

# 中国养发服务行业研究报告

2020年





## 行业发展

### 养发服务行业进入高速发展期，多因素助力行业增长

- 艾瑞测算，养发服务行业规模已达到663亿元，行业进入高速发展期。多领域竞争者跨界进入养发行业，未来行业竞争激烈度将加剧。
- 养发护发的消费需求升级、美始于头的审美观念盛行、消费者普遍受到头发问题的困扰且低龄化趋势明显，消费市场的发展环境将助力养发服务行业的进一步增长。



## 需求洞察

### 消费者对养发服务的需求刚性，养发馆的专业度受到好评

- 消费者进店消费养发服务前，绝大多数已经受到头发问题的困扰，需求刚性。其中防脱、改善发质、头皮调理的需求动机最为普遍。
- 与理发店的养发服务相比，养发馆的客群消费水平更高、到店频次更高、品牌忠诚度更高。养发馆的专业度受到消费者好评。



## 未来趋势

### 年轻人群、进阶式需求、精细化护理、升级的健康认知将成为养发服务行业发展新机遇

- 90/95后将引领养发行业消费浪潮。
- 从“护”到“养”新起义，护肤式概念深入养发领域。
- 养发从养头皮开始，头皮养护精细化。
- 热衷追求产品成分，偏好传统草本和植物精华成分。

# 养发服务行业范畴及研究方法说明

## 范畴

### 养发服务行业

- 养发服务行业指，服务机构通过线下实体场所为消费者提供头皮及头发相关的养护服务，服务内容包括防脱、生发、乌发、润发、养发、头皮调理、祛屑等。
- 理发服务、染烫服务、植发服务、头发洗护家用型消费品行业不属于本次的研究范畴。

## 研究方法

### 桌面研究

- 利用公开资料（政府数据、企业公开访谈等）和公开报告，梳理行业信息
- 充分利用艾瑞咨询在相关领域的研究积累，对信息进行综合归纳和有效补充

### 行业专家访谈

- 对行业内的重点企业主要负责人进行访谈
- 对行业专家进行访谈

### 消费者座谈会

- 选取各年龄段、有养发服务实际消费体验的代表性消费者
- 与消费者进行面对面座谈会，收集真实消费端反馈

### 消费者定量问卷

- 消费者定量问卷覆盖一二三线城市
- 实际收集的有效样本量为1100份，充分保障了数据分析的代表性和有效性

养发服务行业市场现状

1

养发服务行业消费需求洞察

2

养发服务行业典型企业案例

3

养发服务行业消费趋势

4

# 目录

## 养发服务行业市场现状

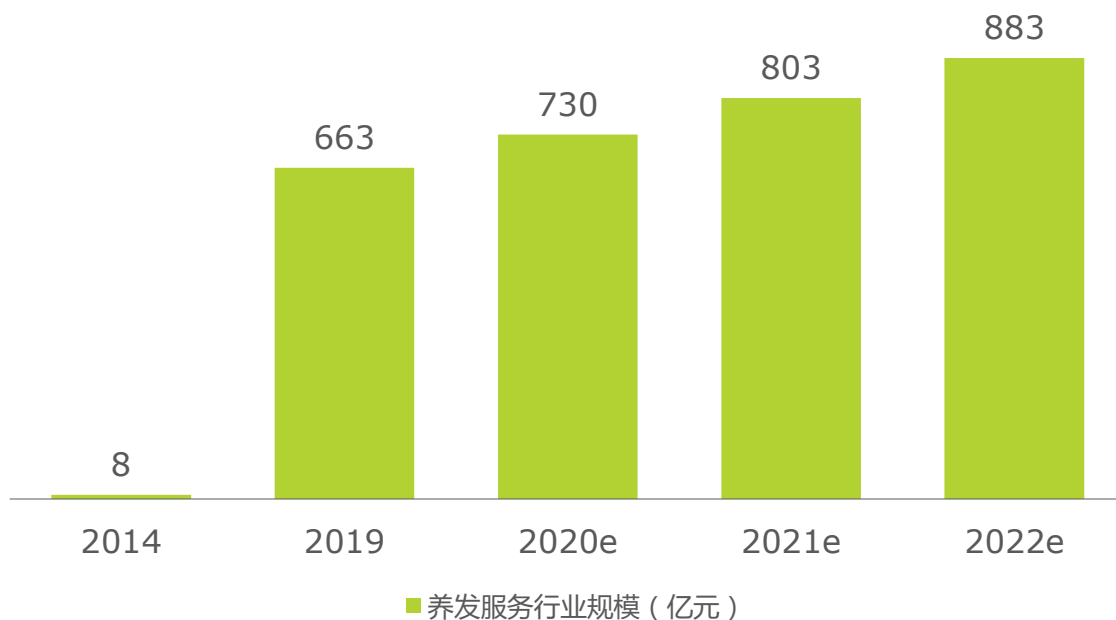
行业规模	6
行业发展阶段	7
行业发展驱动因素	8
产业链图谱	14
竞争格局	15
品牌运作模式	16

