

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

2021 China Medical Consumption Series: Starting from consumer demand, exploring the profitability of hair transplant institutions 2021年中国医療消費シリーズ:消費者の需要から始まり、植毛施設の収益性を探る

行业概览标签: 植发、头皮健康、脱发、碧莲盛、新生、雍禾

报告主要作者: 董嘉欣

2021/06

概要

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%



400-072-5588

目录 **CONTENTS**

\	名	词
\	植	发

|解释

- 行业市场洞察
 - 植发定义及适用人群
 - 植发机构分类
 - 消费行为影响因素分析
 - 消费者画像

◆植发行业发展现状

- 市场规模
- 机构数量与核心技术
- 地域分布
- 经营情况
- 盈利周期
- 行业乱象
- ◆植发行业发展趋势
- ◆植发行业投资风险
- ◆植发行业竞争概述
 - 中国植发行业竞争格局
 - 中国植发行业推荐企业
 - 中国连锁植发机构对比分析
- ◆方法论
- ◆法律声明

 08
 09
 10
 11
 13
 16
 17
 18
 19
 20
 21
 22
 23
 25
 27
 28
 29
 32
 35
 36

07

目录 CONTENTS

 07
 08
 09
 10
 11
 13
 16
 17
 18
 19
 20
 21
 22
 23
 25
 27
 28
 29
 32
 35

36

♦ Legal Statement

图表目录 List of Figures and Tables

图表1:	脱发病因及治疗分析	 09
图表2:	植发适用群体及风险分析	 09
图表3:	中国植发(按机构属性分)行业市场份额,2020年	 10
图表4:	植发机构主要参与者	 10
图表5:	消费者选择植发机构的参考因素,2020年	 11
图表6:	中国植发消费群体性别分布情况,2020年	 11
图表7:	消费者采取防脱措施	 12
图表8:	消费者拒绝植发因素	 12
图表9:	中国植发行业消费者群体特征分析	 13
图表10:	植发消费者线上浏览偏好分析	 14
图表11	植发消费者线下活动偏好分析	 15
图表12	中国正规植发市场规模(按销售额统计),2016-2025年预测	 17
图表13:	植发机构每年注册数量,2013-2020年	 18
图表14:	头部植发机构核心技术	 18
图表15	植发机构选址及数量分布,2021	 19
图表16:	植发行业各种费用占比,2020	 20
图表17:	植发机构毛利率,2020	 20
图表18:	营销费用流向	 20
图表19:	专家医生与普通医生对比	 21
图表20:	盈利周期	 21



图表目录 List of **Figures** and Tables

图表21:	不合规医生与正规植发医生对比	 22
图表22:	不合规机构操作流程	 22
图表22:	植发机构商业模式	 24
图表23:	连锁植发机构对比分析,2020年	 28
图表24:	雍禾主要业务	 29
图表25:	新生主要业务	 30
图表26:	碧莲盛主要业务	 31
图表27:	雍禾门店布局情况,2021年	 32
图表28:	新生门店布局情况,2021年	 32
图表29:	碧莲盛门店布局情况,2021年	 32
图表30:	消费者关注因素与植发机构实力匹配	 33
图表31:	消费者关注因素与植发医生资质匹配	 33
图表32:	三家植发机构总部的风险对比,2021	 34
图表32:	三家植发机构分院的风险对比,2021	 34

名词解释

- □ **TGI指数:** Target Group Index,是反映目标群体在特定研究范围(如地理区域、人口统计领域、媒体受众、产品消费者)的强势或弱势的指数,TGI指数= [目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100
- □ **FUT:** Follicle Unit Transplant, 疤痕植发技术
- □ FUE: Follicular Unit Extraction, 无痕植发技术
- □ 羊群效应: The Effect of Sheep Flock,描述经济个体的从众跟风心理
- □ SHT植发技术: Scarless Hair Transplant, 是一种精密快速无痕的先进种植技术
- □ NHT: No Haircut Technology, 不剃发植发技术

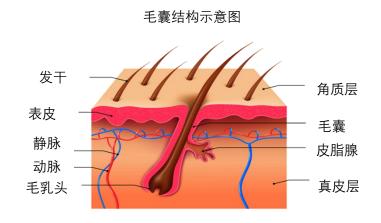
01 植发行业市场洞察

- 雄性激素是造成脱发的主要原因,植发是通过后枕部不会受到激素影响的毛囊移植到前面的脱发区域,新长出的毛发不会因为激素原因再次脱落
- 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,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

中国植发行业市场洞察——植发定义及适用人群

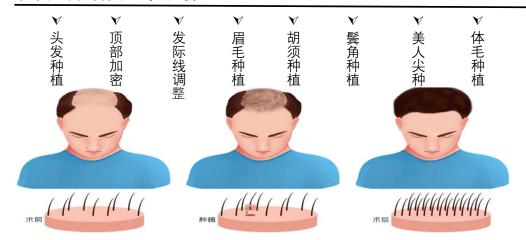
雄性激素是造成脱发的主要原因,植发是通过后枕部不会受到激素影响的毛囊移植到前面的脱发区域, 新长出的毛发就不会因为激素原因再次脱落

脱发病因及治疗分析



- □ 毛囊是由皮脂腺、毛乳头等组成、毛乳头是毛发的根部。在植发手术中、一般 会将皮脂腺清理掉, 所以很多植发后的患者会感觉到植发区的毛囊出油减少
- □ **雄性激素是造成脱发的主要原因:** 头皮中的毛囊、皮脂腺是雄性激素的靶向器 官,雄性激素在 5α -还原酶的促进下,转化成双氢睾酮,导致毛囊坏死。头顶、 发际线部位的5q-还原酶的活性和双氢睾酮高干其他部位,更容易脱发
- □ **植发,又称毛发移植手术**,手术过程包括将头部后方的毛囊用毛囊提取器取出, 再将头部无毛或毛发稀少区域的皮脂腺清理,取出的毛囊移植到空出的皮脂腺 区域

