

2021年中国植发市场分析报告- 市场竞争格局与发展商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国植发市场分析报告-市场竞争格局与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/553816553816.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

植发全称为头发移植，主要是指通过特殊器械将头发毛囊周围部分组织一并完整切取，脱离头皮原位，然后移植到需要头发又经过一定准备、具备接受该头发条件的位置。

我国植发行业开始发展于20世纪70年代，共经历三个发展阶段，分别是初创期（20世纪70年代-1996年）、缓慢发展期（1997-2015年）、快速发展期（2016年至今）。目前我国整体植发行业正处于发展期向成熟期转型的过程。

中国植发行业发展历程 资料来源：观研天下整理

自2016年以来，我国植发行业开始蓬勃发展。数据显示，到2020年我国植发行业市场规模已攀升至208.3亿元；预计2021年将达到**亿元。

2016-2021年我国植发行业市场规模情况 数据来源：观研天下整理

目前我国植发市场蓬勃发展的主要原因是来自六大驱动力。一是市场需求不断攀升，二是政策不断规范市场发展，三是多种新兴技术涌现，满足了植发用户差异化需求等，四是机构品牌效应+规模优势，铸就高行业壁垒，五是渠道不断丰富，六是消费可能性增强。

具体来看，市场需求方面，我国国民脱发现象普遍，脱发人群基数大。根据数据显示，中国已有超过2.5亿人正饱受脱发的困扰，也就是说平均每6人中就有1人脱发。同时目前已脱发超越眼睛、鼻子等五官问题，成为国民关注的第七大健康困扰，且已经成为社会上普遍关注的热点话题。有关脱发相关的话题搜索热度从2019年的202808次增长至2020年的290117次，同比增长43.05%。

国民健康困扰 TOP10 数据来源：观研天下整理

与此同时，我国脱发呈现年轻化趋势。有数据显示，在我国脱发群体中，30岁以下脱发人群在脱发总人群中的占比高达69.8%；其中占比最大的为26-30岁的青年，高达41.9%。

中国脱发群体年龄分布 数据来源：观研天下整理

客群方面，在“颜值主义”下，年轻脱发患者成消费主要群体。据调查显示，我国用户植发的主要目的为提升颜值，占比约达到了9%左右。而预计随着95后、00后脱发情况愈加严重，以95后、00后为代表的年轻脱发消费群体崛起，成为植发的重要客户群。

中国用户植发目的 数据来源：观研天下整理

90后及95后成为互联网主力军。有数据显示，目前我国互联网人群分布中，95后占比18.6%，90后占比27.2%，90后及95后占据互联网网民近一半的规模。因此90后及95后更加容易接触到线上广告，也更易被植发线上营销所渗透。

互联网人群分布 数据来源：观研天下整理

与此同时，年轻一代易被种草，也易成为KOC。有数据显示，在小红书渠道方面，被种草的95后用户占比为49.6%；在蘑菇街被种草的占比为38.1%，在微博被种草的占比为37.1%；在快速被种草的占比为25.6%，在抖音被种草的占比为23.8%。

95 后已成为各种草平台主力军 数据来源：观研天下整理

政策方面，近年来政府不断重视医疗医美相关行业的发展，并出台一系列相关政策对行业做出引导。例如2021 年 8 月，国家市场监管局管理总局发布《医疗美容广告执法指南（征求意见稿）》，对医美广告合规性做出进一步限制。虽然短期内行业增长一定程度上会受到影响，但长期看能有效杜绝医美植发行业乱象。

