



2021 中国医疗消费系列：从 消费需求出发 寻找植发机构 盈利点



连锁植发机构如何扩大盈利?

植发作为医疗美容的细分行业，消费者是影响植发机构盈利的关键因素，是促进行业快速发展的动因之一。由于医生专业性与毛囊成活率、美观度、手术安全程度、机构专业程度密切相关，医生资源是植发机构的核心竞争力，因此植发机构需要专注医生队伍建设“植发+养发”的业务模式为植发机构带来持续性收益。植发机构加强对“养发”业务模式的探索，为已植发客户、未植发客户提供多样化的“养发”服务，形成毛发行业的全产业链整合

养发服务的价格根据项目和时间周期有波动。若以一年为单位，平均每个月养发服务价格是一个月养发服务的八折，拉长时间周期的商业模式较大程度上提高了客户粘性，提升机构利润

1.植发机构竞争格局

连锁植发机构凭借营销优势及专业服务，逐步成长主流植发机构，占据约 35%的植发市场份额：通常连锁植发机构专注于头皮头发健康，仅有植发与养发两种业务，结合植发消费者意愿，市场认可度最高？医美机构具有客源优先转化优势，但由于科室分散，植发市场占有率较低：医美机构科室较为分散，同时消费者更倾向于进行光电类、注射类项目，所以医美机构植发科更倾向于投资光电类、注射类项目，导致植发科室专业性不强。如果其他科室消费者有植发需求，医美机构会考虑将客户进行有效转化，其市场占有率也高于公立医院

2.植发机构收益状况

植发行业营销成本占比 30%，在各类成本支出中占比最高。假设机构营销成本过高，将会导致毛利率降低。由于营销费用支出高，连锁植发机构的毛利率低于医美机构植发科室和公立医院植发科室；公立医院由于政策限制不能进行营销，较低的营销投入，使其毛利率处于较高水平，约为 50%-70%

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_33331