植发适用群体及风险分析

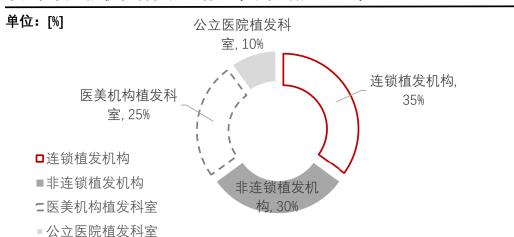


- □ **潜在需求人群:** 脱发根据不同的脱落程度分为7个级别, 一般1级和7级是不能 够种植的, 1级不需要进行植发, 7级一般自身毛囊不充足
- □ **术前检测**: 毛囊检测与血液检测是植术前必要的检测, 其中毛囊检测判定患者 脱落的程度,达到稳定程度可以进行种植;血液检测可以判定患者是否有血液 传染疾病
- □ 植发结果: 由于后枕部毛囊不受激素的影响, 植发把后枕部毛囊移植到前面的 脱发区域、新长出的毛发将不会因为激素原因再次脱落
- □ 植发风险: 包括毛囊感染、大量出血、死亡及明显的瘢痕

中国植发行业市场洞察——植发机构分类

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,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

中国植发(按机构属性分)行业市场份额,2020年



植发机构主要参与者

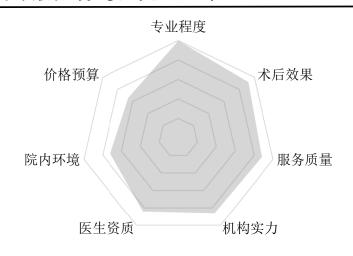
类别	优势	劣势	营销手段
公立医院植发科室	安全性高价格公开透明医生具有执业资格	• 缺少售后服务	禁止
医美机构植发科室	• 售后服务有保障	• 专业性不强、价格高	• 线上及线下广告 投放, 加大宣传
连锁植发机构	售后服务有保障医生专业	成立门槛高服务价格高盈利周期较长	• 与医美中介合作转化客户资源
非连锁植发机构	对医生资质要求低资金投入小价格优势	• 质量、售后难以保证	个人口碑营销与美容机构合作营销

- □ 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。医美机构可以将客户转化。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。所以市场占有率也高于公立医院
- □ 公立医院治疗脱发以非手术治疗为主,加之受公立医院手术资源限制,较少进行植发手术,公立医院植发科逐渐退出植发市场: (1)公立医院无法进行营销宣传,缺少植发消费者。公立医院由于政策限制,在营销方面难以进行较大投入,消费者接受的植发信息多是来自于民营医疗机构与医疗美容机构; (2)公立医院缺乏售后服务。根据医疗美容行业特性,消费者需要及时有针对的术后服务。公立医院医生不能保证时刻跟踪患者状况进行反馈,导致市场流失; (3)公立医院医生紧张,植发消费者需要提前半年至一年左右开始预约,并不能迅速满足消费者需求

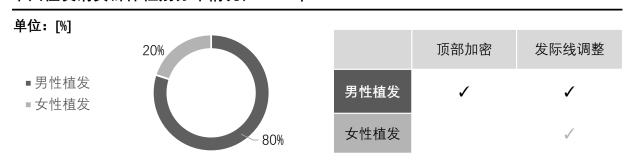
中国植发行业市场洞察——消费行为影响因素分析(1/2)

植发作为医疗美容的细分行业,消费者是驱动行业发展,推动植发机构盈利的重要因素,植发机构根据消费者意愿更应该关注医生队伍建设

消费者选择植发机构的参考因素,2020年



中国植发消费群体性别分布情况,2020年



来源:专家访谈,头豹研究院



头豹洞察

- □ 植发是医疗美容行业的细分行业,消费者是驱动行业发展的重要因素,推动植发机构盈利的重要因素
- □ 从消费者意愿来看,植发作为消费者脱发治疗的最终选择,植 发机构的专业程度和术后效果是影响消费者选择的最主要因素, 其中术后效果直观表现为毛囊成活率、美观程度及消费者预期 等,消费者可以从植发机构过往案例及医疗美容中介平台获取 相关信息
- □ 医生资质与消费者关注的术后效果、机构专业度直接相关,所以植发机构应该着重宣传医生资质。医生资质是衡量植发机构 是否值得投资的重要因素。植发机构在医美平台或社交媒体大量投放术后反馈以及成功案例,加强消费者选择植发的意愿。
- □ 从群体需求来看,植发消费者群体具有明显的性别及年龄特征。数据显示,中国国男性的脱发患病率约为21.3% ,女性患病率约为6.0%,男性消费者植发需求高于女性。男性消费者是植发消费主力,市场占比80%,大多属于80后与90后,年龄在25-35岁之间,多从事于IT、金融等行业,多选择头发顶部加密及发际线调整两种手术

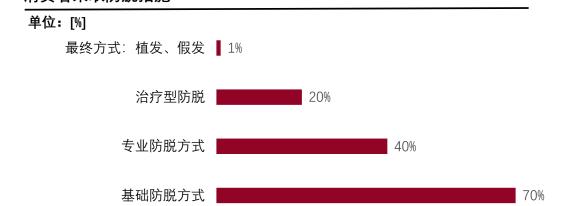
中国植发行业市场洞察——消费行为影响因素分析(2/2)

针对有植发意愿的消费者,植发机构通过打折促销及多次消费绑定方式,降低单次服务费用,吸引消费者;针对没有植发意愿的消费者,植发机构通过销售防脱产品、提供养发服务等方式增加业务收入

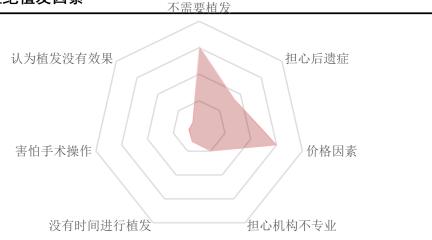
消费者采取防脱措施



消费者采取防脱措施



消费者拒绝植发因素



- □ 消费者调查显示,消费者拒绝植发的原因主要包括不需要植发、价格昂贵及担心后遗症风险
- □ 针对需要植发的消费者,影响其选择植发的主要因素有植发后遗症及价格因素。 植发机构通过打折促销及多次消费绑定方式,降低单次服务费用,吸引消费者, 扩大植发机构营收,此外植发机构应注重提升医生资质,获取消费者认可



中国植发行业市场洞察——消费者画像(1/3)