植发行业相关法律法规

类别

政策名称

颁布年份

颁布机构

政策内容

推动医改

《关于深化医药卫生体制改革的意见》

2009 年9 月

国务院

鼓励社会资本投资医疗机构，并通过投资促进私立医疗机构发展和公立医疗机构改革

《关于进一步鼓励和引导社会资本举办医疗机构的通知》

2010 年11 月

国务院

鼓励及支持私人投资者投资于各类医疗机构

《关于促进健康服务业发展的若干意见》

2013 年9 月

国务院

放宽中外合资、合作医疗机构规定，逐步扩大外商独资医机构试点资格

《关于加快发展社会办医的若干意见》

2013 年12 月

卫计委

支持民营医疗机构发展

《关于印发全国医疗卫生服务体系规划纲要（2015-2020 年）的通知》

2015 年3 月

国务院

由合资格境外资本独资举办医疗机构试点方案应逐步扩大，减少服务范围限制，允许社会资本投资法律法规未明令禁入的领域

关于印发医疗机构设置规划指导原则（2016-2020 年）的通知

2016 年7 月

国务院

鼓励社会办医，在符合规划总量和结构的前提下，取消对社会办医疗机构数量和地点的限制

加强医疗机构管理

《医疗机构管理条例》

1994 年2 月

国务院

拟设立医疗机构的任何实体或个人必须遵守相关申请及审批程序，并向相关卫生行政部门登记，以取得医疗机构执业许可证

《关于城镇医疗机构分类管理的实施意见》

2000 年7 月

卫生部

非营利性和营利性医疗机构按医疗机构的经营目的、服务任务，以及执行不同的财政、税收、价格政策和财务会计制度整体划分

加强医护人员管理

《护士执业注册管理办法》

2008 年5 月

卫生部

护士必须经执业注册取得《护士职业证书》后，方可按照注册的执业地点从事护理工作

《关于加快发展社会办医的若干意见》

2013 年12 月

国务院

许医师多点执业，允许各类举办医疗机构之间的医务人员有序流动

《医师执业注册管理办法》

2017 年2 月

卫计委

执业医师须取得执业证书后方可注册执业；对注册的要求及程序做出详细规定

加强医疗美容服务监管

《医疗美容服务管理办法》

2002 年1 月

卫计委

医疗美容主诊医师及提供医疗美容护理服务的人员均须符合相关规定。省级卫生部门可于对医疗美容主诊医师进行资格审查后作出额外规定

《美容医疗机构、医疗美容科（室）基本标准（试行）》

2002 年4 月

卫计委

规定美容医院、医疗美容门诊部、医疗美容诊所及医疗美容科室应符合的基本标准，如床位数、临床科室

《医疗美容项目分级管理目录》

2009 年12 月

卫生部

将毛发移植术列为美容外科一级项目

《关于加强医疗美容主诊医师管理有关问题的通知》

2017 年3 月

卫计委

对医疗美容主诊医师的专业实行备案管理，信息及时录入国家卫计委医师管理信息系统

《关于开展严厉打击非法医疗美容专项行动的通知》

2017 年5 月

卫计委

针对注射类美容药品医疗器械生产经营使用、医疗美容培训、广告推广等内容，进行严厉查处，以遏制医疗美容市场乱象

《打击非法医疗美容服务专项整治工作方案》

2021 年6 月

卫计委

整治非法医美机构，全方位打击医美灰色地带，规范医美行业健康发展

《医疗美容广告执法指南（征求意见稿）》

2021 年8 月

国家市监局

要求市场监管部门依法整治各类医疗美容广告乱象，严厉打击虚假、制造“容貌焦虑”的医美广告

加 强医 疗事 故保障

《医疗事故处理条例》

2002 年4 月

国务院

规定有关医疗事故预防、技术鉴定、处理、监督、赔偿及处罚的事宜

《中华人民共和国民法典》

2020 年5 月

全国人大

规定患者在诊疗活动重受到损害，医疗机构或者其医务人员有过错的，由医疗机构承担赔偿责任
资料来源：观研天下整理

品牌方面，高品牌知名度的大型连锁植发机构更受消费者青睐。这主要是由于大型连锁

医疗机构专门从事植发业务，专业性有保障，其设备更为齐全和高质量，技术更为地先进，服务流程更加专业化。

中国植发用户选择植发机构的最终决定因素 数据来源：观研天下整理

但目前植发行业资金壁垒较高。这是由于行业在建设初期为用于搭建人才队伍、购置医疗设备及营销推广，需要大量资金投入，新入小型机构难以抢占市场份额。相对而言，已先占领市场份额的头部连锁机构将更有机会利用规模效应，实现扩张。

产品方面，微针技术、3D 植发技术等多种新兴技术不断出现。据了解，微针植发相比传统植发方式，虽相比传统植发需要多 1-2 名的医护人员，且需要更多训练和操作时间才能熟练掌握，但其具有创口小、毛囊成活率高、密度高、方向自然、种植精准、术后感染风险低、术后恢复快等优点。

