

2022年中国假发市场分析报告- 市场营销环境与发展规划趋势

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《2022年中国假发市场分析报告-市场营销环境与发展规划趋势》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568488.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

我国假发行业重点消费人群、市场现状、发展趋势分析 上游压力较大 市场机会仍待挖掘

一、假发行业重点消费者人群分析

1.假发消费市场主角—个人消费者

国家卫健委发布的数据显示，我国脱发的人群已经超过2.5亿，平均每6人中就有1人脱发，且呈现年轻化发展趋势。

目前植发是解决脱发问题的有效措施之一。但植发手术时间长、投入成本高，且对脱发人群的毛囊数量和身体状态具有较高的要求。植发太麻烦，频繁脱发又太焦虑，如何通过其他方法避免“秃”如其来的尴尬成为脱发人群的“头等”大事。在此背景下，假发制品成功挤进“买买买”清单，市场“秃然”增长。

另一方面，当口罩封印了颜值，假发备受“弄潮儿”们的青睐。同时，假发还是具有妆饰属性的时尚单品，随着对假发具有较高需求的“三坑”文化（汉服、JK制服、Lolita服饰被称为“三坑”文化）不再“圈地自萌”，从小众走向大众，假发的妆饰性需求也逐渐增长。

功能性需求叠加妆饰性需求下，假发的故事愈演愈烈。此前，假发市场已经连续六年保持20%以上的增速，预计2022年我国假发市场规模将达124.3亿元，2023年将超140亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

2.假发消费市场配角--影视公司、美发教学机构

影视公司在拍摄古装类、武侠类、玄幻类的电视剧、电影时，需根据演员角色、服饰、特征，匹配合适的发型，多为发套形态。美发教学机构中则需要假发制品中的教习头作为练习美发色彩、精剪、发型设计的工具。

相较个人消费者，影视公司和美发教学机构对假发制品的需求相对稳定。但由于两者的需求分别与电视剧制作数量和美发教学机构的学员数量紧密相关，影视公司和美发教学机构对假发制品的需求量弹性较小。

资料来源：观研天下整理

二、假发行业市场现状分析

庞大的消费市场下，假发制品制造商快速增多，生产了全世界约80%左右的假发，代表企业有瑞贝卡、瑞美真发、海森林等。

天眼查数据显示，国内经营范围与假发相关的公司共1.12万家，但2008年以来，假发行业仅发生投融资事件9起，总金额为5.3亿元。相比其他行业，卖假发对资本来说吸引力较小，这主要是由于假发上游市场存在较大的压力。

资料来源：IT桔子、观研天下整理

假发公司的主要生产成本集中于上游头发采购和工人加工，均处于30%-35%的范围。

头发采购方面，真人头发是最主要的原材料。真人头发收购时要求比较严格，且不能烫染，收购价每公斤达4000-5000元。化纤发虽也是原料之一，但使用寿命较短，还易失真，市场占有率仅20%。

数据来源：观研天下数据中心整理

工人加工方面，一顶优质的假发往往需要工人一针针把头发固定上，不仅费眼睛，还很考验手工，业务优秀的师傅一天的工资要300-500元，完成一顶仅人工成本就要2000多元。

原材料稀缺导致采购成本高，工人加工费时则导致人工成本高。生产端“不给力”，限制了整个假发行业的发展。

假发行业在保证品质和产能之间面临巨大挑战，这也间接导致高品质假发产品客单价越来越高。假发制品不得已走上高端路线，导致消费群体规模受限，不利于假发制品在中国市场的发展。

三、假发行业发展趋势分析

1.假发产品创新与周边品类扩充

目前国内多数假发制品为工厂贴牌生产，产品同质化严重，产品差异仅体现在编织技术和材质工艺层面，而忽视了产品美学设计。能够从用户出发，充分考虑美学设计要素的假发品牌将更能赢得消费者关注。

例如国内假发第一家上市公司瑞贝卡在每季都会发布流行发色，新发色主要应用的产品就是挂耳染卡子发，让消费者更方便使用的同时，在流行发色上能有更多的选择。同时为了抓住了国内假发用户年轻化的浪潮，瑞贝卡创建子品牌Rebecca Youth。

艾妮雅则在研发出新产品后，还会不断进行改进和推陈出新。比如在推出直发挂耳染产品之后，又推出了卷发挂耳染假发片迎合不同的用户需求。

假发周边产品品类的扩充也是不少品牌寻求新的增长点的重要方向。通常假发品牌商们以主营业务假发为切入点，围绕其打造周边产品。以LUCYLEE旗舰店为例，时尚假发是其主营产品，同时也销售假发营养护理液、梳妆镜等周边产品。

2.线上消费渠道建设

现阶段我国假发制品销售以线下渠道为主，占比90%，包括品牌专卖店、美发店、假发工厂店等。

线下渠道销售假发制品具有可试戴、可护理、可个性化定制等多重优势，但随着数字化进程的加快、电商平台的迅速发展以及消费习惯的转变，假发线上销售渠道建设也不容忽视。

例如生气斑马线上重点布局抖音、B站等各大平台，曾与B站手账圈达人合作，在视频中传达假发片产品和手帐类似的拼贴属性，在小众文化群体中实现破圈。

此外，跨境电商的快速发展也为假发制品出口带来契机，直接促进假发制品销售额增长。随

着北美、非洲等国际市场对假发制品需求日渐旺盛，出海业务成为假发利润和营收的主战场，制造商纷纷布局。

如共获得三次融资的LUCYLEE将部分融资金额用于出海业务的拓展。瑞美真发则由于受疫情影响，线下生意不如往日，便加入了阿里巴巴国际站，将主要精力放在线上，随后其电商团队业务迎来爆发，2020年，瑞美真发半年时间内实现线上业绩的10倍增长，占公司业务量的10%以上。