消费者习惯决定了消费者的植发意愿,植发机构根据消费者画像推送更有针对性信息,有利于减少植发机构营销效率,扩大植发机构利润

中国植发行业消费者群体特征分析 (1)

○ 弱 ● 强		基本信息 			与脱发问题和植发意愿相关的因素		
与(1)关联性强与(1)关联性弱	平均年龄	月收入	行业/企业	恒久按文任反	脱发严重程度	工作强度	消费习惯
消费者群体A	35岁	10,000元	制造、互联网	● 过往进行过植发	发际线后移	上下班时间不规律, 经常加班,并且长 期驻外、频繁出差	喜欢网络内容、喜
消费者群体B	37岁	9,000元	贸易、金融业	● 植发意愿较高,正处 于考虑阶段	兼有	上下班时间规律, 加班不频繁	
消费者群体C	40岁	7,000元	事业单位	植发意愿低,尚未有 植发想法	页部脱发	上下班时间规律, 加班较少	喜欢购买生活必需 品如生鲜食品类、 家居百货类、服饰 鞋帽类

- □ <mark>根据调查显示,工作强度与脱发问题直接相关。</mark>工作强度影响消费者作息时间,作息紊乱影响消费者激素水平,导致消费者脱发。消费者群体A与B属于有常加班人群, 伴随发生发际线后移和顶部脱发症状
- □ 消费习惯决定消费者的植发意愿: 消费者群体A与B经济水平较好,可以负担植发费用,年龄在35岁左右,根据消费习惯,该类人群对于生活品质与外貌有较高要求,属于潜在植发消费群体

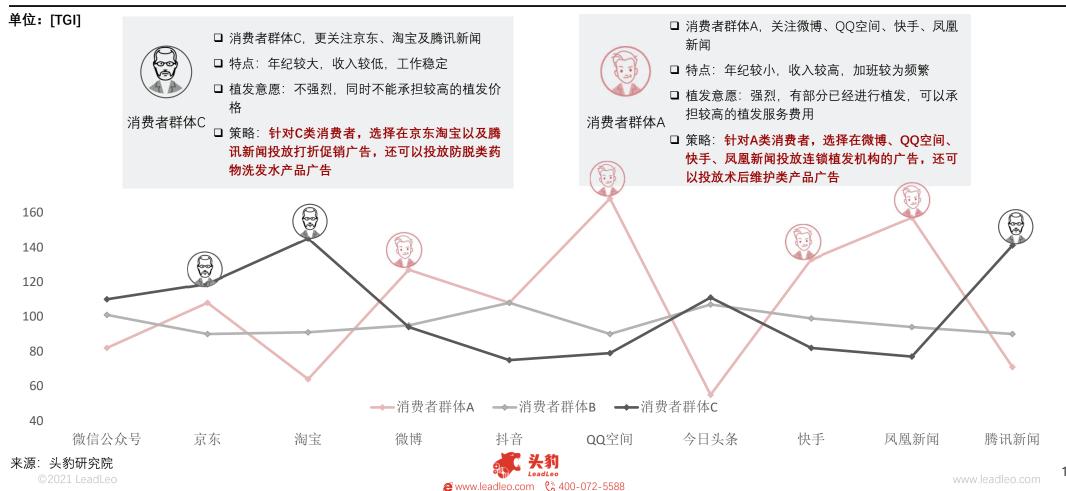
<u>注:(1)消费者群体TGI:均大于100,代表该类用户对脱发问题的关注程度高于整体水平;(2)植发接受程度:根据消费者样本意愿,将消费者分为三个群体</u>



中国植发行业市场洞察——消费者画像(2/3)

植发机构针对消费者群体A选择在社交软件投放植发广告,针对消费者群体C在电商平台投放打折促销植发机构的广告,同时可以投放防脱类药物洗发水产品的广告

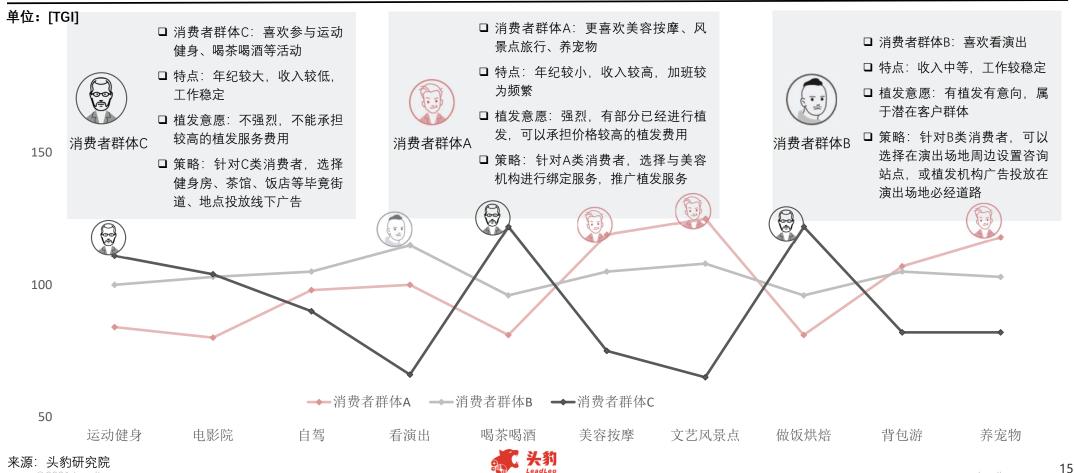
植发消费者线上浏览偏好分析



中国植发行业市场洞察——消费者画像(3/3)