# 养发服务行业规模

## 行业规模已超过600亿元，未来增速可期

艾瑞统计，2019年养发服务行业规模达到663亿元，预计未来每年行业增速在10%左右。同时，行业头部品牌每年的新增门店数量依然保持高速增长，平均每年新增门店在100-200家，未来行业规模的增速可期。

2014-2022年中国养发服务行业市场规模



注释：养发服务行业指在线下实体场所进行的头发养护服务，服务机构包含养发馆、理发店、美容院、医院等。

来源：行业规模数据，由艾瑞咨询研究院根据公开数据、专家访谈、消费者调研数据，自主研究及绘制。

# 养发服务行业发展阶段

## 养发服务行业已经进入高速发展期

### 国内养发服务行业发展的三个阶段

#### 阶段一：2000年以前

##### 养发服务尚未成为独立的细分行业

- 消费者对于头发的关注点以美为主，对头发的健康状况关注少。同时因消费者接受了太多的烫染服务，头发及头皮伤害逐渐积累。
- 养发服务与美发服务融合在一起，市场还未出现独立的养发馆。

#### 阶段二：2000年-2012年左右

##### 养发与美发分离，开始形成独立的细分服务市场

- 随着人均可支配收入增加，生活水平提升，消费者对头发养护的需求也随之提升，要求美的同时要头发健康。
- 养发服务逐渐从美发服务中分离，成为一个单独的品类。
- 养发品牌和养发馆开始出现，如丝域养发、章光101等。

#### 阶段三：2012年至今

##### 多领域竞争者跨界入局，行业进入高速发展期

- 养发馆、美容院、理发店以及医院，都开始提供头发护理、防脱发、乌发等服务。
- 行业高速发展的同时，也出现从业规范化缺失、价格战加剧、养发产品不符规范等市场乱象。
- 未来将出现行业洗牌，满足消费者多种综合性头皮养护需求的专业机构或成最后赢家。

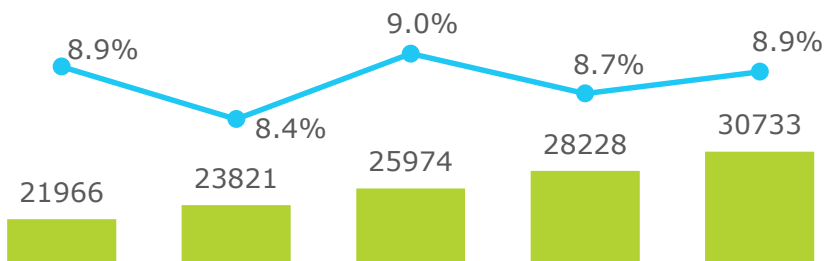
# 养发服务行业发展驱动因素-消费端

## 居民可支配收入增加，养发护发的消费需求也随之升级

根据国家统计局数据，居民可支配收入每年以超过8%的速度增加。随着消费者购买力的提高和对头皮健康的重视，养发护发已日益贴近消费者的生活需求，消费需求更加注重体验和服务。

消费者对头发养护产品的消费已不再满足于洗发水+护发素的组合，护发精油、头皮清洁乳、育发水、生发液等多种类产品均已进入消费者日常护发流程中。

### 2015-2019年中国居民人均可支配收入情况



### 一二三线城市消费者日常使用的养护发产品



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\\_20858](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20858)

