性
脱发

物理性
脱发

霸王防脱洗发液

工艺信息以及
三大检测指标



感官指标



卫生化学指标



微生物指标

【颜色】：茶色；【性状】：乳液；【气味】：花香味

【汞】

≤1mg/kg

【铅】

≤1mg/kg

【砷】

≤2mg/kg

【镉】

≤5mg/kg

【二噁烷】

≤30mg/kg

【菌落总数】

≤500CFU/g

【霉菌和酵母菌总数】

≤100CFU/g

【耐热大肠菌落】

不得检出/g

【金黄色葡萄球菌】

不得检出/g

【铜绿假单胞菌】

不得检出/g

霸王防脱产品可以通过
[国家药监局网站](#)查询到有证产品的配方以及工艺信息，为消费者提供更多公开透明的信息。



厚植优势，横向拓展，纵向延伸，构建毛发健康行业新生态

雍禾医疗是一家提供一站式毛发医疗服务的医疗集团，自2005年开始，雍禾一直专注于毛发医疗服务市场，经过多年的深耕与积累，雍禾拥有技术、营销、医生团队三方面的核心竞争力。作为毛发行业的领军企业，雍禾医疗始终坚持医疗本质，在核心优势的加持下，雍禾实现横向与纵向双维度的业务布局。横向上，公司的植发多等级服务体系满足消费者多样化需求，解决患者脱发问题。纵向上则发展一体化治疗、植发、养发、假发的毛发服务体系，基于毛发服务全周期业务，多品牌共同发展。

雍禾医疗核心优势及业务布局

核心优势

先进技术赋能标准化运营服务

- 数字化赋能优质服务：**实时展示及分析患者人数、植发手术量等关键营运指标；同时更快更精确发现并满足患者需求。
- 智能化提升专业程度：**智能化设备采用大数据演算法等先进技术，提升患者就诊体验和服务专业化程度。

线上线下双渠道获客，注重营销及品牌打造

- 线上线下双渠道、多形式营销：**线上社区推广、搜索引擎、社交网络、线下展示等营销方式多点开花。线上线下双渠道结合方式使用各类形式广告（品牌广告、效果广告）推广公司品牌和服务，以此增强公司品牌知名度、吸引潜在客户人群。

医生团队实力卓越

- 医生能力保障：**雍禾植发医生均来自三甲医院，在其上岗前进行6—8个月的毛发移植理论等系统培训。
- 好医生体系：**推出“好医生”升级版——“强医计划”，用更加严苛的手术要求让植发医生完成更高标准、全方位的认证。

业务布局

横向 | 公司植发服务体系不断完善



纵向 | 全生命周期拓展，实现业务共同发展



来源：雍禾医疗招股书、公司官网、公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

04 / 毛发健康管理行业发展趋势

Development trend

毛发健康管理发展趋势 — 美学消费

毛发美学意识的增强促进相关消费的涌现，未来市场增量显著

随着人们对外貌的不断追求和社交媒体的盛行，90后、00后们不仅更加重视头发的健康状况，也更在乎与之相关的审美质感，毛发美学化已成为重要趋势。人们对发质、发量、白发等方面越来越注重，主动寻求各种美学化的解决方案，包括养护发、脱发白发理疗、美学植发等。毛发健康管理产业不断创新，为满足不同的美学需求提供更多选择。未来男性基于发质美学要求，除了植发、防脱等需求外，对养护发乃至白发转黑等需求将日益旺盛；“她经济”时代下，女性消费已成为毛发市场不可忽视的重要组成部分，在养护等基础服务之外，脱发白发理疗、美学植发等服务逐步受到女性关注和重视，毛发健康管理与美学经济挂钩，势必将带来潜在的市场增量。