植发机构针对消费者群体A选择在美容机构进行线下营销,针对消费者群体B选择在娱乐场所附近进行营 销,针对消费者C在饭店附近进行营销

植发消费者线下活动偏好分析



@ www.leadleo.com **%** 400-072-5588

02

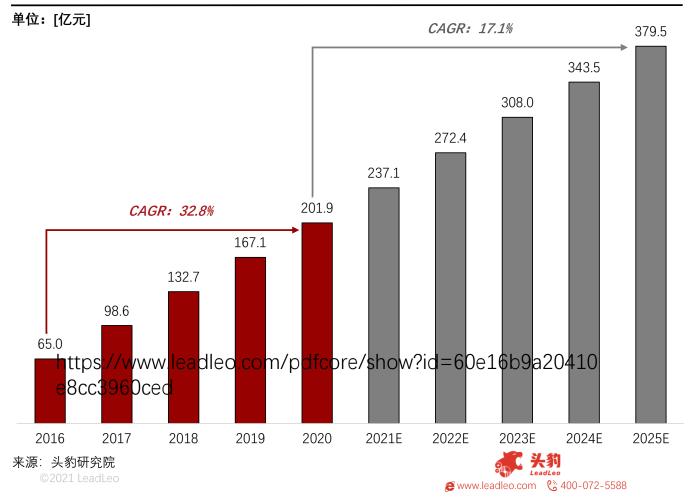
植发行业发展现状

- 按销售额统计,2020年正规植发市场终端销售额达到201.9亿元, 2016-2020年复合增长率是32.8%;2020-2025年复合增长率预计 为17.1%,2025年预计市场规模达到379.5亿
- 2015年后,年新注册植发机构数量均大于100家,增速达到71.6%, 植发机构数量持续快速增长,同时雍禾、碧莲盛、新生、大麦四 大头部连锁植发机构开始商业版图扩张
- 现阶段,广东、江苏及陕西三省植发机构数量居于全国前三,由于植发属于非必需消费服务,且价格较高,植发机构应参考地方人口数量与经济水平等因素,合理化布局
- 植发行业营销成本占比30%,在各类成本支出中占比最高,其中线上营销的成功率约70%,显著高于线下营销,因此植发机构多采取线上营销

中国植发行业发展现状——市场规模

按销售额统计,2020年正规植发市场终端销售额达到201.9亿元,2016-2020年复合增长率是32.8%;2020-2025年复合增长率预计为17.1%,2025年预计市场规模达到379.5亿

中国正规植发市场规模(按销售额统计),2016-2025年预测



头豹洞察

- □ 根据国家卫健委脱发人群调查,中国脱发率在17%左右,脱发人群已超过2,5亿人次,脱发日趋年轻化,脱发群体数量不断扩大,促进植发服务需求增长
- □ 根据人口总量、脱发率、植发渗透率及平均植发手术单价等因素,综合计算得2020年中国正规植发市场终端销售额为201.9亿元,2016-2020年复合增长率是32.8%,植发行业保持快速增长
- □ 随着植发机构营销力度加大及植发技术不断进步,植发市场认可度提高,假设植发市场渗透率以每年0.1%的速度逐步提高,预计2025年正规植发市场规模达到379.5亿,2020-2025年复合增长率预计为17.1%

中国植发行业发展现状——机构数量与核心技术

自2015年中国植发行业进入快速发展期,新增植发机构年均增长大于100家,同时植发技术趋于精准化, FUT、FUE发展成为主流技术

植发机构每年注册数量,2013-2020年



头部植发机构核心技术

技	操作方法	使用设备	缺陷
FU	从后脑部分取下事先计划的需要切取的 「头皮,再把头皮条按毛囊单位的自然生 长方向进行分离,移植到植发区域	 专业精细化器	医生切取头皮时,切口太深会伤及头部,切口太浅则不能取到完整毛囊瘢痕无法完全隐藏
FU	医生使用高倍显微镜和专业植发器材提 取患者后枕部健康毛囊,经人工培育后 种植到患者植发区,创伤小、风险低	显微游离设备	需要操作经验丰富的医生, 确保毛囊在手术过程中没有 损伤价格更为昂贵

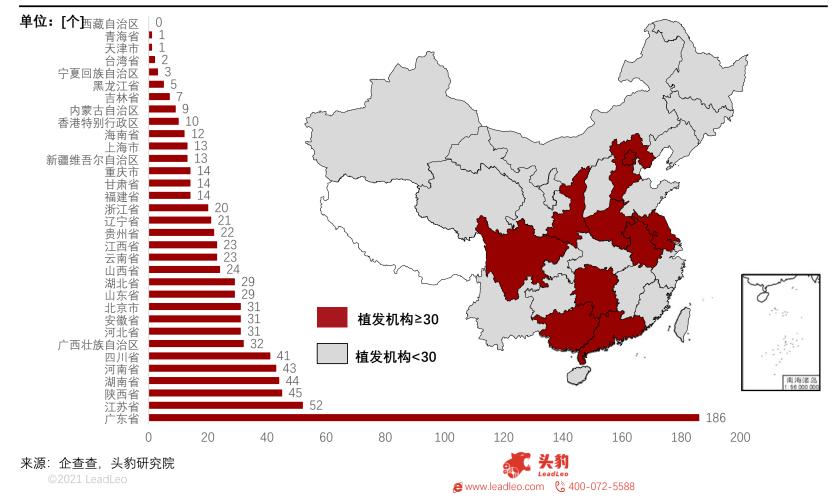
- □ 从机构数量来看,中国植发行业进入快速发展期: 2015年后,年新注册植发机构数量均大于100家,增速达到71.6%,植发机构数量持续快速增长,同时雍禾、碧莲盛、新生、大麦四大头部连锁植发机构开始商业版图扩张
- □ <mark>从植发技术及器械来看,主流植发技术有FUT、FUE两种</mark>,手术工具有宝石刀、 - 种植笔、种植针三种,其中宝石刀是外科医生常用工具,种植笔、种植针则是 毛发移植专用工具
- □ 提取种植是植发手术的关键,通常器械直径代表其精确度,器械越精密,毛囊提取越精确,恢复速度加快。传统FUE植发技术采用直径1.0mm的器,普通FUE植发技术采用直径为0.8-1.0mm的器械,加密技术的FUE口径可以达到0.6mm,器械直径越小,精确度越高,但并非所有的毛囊都适合用精细的直径进行提取,需根据实际情况进行选择