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

在潜力与挑战并行之下，若想在假发市场上继续掘金，假发品牌们还需要在市场上挖掘出更多的可能性，找出新的财富机会。

观研报告网发布的《2022年中国假发市场分析报告-市场营销环境与发展规划趋势》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局数据，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2018-2022年中国假发行业发展概述

第一节 假发行业发展情况概述

- 一、假发行业相关定义
- 二、假发行业基本情况介绍
- 三、假发行业发展特点分析
- 四、假发行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、假发行业需求主体分析

第二节 中国假发行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、假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、中国假发行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国假发行业生命周期分析

- 一、假发行业生命周期理论概述
- 二、假发行业所属的生命周期分析

第四节 假发行业经济指标分析

- 一、假发行业的赢利性分析
- 二、假发行业的经济周期分析
- 三、假发行业附加值的提升空间分析

第五节 中国假发行业进入壁垒分析

- 一、假发行业资金壁垒分析
- 二、假发行业技术壁垒分析
- 三、假发行业人才壁垒分析
- 四、假发行业品牌壁垒分析
- 五、假发行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球假发行业市场发展现状分析

第一节 全球假发行业发展历程回顾

第二节 全球假发行业市场区域分布情况

第三节 亚洲假发行业地区市场分析

一、亚洲假发行业市场现状分析

二、亚洲假发行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲假发行业市场前景分析

第四节 北美假发行业地区市场分析

一、北美假发行业市场现状分析

二、北美假发行业市场规模与市场需求分析

三、北美假发行业市场前景分析

第五节 欧洲假发行业地区市场分析

一、欧洲假发行业市场现状分析

二、欧洲假发行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲假发行业市场前景分析

第六节 2022-2027年世界假发行业分布走势预测

第七节 2022-2027年全球假发行业市场规模预测

第三章 中国假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 中国假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 中国假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 中国假发行业运行情况

第一节 中国假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

三、行业发展特点分析

第二节 中国假发行业市场规模分析

第三节 中国假发行业供应情况分析

第四节 中国假发行业需求情况分析

第五节 我国假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 中国假发行业供需平衡分析

第七节 中国假发行业发展趋势分析

第五章 中国假发所属行业运行数据监测

第一节 中国假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 中国假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 中国假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 2018-2022年中国假发市场格局分析

第一节 中国假发行业竞争现状分析

一、中国假发行业竞争情况分析

二、中国假发行业主要品牌分析

第二节 中国假发行业集中度分析

一、中国假发行业市场集中度影响因素分析

二、中国假发行业市场集中度分析

第三节 中国假发行业存在的问题

第四节 中国假发行业解决问题的策略分析

第五节 中国假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2018-2022年中国假发行业需求特点与动态分析

第一节 中国假发行业消费市场动态情况

第二节 中国假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 假发行业成本结构分析

第四节 假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 中国假发行业价格现状分析

第六节 中国假发行业平均价格走势预测

一、中国假发行业价格影响因素

二、中国假发行业平均价格走势预测

三、中国假发行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国假发行业区域市场现状分析

第一节 中国假发行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区假发市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区假发市场规模分析

四、华东地区假发市场规模预测

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、华中地区假发市场规模分析

四、华中地区假发市场规模预测

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、华南地区假发市场规模分析

四、华南地区假发市场规模预测

第五节 华北地区假发市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区假发市场规模分析

四、华北地区假发市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区假发市场规模分析

四、东北地区假发市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区假发市场规模分析

四、西部地区假发市场规模预测

第九章2018-2022年中国假发行业竞争情况

第一节 中国假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 中国假发行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国假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 假发行业企业分析（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2022-2027年中国假发行业发展前景分析与预测

第一节 中国假发行业未来发展前景分析

- 一、假发行业国内投资环境分析
- 二、中国假发行业市场机会分析
- 三、中国假发行业投资增速预测

第二节 中国假发行业未来发展趋势预测

第三节 中国假发行业市场发展预测

- 一、中国假发行业市场规模预测
- 二、中国假发行业市场规模增速预测
- 三、中国假发行业产值规模预测
- 四、中国假发行业产值增速预测
- 五、中国假发行业供需情况预测

第四节 中国假发行业盈利走势预测

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

第十二章2022-2027年中国假发行业投资风险与营销分析

第一节 假发行业投资风险分析

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

第二节 假发行业应对策略

- 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2022-2027年中国假发行业发展战略及规划建议

第一节 中国假发行业品牌战略分析

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

第二节 中国假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 中国假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2022-2027年中国假发行业发展策略及投资建议

第一节 中国假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 中国假发行业营销渠道策略

- 一、假发行业渠道选择策略
- 二、假发行业营销策略

第三节 中国假发行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国假发行业重点投资区域分析

二、中国假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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568488.html>