微针技术与传统技术对比

微针技术

传统技术

使用设备

专业微针

宝石刀、镊子

种植孔直径

0.6-1mm

1-1.5mm

密度

更高

正常

创伤度

微创

一般

方向性

可做到 360 度方向的灵活掌控，自然如原生

基本自然

术后恢复

术后 24 小时洗头

术后 3 天洗头

所需医护人数

5-8 人

3-4 人资料来源：观研天下整理

3D 植发技术是国内自主研发出的产品，可见这说明了我国具有较强研发实力。据了解，3D 植发能实现比传统植发技术发量多 20%左右，且密度更高更立体更自然。

3D 植发优势 资料来源：观研天下整理

随着微针技术、3D 植发技术等新兴技术的出现，相关产品也在不断丰富。以四大连锁植发机构为例，雍禾医疗致力于给客户提供一站式的毛发医疗服务，主打产品有头顶加密植发、发际线植发、眉毛种植、秃顶植发；大麦植发主打产品有微针发际线种植、完全不剃头发际线种植、头顶加密种植、微针艺术种植；碧莲盛主打产品有不剃发发际线种植、SHT 微针发际线种植、SHT 头顶加密种植、BHT 微针发际线种植；新生植发通过自主研发的 3D 植发技术进行破局，主打产品有不剃发发际线植发、头顶加密种植、3D 植发发际线调整。可见目前我国植发市场种类繁多又各具特色，能够更好地满足客户的差异化需求。

头部植发机构主打产品一览

头部植发机构

机构特点

主打产品（非所有产品）

产品特点

价格

雍禾植发

主打一站式毛发医疗服务

头顶加密植发

改善头顶毛发稀疏问题

4034-56391 元

发际线植发

改善发际线问题

4221-53059 元

眉毛种植

改善眉毛稀少问题

12560-31236 元

秃顶植发

改善秃顶问题

11982-15201 元

大麦植发

主打微针植发，使用微针植发笔植发，种植孔比传统植发小三分之一

微针发际线种植

普通发际线种植

10398 元/1000 单位

完全不剃头发际线种植

取发不用剃发

29798 元/1000 单位

头顶加密种植

改善头顶毛发稀疏问题

15998 元/1000 单位

微针艺术种植

根据实际情况和脸型设计种植方案

21998 元/1000 单位

碧莲盛

主打植发不剃发，术

不剃发发际线种植

不剃发

48000 元/1000 单位

SHT 微针发际线种植

微针植发技术之一

9600 元/1000 单位

SHT 头顶加密种植

-

9600 元/1000 单位

BHT 微针发际线种植

微针植发技术之一，相比SHT，种植笔口径更小，种植密度更大

14400 元/1000 单位

新植发

主打 3D 植发技术，在多胚毛囊提取分离技术方面有所突破

不剃发发际线植发

不剃发

20254 元/1000 单位

头顶加密种植

改善头顶毛发稀疏问题

8592 元/1000 单位

3D 植发发际线调整

多胚提取，改善发际线问题

17304 元/1000 单位资料来源：观研天下整理

营销渠道方面，营销是植发机构的主要获客手段，目前在各类成本支出中占比最高，达

到了30%。而同时随着社会的发展，多维度的营销推广是各机构的重心。其中线上营销由于其精准定位人群、转化率高的特质，已成为植发机构主要的营销手段，占营销费用的 70%；而在这其中抖音、小红书占比又最高，达到了30%。

植发行业各费用占比 数据来源：观研天下整理

营销费用流向 资料来源：观研天下整理

新媒体崛起带来渠道多元化、丰富化趋势。有资料显示，早期的植发宣传大多采用线下广告的方式通过街边广告牌、公交车体广告、地铁车厢广告、公交车厢广告等渠道进行宣传。但随着新媒体时代的到来，营销渠道不断扩展，像小红书、bilibili、微博、知乎、新氧等不断出现。

线上和线下广告对比

线上广告

线下广告

主要目的

效果类广告

品牌类广告+转化类广告

主要形式

网络页面中的静态广告、直播、Vlog 等

品牌类广告：公交车体广告，马路隔离带中的广告牌等

转化类广告：地铁车厢，公交车厢广告等

适用场景

效果转化

提升认知+提升转化

结算形式

以单次点击为准

每个投放点位按周结算

优势

定位精准人群，转化率高

可以曝光的人群非常广，有利于提升品牌知名度

劣势

广告费用投入高，且容易遭到恶意点击

无法检测曝光量，难以评估效果，无法确定投放人群是否准确资料来源：观研天下整理（WW）

与此同时，随着网购成为主要购物方式之一，雍禾植发、大麦植发、新生植发等植发机构也纷纷在淘宝等购物平台开设网络购物旗舰店，挖掘潜在消费者。有资料显示，部分植发

项目在淘宝上的月销量也能达到三四百余单。淘宝渠道的潜在植发客户增长空间可期，值得进一步挖掘。

观研报告网发布的《2021年中国植发市场分析报告-市场竞争格局与发展商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国植发行业发展概述