来源:企查查,头豹研究院

中国植发行业发展现状——区域分布

现阶段, 广东、江苏及陕西三省植发机构数量居于全国前三, 由于植发属于非必需消费服务, 且价格较高, 植发机构应参考地方人口数量与经济水平等因素, 合理化布局

植发机构选址及数量分布,2021



分析师观点

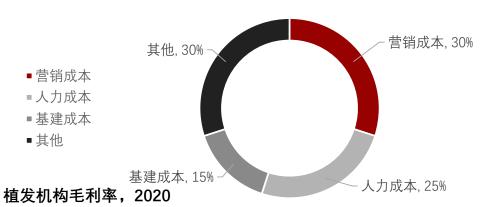
- □ 根据2021年植发机构数量级分布情况,广东、江苏及陕西三省植发机构数量居于全国前三: 广东省植发相关企业数量186家,占全国总量22%,植发数量数量排全国第一; 江苏省植发相关企业52家,占全国总量6.2%,位居全国第二; 陕西省以45家植发相关企业数量位居第三, 占全国总量5.3%
- □由于植发不属于必需消费品, 且一次植发平均价格在25,000 元,因此地方经济收入水平 将直接影响消费者植发意愿, 因此植发企业布局应该参考 地方人口数量与经济水平, 合理化布局

中国植发行业发展现状——经营现状

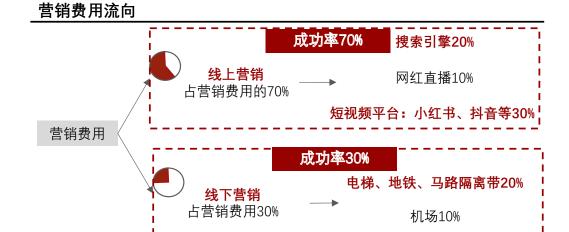
植发行业营销成本占比30%,在各类成本支出中占比最高,其中线上营销的成功率约70%,显著高于线下营销,因此线上营销是植发机构的主要营销手段

植发行业各种费用占比,2020

单位: [%]



植发机构	毛利率
连锁植发机构	20%-30%
非连锁植发机构	-
医美机构植发科室	30%-40%
公立医院植发科室	50%-70%

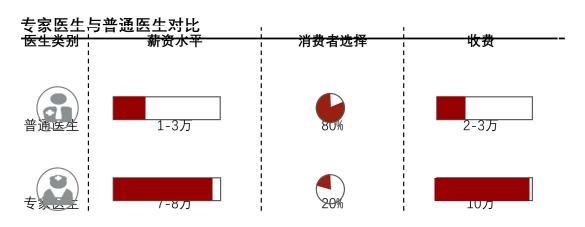


- □ 植发行业营销成本占比30%,在各类成本支出中占比最高:由于营销费用支出高,连锁植发机构毛利率低于医美机构植发科室和公立医院植发科室,其中公立医院由于政策限制不能进行营销,节省营销成本,毛利率较高,为50%-70%
- □ 线上营销成功率在70%,远高于线下营销成功率: 受益于大数据技术发展, 植发相关内容在线上实现精准投放,极大地提高了线上营销成功率
- □ **此外,植发机构还通过网红效应,扩大客源**: 碧莲盛给网红提供较低折扣的植发手术,通过网红发布反馈引发羊群效应,促进粉丝消费



中国植发行业发展现状——盈利周期

在建设初期,人力成本及基建成本是植发机构的主要支出,非连锁植发机构资金压力较大;通常人员、设备等资源配置较好的植发机构5-7个月可实现盈利



植发机构盈利周期



来源:专家访谈,头豹研究院

头豹洞察

- □ 从消费者角度来看,医生专业性是影响消费者选择的重要因素,但医生专业性越高,手术收费标准更高,因此消费能力也将影响消费者选择。通常专家医生手术费用远高于普通医生,单合手术平均收费为10万元左右,根据植发消费者调查,80%的消费者会选择普通医生操作植发手术,仅20%的消费者选择专家医生进行手术
- □ 在植发机构方面,人力成本支出占总成本支出25%,医生薪资是植发机构经营中主要的人力成本支出。通常医生的薪资状况与手术数量、收费标准相关。普通医生月均收入1-3万元,手术数量越多,薪资越高;专家医生固定薪资5-7万元,远高于普通医生

头豹洞察

- □ 在建设初期,植发机构基本处于亏损状态,需要大量资金投入,用于搭建 人才队伍、购置医疗设备及开展营销推广,**非连锁植发机构资金压力较大,** 行业门槛较高
- □ 通常在合理评估地方消费水平及植发需求背景下, 配备专业的医生与管理 团队的连锁植发机构5-7个月可实现盈利,人员及设备配置不足的植发机构则需要2-3年才能实现盈利
- □ 因此,植发机构在各地区开设植发连锁店时,医生及管理人才储备、设备 配置跟不上业务发展速度,将会导致新设植发门店盈利周期拉长



中国植发行业发展现状——行业乱象

植发市场处于快速发展时期,不合规现象与不合规机构会影响植发市场的良性竞争,不合规医生会影响消费者体验,规范化有助于促进植发行业良性发展

不合规医生与正规植发医生对比







不合规机构操作流程

- □ 超范围经营: 营业执照与实际经营业务不一致
 - □ **经营场所卫生状况、设备不合格:** 手术室没有经过消毒,医生自行 调配麻药,毛囊提取器不合规等
 - □ **植发价格不透明**: 根据患者经济 状况进行收费调整
 - □ 手术不合规可能会导, 致消费者 呕吐、晕厥, 甚至死亡

来源: 头豹研究院 ©2021 LeadLeo



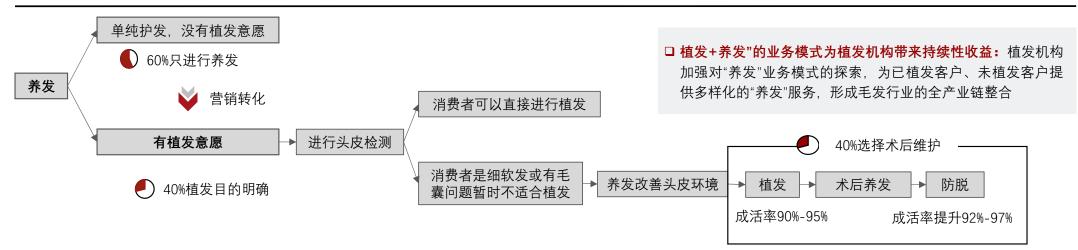
03 植发行业发展趋势

• "植发+养发"的业务模式为植发机构带来持续性收益,养发服务的价格根据项目和时间周期有波动,植发按照一个毛囊的价格收费,一个毛囊单价10-60元不等,价格与操作医生密切相关