毛发健康管理美学化发展趋势



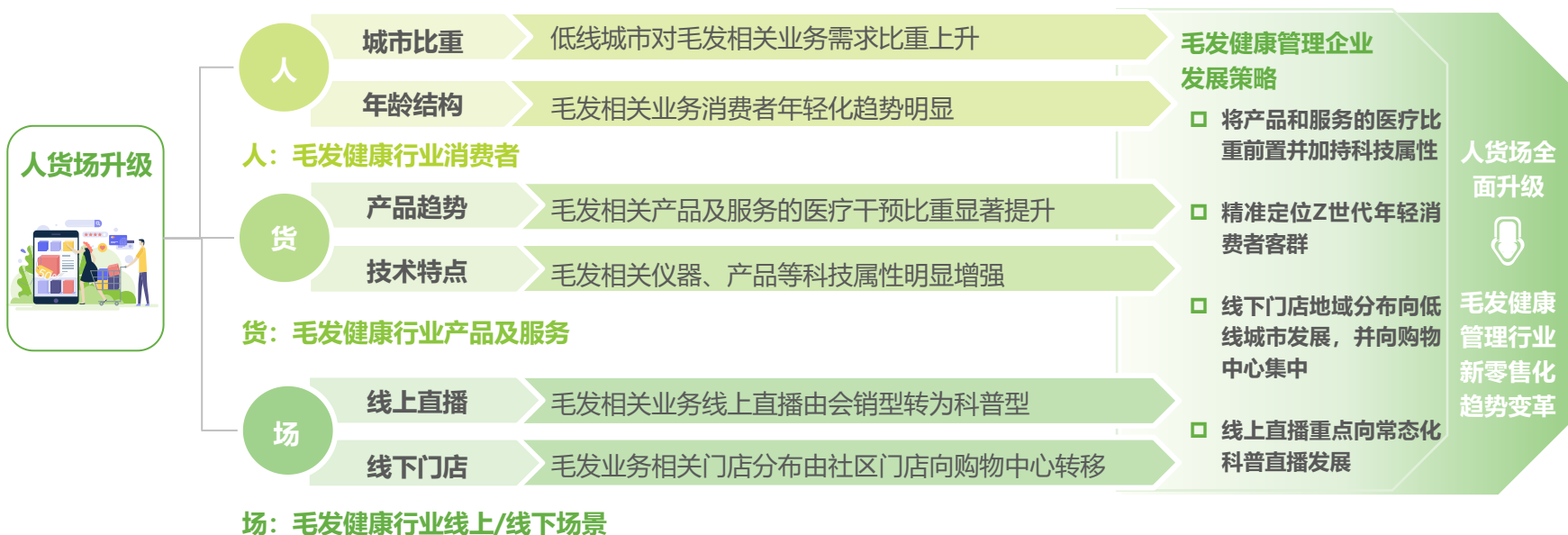
来源：公开资料整理，艾瑞研究院自主研究及绘制。

毛发健康管理发展趋势 — 新零售化

行业全维度升级推动新零售化变革，行业玩家需加速模式创新与技术迭代

“人货场”是零售领域的术语，指消费者、商品和销售场景这三者之间的相互关系。在毛发健康管理行业中，人货场的概念同样具有重要意义，毛发健康管理行业“人货场”三要素全维度的升级将推动行业新零售化的趋势变革。首先，消费者人群的变化，越来越多年轻人重视毛发健康管理，同时低线城市消费者比例逐步上升；其次，毛发健康管理行业产品及服务医疗干预比重提升，科技属性持续增强；最后，行业线上直播销售形式逐步由会销型转为科普型，线下门店分布逻辑开始由社区门店向购物中心转移。行业的新零售化变革无疑是人货场全面升级的必然结果，而身处这场变革浪潮的企业玩家，在行业竞争格局逐步成熟的当下，应分别针对行业人、货、场三元素变革，及时更新产品和服务，精准定位消费者，升级线上和线下消费渠道，摆脱营销依赖，加速模式创新与技术迭代。

人货场升级引领新零售化变革



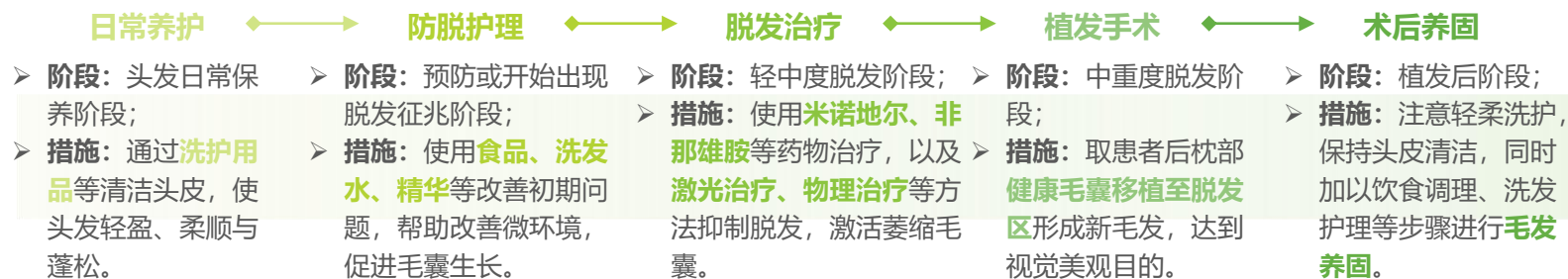
毛发健康管理发展趋势 —— 生态布局

“护防治植固”体系化消费需求为厂商未来业务布局提供参考方向

在目前现有的毛发健康管理当中，养护、防脱、植发等各个环节相对独立，且服务的最后一环通常止于植发手术。但结合实际情况，在大众对于毛发健康愈发重视、消费观念升级、审美偏好提高的大环境下，消费者逐渐愿意在毛发健康上做文章，一站式的全流程毛发健康管理服务需求已逐渐显露苗头。基于此，毛发健康管理服务厂商未来将不断调整发展战略与布局方向，通过自身业务扩张加速养护、防脱、治疗、植发、养固各个环节技术、服务等渗透与融合，逐步建立起符合消费者需求的“护防治植固”全流程服务体系，为消费者提供更加标准化、综合化的毛发健康全生命周期管理服务。

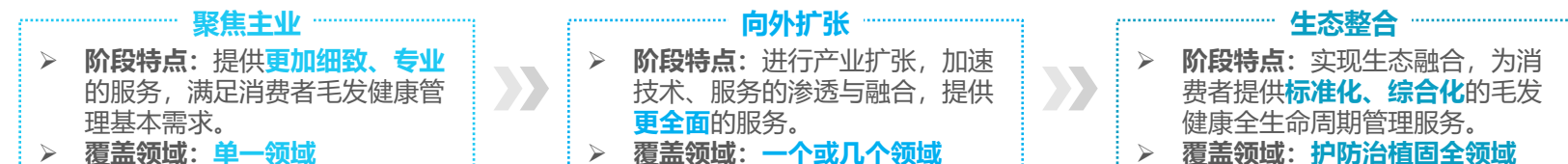
“护防治植固”消费需求带动厂商业务布局方向变迁

消费者毛发健康管理全流程需求



□ 消费需求的一体化带动了厂商产业布局的生态化变迁

毛发健康管理厂商业务布局演变



BUSINESS
COOPERATION

业务合作

联系我们



400 - 026 - 2099



ask@iresearch.com.cn



www.idigital.com.cn

www.iresearch.com.cn

官 网



微 信 公 众 号



新 浪 微 博



企 业 微 信



LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能