第一节 植发行业发展情况概述

- 一、植发行业相关定义
- 二、植发行业基本情况介绍
- 三、植发行业发展特点分析
- 四、植发行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式

3、销售模式

五、植发行业需求主体分析

第二节 中国植发行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、植发行业产业链条分析

三、产业链运行机制

（1）沟通协调机制

（2）风险分配机制

（3）竞争协调机制

四、中国植发行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国植发行业生命周期分析

一、植发行业生命周期理论概述

二、植发行业所属的生命周期分析

第四节 植发行业经济指标分析

一、植发行业的赢利性分析

二、植发行业的经济周期分析

三、植发行业附加值的提升空间分析

第五节 中国植发行业进入壁垒分析

一、植发行业资金壁垒分析

二、植发行业技术壁垒分析

三、植发行业人才壁垒分析

四、植发行业品牌壁垒分析

五、植发行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球植发行业市场发展现状分析

第一节 全球植发行业发展历程回顾

第二节 全球植发行业市场区域分布情况

第三节 亚洲植发行业地区市场分析

一、亚洲植发行业市场现状分析

二、亚洲植发行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲植发行业市场前景分析

第四节 北美植发行业地区市场分析

一、北美植发行业市场现状分析

二、北美植发行业市场规模与市场需求分析

三、北美植发行业市场前景分析

第五节 欧洲植发行业地区市场分析

一、欧洲植发行业市场现状分析

二、欧洲植发行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲植发行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界植发行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球植发行业市场规模预测

第三章 中国植发产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国植发行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国植发产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国植发行业运行情况

第一节 中国植发行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国植发行业市场规模分析

第三节 中国植发行业供应情况分析

第四节 中国植发行业需求情况分析

第五节 我国植发行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国植发行业供需平衡分析

第七节 中国植发行业发展趋势分析

第五章 中国植发所属行业运行数据监测

第一节 中国植发所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国植发所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国植发所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国植发市场格局分析

第一节 中国植发行业竞争现状分析

一、中国植发行业竞争情况分析

二、中国植发行业主要品牌分析

第二节 中国植发行业集中度分析

一、中国植发行业市场集中度影响因素分析

二、中国植发行业市场集中度分析

第三节 中国植发行业存在的问题

第四节 中国植发行业解决问题的策略分析

第五节 中国植发行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国植发行业需求特点与动态分析

第一节 中国植发行业消费市场动态情况

第二节 中国植发行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 植发行业成本结构分析

第四节 植发行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国植发行业价格现状分析

第六节 中国植发行业平均价格走势预测

一、中国植发行业价格影响因素

二、中国植发行业平均价格走势预测

三、中国植发行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国植发行业区域市场现状分析

第一节 中国植发行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区植发市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区植发市场规模分析

四、华东地区植发市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区植发市场规模分析
- 四、华中地区植发市场规模预测
- 第四节 华南地区市场分析
 - 一、华南地区概述
 - 二、华南地区经济环境分析
 - 三、华南地区植发市场规模分析
 - 四、华南地区植发市场规模预测

第九章 2017-2021年中国植发行业竞争情况

第一节 中国植发行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国植发行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国植发行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 植发行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国植发行业发展前景分析与预测

第一节 中国植发行业未来发展前景分析

一、植发行业国内投资环境分析

二、中国植发行业市场机会分析

三、中国植发行业投资增速预测

第二节 中国植发行业未来发展趋势预测

第三节 中国植发行业市场发展预测

一、中国植发行业市场规模预测

二、中国植发行业市场规模增速预测

三、中国植发行业产值规模预测

四、中国植发行业产值增速预测

五、中国植发行业供需情况预测

第四节 中国植发行业盈利走势预测

- 一、中国植发行业毛利润同比增速预测
- 二、中国植发行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国植发行业投资风险与营销分析

第一节 植发行业投资风险分析

- 一、植发行业政策风险分析
- 二、植发行业技术风险分析
- 三、植发行业竞争风险分析
- 四、植发行业其他风险分析

第二节 植发行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国植发行业发展战略及规划建议

第一节 中国植发行业品牌战略分析

- 一、植发企业品牌的重要性
- 二、植发企业实施品牌战略的意义
- 三、植发企业品牌的现状分析
- 四、植发企业的品牌战略
- 五、植发品牌战略管理的策略

第二节 中国植发行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国植发行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国植发行业发展策略及投资建议

第一节 中国植发行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国植发行业营销渠道策略

一、植发行业渠道选择策略

二、植发行业营销策略

第三节 中国植发行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国植发行业重点投资区域分析

二、中国植发行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/553816553816.html>