中国植发行业发展趋势——养植一体化发展

"植发+养发"的业务模式为植发机构带来持续性收益,养发服务的价格根据项目和时间周期有波动,植发按照一个毛囊的价格收费,一个毛囊单价10-60元不等,价格与操作医生密切相关

植发机构商业模式



	项目	平均价格(元)
	基础养发	200-300
养发	Ⅱ 养发+改善毛囊去除炎症	1000
	Ⅲ养发+改善毛囊去除炎症+防脱护理	1500-2000
	普通植发	20,000-30,000
植发	专家植发	100, 000

- □ 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
- □ 植发按照一个毛囊的价格收费,一个毛囊单价10-60元不等,价格与操作医生密切相关。由于每个人毛囊状况不一致,医生提取毛囊会影响到毛囊的完整性,如果提取的毛囊不够完整,将会导致毛囊的死亡,从而植发手术失败。操作医生将毛囊种植到毛发稀少区域时,毛囊分布均匀程度也会成为手术难点之一,所以专家操作植发手术时,收费远高于普通医生



04 植发行业投资风险

• 由于植发行业存在非合规经营、虚假宣传等乱象,在行业监管趋严的背景下,投资植发行业相关企业需要关注其经营风险、法律风险及市场风险

中国植发行业投资风险

由于植发行业存在非合规经营、虚假宣传等乱象,在行业监管趋严的背景下,投资植发行业相关企业需要关注其经营风险、法律风险及市场风险

中国植发行业投资风险

□ **经营风险:** 中国正在加强医美行业的市场监管,并对植发机构及医疗美容机构进行抽样监管,出现超范围经营、租借医疗机构仪器设备等非合规经营情况,将进行处罚

经营风险



非合规手段参与经营:

非连锁植发机构缺少资金或技术力量,难以取得专业植发牌照,若通过非合规手段(如申请纹眉等牌照跨范围经营等)进行植发手术,存在较大经营风险

法律风险

-(

行业监管与民间纠纷:

- 广告法律纠纷: 违反《医疗广告管理 办法》, 使用过度、绝对化词语美化 植发效果, 将受到行政处罚
- 卫生行政管理:若植发器械消毒灭菌操作未执行《消毒管理办法》,将受到行政处罚

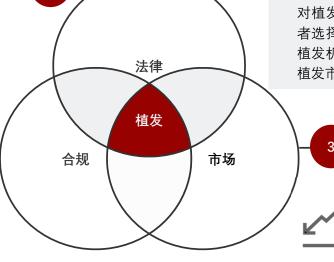
□ 其他法律风险: 植发养发相关企业中,超130家相关企业(含连锁植发机构)曾产生行政处罚,其中约30%的案涉及买卖合同纠纷,8家植发机构被列为失信执行人,此外因消费者对植发术后效果不满意,对植发机构提起上诉,形成民间纠纷是其法律风险之一

□ 市场风险: 植发行业属于竞争市场较为稳定的行业,舆论会对植发机构构成市场风险。术后效果及消费者反馈对于消费者选择影响较大,进而对整个植发行业造成不良影响。连锁植发机构会选择及时控制舆情,减少负面反馈的发生,维持植发市场的稳定发展

市场风险

行业加速扩展及整合:

- 连锁植发机构市场占比35%, 占据植发市场最大份额, 非连锁植发机构市场占据约30%市场份额, 连锁植发机构扩张将加剧行业内竞争
- 由于行业监管趋严,非连锁植发机构法律风险 较大,竞争优势逐渐下降,当前连锁植发机构 市场风险较小



来源: 头豹研究院 ©2021 LeadLed



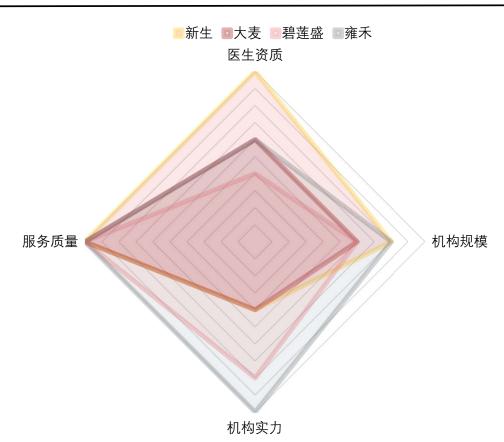
05 植发行业竞争概述

- 对比新生、大麦、碧莲盛、雍禾四家连锁植发机构,新生具有医生优势,雍禾更具有机构实力,雍禾与新生综合实力较强
- 雍禾是中国植发行业的开创者和领路人,是中国唯一拥有植发技术自主知识产权的植发机构
- 新生是一家集毛发种植与养护为一体的现代化专业医疗植发机构, 新生自主研发3D植发技术,比传统植发技术移植发量多20%左右
- 碧莲盛是由国内外多家实力雄厚的公司共同投资创建的大型国际集团公司,碧莲盛植发医院逐步布局海外,发展"养植一体"的业务模式

中国植发行业竞争格局

对比新生、大麦、碧莲盛、雍禾四家连锁植发机构,新生具有医生优势,雍禾更具有机构实力,雍禾与新生综合实力较强

连锁植发机构对比分析,2020年



分析师观点

- □ 由竞争格局来看,新生的医生资质排名第一,雍禾的机构实力排名第一。同时, 雍禾和新生的机构规模都位列第一,所以新生和雍禾的综合实力最强
- □ 根据消费者意愿调查,植发消费者更关注术后效果与机构专业度,由于医生资质与术后效果、机构专业度直接相关,因此以医生资质成为衡量植发机构专业程度的重要指标
- □ 提高服务质量有助于建立品牌信任,所以服务质量成为衡量植发机构的重要竞争因素。植发手术恢复期长,手术当天可初步呈现植发效果的10%-20%,但术后15-30天内,种植的毛发将逐步脱落,需3-6个月重新生长,一年时间才能达到最理想的效果。在这一年时间内,植发消费者情绪会受到严重影响,植发机构的术后跟踪服务将发挥重要作用。植发机构根据植发恢复周期的阶段性特征,为植发消费者提供心理疏导、术后注意事项提醒等服务,可有效提升用户的植发体验度,建立植发机构信任程度
- □ 机构实力影响植发消费者的信任感,因此机构实力成为衡量植发机构的重要竞争因素。根据调查,消费者更加关注机构背景及权威机构背书,若植发机构拥有三甲医院或是基金公司背书,在消费者初次接触植发时会增加消费者的信任感,从而选择该机构进行植发手术
- □ 机构规模会影响机构的盈利能力,所以机构规模成为衡量植发机构的又一竞争 因素。机构规模越大,连锁门店越多,消费者选择可能性更高,同时植发机构 在产业链中地位更高,成本降低、植发收费降低、吸引更多消费者



