



植发行业深度报告：渠道先行 品牌接力



[赛道属性]基数大，低渗透，高成长 2020 年中国脱发人口超过 2.5 亿，选择植发的仅有 51.6 万，渗透率 0.21%，渗透率提升潜力大。2020 年毛发医疗服务合计市场规模 184 亿元，其中，植发占 73%，医疗养固占 27%。植发市场规模，2020 年约 134 亿元，2016-2020 年 CAGR 约 23.4%，增速较快；预计 2020-2025 年，CAGR 仍将高达 23%，2025 年达 378 亿。毛发医疗养固，随着居民收入水平提升，防脱、头皮健康意识觉醒，有望高速增长：2020 年市场规模 50 亿，2016-2020 年 CAGR 约 25.4%，2020-2025 年 CAGR 将提至 29.8%，超过植发增速，预计 2025 年养固市场 185 亿。

成长动力：客群扩大，渗透率和客单价提升

植发行业市场规模可以按照量价拆分为：潜在消费者*渗透率*客单价，站在当前时点，三项核心变量都有上升空间，短期，渗透率提升或为驱动市场规模增长的主线，客群年轻化、女性化带来的消费者客群基数扩大和技术进步带来的客单价提升或将在更长的时间维度上持续发力。

商业模式：高价/低频/同质化，引流成本高

对有脱发困扰的消费者来说，植发具有改善效果立竿见影（相对用药）、根本上解决脱发问题（相对假发）等优点而受到青睐。但作为一种商业模式，植发是一门高价/低频/同质化严重，引流成本较高的生意。基于以上植发特有的属性，我们认为具备专业化、精细化、体系化的产品服务体系，渠道网络覆盖全国，品牌力领先的植发机构或将在未来的竞争中获取更高

市场份额。

竞争格局：龙头门店扩张，良币驱逐劣币

目前植发行业的参与者鱼龙混杂，不规范小机构或将逐步出清。行业参与者主要包括 4 类，（1）公立医院植发科价格相对较低、资质齐全，但非市场化激励机制下，医生、床位等供给不足，市场份额仅 14.8%；（2）全国性民营植发机构，以雍禾、大麦、碧莲盛、新生等为代表，市场份额为 23.9%；（3）美容机构的植发部门市场份额 15.7%；（4）地方性民营植发机构，市场份额 45.6%。展望未来，行业规范化、透明化进程加速，不规范的地方性小机构有望被出清。

构筑壁垒：专业+规模+管理，成就品牌

专业为本：建立消费者信任，深挖消费者价值，以植发服务的专业性拉新，用系统化的产品和服务挖潜老客户。规模至上：优化成本结构，降低期间费用率，植发机构的规模增长主要是通过拓展门店数量，服务更多消费者来达成，规模效应主要体现在优化成本结构，分摊销售和管理费用，降低期间费用率等方面。叠加高效的管理体系护航，终可成就品牌，高筑竞争壁垒。

雍禾植发：产业资本助力，扩张节奏明朗。雍禾是全国最大的一站式毛发医疗服务集团，未来将致力于渠道拓展、产品研发创新、管理体系持续优化等方面的发展。渠道上，公司通过原有门店升级+自建新门店+收并

购同业门店等方式齐头并进，持续拓展市场范围；产品上，积极投资研发创新；管理上，硬件和系统升级，投资数据分析、人工智能和互联网连接；及建立网上医院、采购及升级硬件设备。品牌上，投资学术交流与合作等其他形式的品牌营销活动。

风险提示

- 1、行业监管政策落地情况不及预期；
- 2、行业龙头投资开店进程不及预期。

关键词：人工智能

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_36661