中国植发行业推荐企业——雍禾

北京雍禾植发有限公司是中国植发行业的开创者和领路人,是中国唯一拥有植发技术自主知识产权的植发机构

雍禾

主要业务 企业介绍 HARVARD Svenson 0 企业名称: 北京雍禾医疗投资管理有限公司 哈发达 成立时间: 2015-09-30 脱发门诊 药物治疗 史云逊健发中心 哈发达假发研究中心 雍禾植发 总部地址: 北京市 致力干植发技术的 由国内三甲医院坐 针对患者情况提供 拥有国际资深发理 基干美学设计原理. 创新研发. 为患者 诊. 提供专业的毛 药物治疗方案. 达 学科研成就和丰富 为消费者量头定制 经营范围: 商务服务业 发医学诊断 到牛发效果 的健发经验 提供真实有效的执 自然舒适真实美观 的假发产品 注册资金: 法医疗服务 1.428.6万人民币

- □ 北京雍禾植发有限公司创建于1999年,是中国植发行业的开创者和领路人,是中国唯一拥有植发技术自主知识产权的植发机构,也是国内唯一通过国际标准化组织ISO9001: 2008权威认证的植发机构。自1999年至今,雍禾植发具备四项,国内植发行业无法模仿和复制的专业素质
- □ 2002年,雍禾植发率先引进FUE植发技术,把国内植发行业带入了不开刀的无痕植发时代。根据FUE植发技术缺陷,雍禾植发自主研发出最适合亚洲人毛囊特征的FUE-APL1.0无痕植发技术
- □ 2010年10月, FUE-APL1.0无痕植发技术,通过了国际标准化组织ISO9001: 2008的权威认证。从此,中国终于有了达到国际先进水平的植发技术,中国的植发技术也终于与国际接轨
- □ 雍禾植发目前所使用的FUE-APL1.0无痕植发技术、LATTICE点阵加密无痕植发技术、UHE微米级无痕植眉技术、PRP植发技术,都拥有自主知识产权。雍禾是国内从植发方法到手术器械等各领域均拥有自主知识产权的植发机构

来源:企业官网,头豹研究院

©2021 LeadLed



中国植发行业推荐企业——新生

新生医疗美容集团是一家集毛发种植、毛发养护为一体的现代化专业医疗植发机构,新生植发自主研发 3D植发技术,可实现比传统植发技术移植的发量多20%左右

新生

企业介绍 企业名称: 新生医疗美容集团有限公司 成立时间: 2016-03-25 总部地址: 江苏省 经营范围: 商务服务业 注册资金: 10,000万元人民币

□ 新生医疗集团是一家集毛发种植、毛发养护为一体的现代化专业医疗植发机构,注册资金5,000万人民币,总部位于江苏省南京市,致力于医疗美容服务;美容信息咨询、培训服务;生活美容;医院管理投资;医学研究与试验发展;毛发种植临床手术实施、毛发种植技术研究、植发仪器产品设备研发、养发生发产品研发、头皮养护管理及毛发健康知识教育传播等医疗服务

来源:企业官网,头豹研究院

©2021 LeadLeo

主要业务

	技术手段	产品展示
3D植发技术	使用专利精密仪进行毛囊提取,经高精显微仪进行分离,获取更 多的多胚毛囊单位,可实现比传统植发技术发量多20%左右	
TDDP毛发种植体系	全方位毛发养护管理体系	
ARTASS植发机器人	使用机器人代替人工长时间操作,植发效果较好	
OS毛发种植体系	不剃发提取种植,恢复时间短	
养发	精准头皮检测、专业头皮按摩、深层水氧仪祛角质层、负氧离子 蒸汽润泽、微针生发养护液倒入、红外线柔光生发	



中国植发行业推荐企业——碧莲盛

碧莲盛集团是由国内外多家实力雄厚的公司共同投资创建的大型国际集团公司, 碧莲盛植发医院逐步布局海外, 发展"养植一体"的业务模式

碧莲盛

企业名称: 北京碧莲盛医疗美容门诊部有限责任公司 成立时间: 2005-11-22 总部地址: 北京市 经营范围: 商务服务业 注册资金: 1,062.5万元人民币

□ 碧莲盛集团是由国内外多家实力雄厚的公司共同投资创建的大型国际集团公司,公司业务涉及投资、证券、股票、互联网、咨询顾问、植发医院等众多领域,旗下拥有"碧莲盛植发医院"、"步步莲盛"等国内知名企业。碧莲盛目前已经拥有10余家连锁分店。在未来,碧莲盛在中国将有超过20家植发医院,并且将积极拓展美国、韩国、日本等海外市场,努力成为世界知名的大型植发连锁企业。

来源:企业官网,头豹研究院

©2021 LeadLed

主要业务

	技术手段	平均价格(元)
SHT	SHT无痕植发技术,是应用显微外科技术来提取后枕部位的毛囊组织,经 仔细加工培养后,利用精细微针种植笔,将提取分离好的毛囊,按照自然 的头发生长方向艺术化地移植于患者脱发部位。	12元一个单位
BHT2.0	BHT2.0多维高密植发,是SHT微针植发的进阶版本,手术采用点对点式的种植方式,准确度大大提高,而且同等面积的种植量要高于SHT技术,术后效果接近脱发前自然状态	15元一个单位
NHT	NHT不剃发植发技术,医生在植发过程中提取、种植的,都是毛干达到 8cm的长发,省去剃发环节,所以植发术后即刻就能看到效果	60元一个单位
养发	药物理疗 物理治疗 中医康养 美塑疗法	200-300元每月 100,0元每月 100,0元每月 158,0元每月

- □ SHT植发技术,是无疤痕毛发移植,器械只有0.8mm口径,采用震荡式技术提取毛囊,由于口径小对后枕部皮肤损伤更小,还能根据每个人原生毛发生长角度和深度进行种植
- □ BHT2.0的器械口径精细到0.6mm
- □ BHT2.0相比SHT更能精细到每一个毛囊的种植,该技术进一步避免了植发手术过程中毛囊损伤和漏种,采用的是电动提取毛囊机旋转提取,增加了数字监控系统,对毛囊伤害小,成活率更高,效果更加自然



中国连锁植发机构对比分析——门店布局

在医院规模方面,雍禾>新生>碧莲盛,其中雍禾分布范围更广,集中于一线和新一线城市;碧莲盛布局更为均衡,集中于沿海经济带;新生逐步向中部地区聚拢



新生门店布局情况,2021年

碧莲盛门店布局情况,2021年



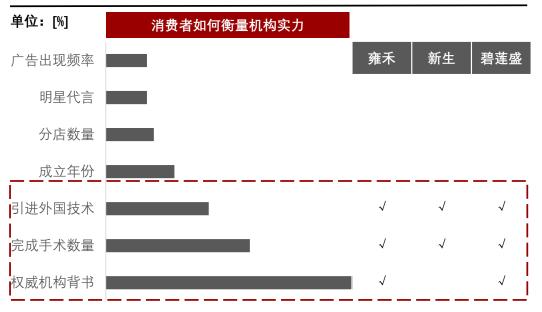
- □ 在医院规模方面,雍禾>新生>碧莲盛: 截至2021年,雍禾50城51院,新生42城43院,碧莲盛17城33院
- □ <mark>在扩张路线方面,雍禾、新生及碧莲盛存在较大差异</mark>: 雍禾分布范围更广,集中在一线及新一线城市; 碧莲盛布局更为均衡,集中分布于沿海经济带; 新生逐步向中部 地区聚拢
- □ **植发机构分布地区越分散,规模效应越小,反之规模效应越大:**对比三家植发机构,新生选址较为合适,可以率先抢占中部资源,形成规模效应



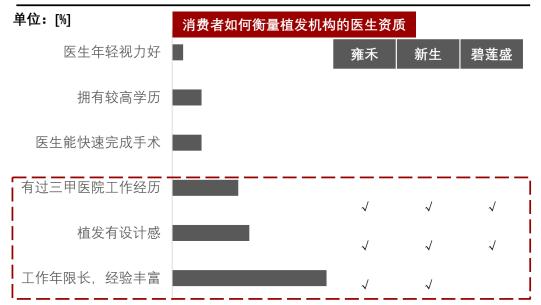
中国连锁植发机构对比分析——综合实力

对比雍禾、新生及碧莲盛三家植发机构,雍禾和碧莲盛具有权威机构背书,雍禾和新生的医生资源优势更明显。

消费者关注因素与植发机构实力匹配



消费者关注因素与植发机构医生资质匹配



- □ 在机构实力方面,消费者更关注权威机构背书、机构累计完成植发手术数量、先进技术引进情况。对比三家植发机构,雍禾和碧莲盛具有权威机构背书,中信产业基金 投资雍禾,华盖医疗投资碧莲盛,更具市场竞争优势
- □ 在医生资质方面,消费者更关注医生工作年限、手术经验、植发手术设计感。对比三家植发机构,雍禾拥有三位权威医生,新生拥有五位权威医生,雍禾和新生可能更容易获得消费者认可

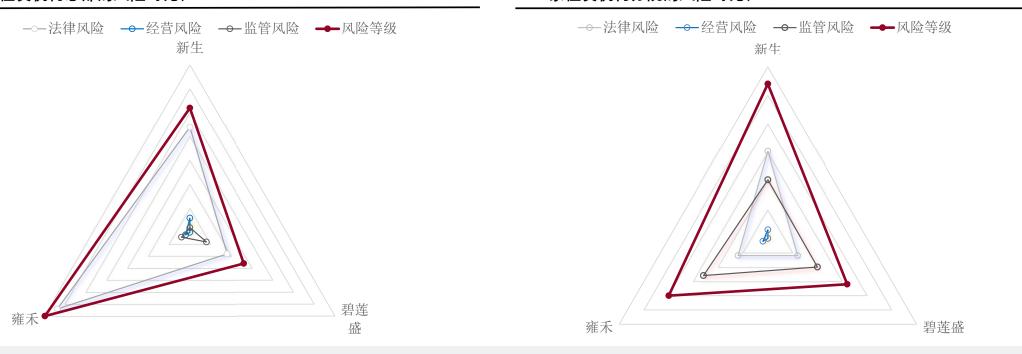


中国连锁植发机构对比分析——风险扫描

对比三家植发机构,碧莲盛的风险控制能力最强;针对植发机构总部,碧莲盛的风险最低,新生的风险适中,雍禾的风险最高;针对植发机构分院,碧莲盛的风险最低,雍禾的风险适中,新生的风险最高

三家植发机构总部的风险对比,2021

三家植发机构分院的风险对比,2021



- □ 对比三家植发机构总部经营情况,碧莲盛的风险最低,新生的风险适中,雍禾的风险最高:针对各家植发机构总部,法律风险均是最高,所以植发机构要警惕减少合同 纠纷状况的发生
- □ 对比三家植发机构分院经营情况,碧莲盛的风险最低,雍禾的风险适中,新生的风险最高:针对各家植发机构分院,雍禾需要降低监管风险,减少行政处罚状况的发生,新生需要降低法律风险,减少合同纠纷状况的发生



方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场,深入研究10大行业,54个垂直行业的市场变化,已经积累了近50万行业研究样本,完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境,从医疗器械、医疗服务、医疗美容领域着手,研究内容覆盖整个行业的发展周期,伴随着行业中企业的创立,发展,扩张,到企业走向上市及上市后的成熟期,研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式,企业的商业模式和运营模式,以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法,采用自主研发的算法,结合行业交叉的大数据,以多元化的调研方法,挖掘定量数据背后的逻辑,分析定性内容背后的观点,客观和真实地阐述行业的现状,前瞻性地预测行业未来的发展趋势,在研究院的每一份研究报告中,完整地呈现行业的过去,现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向,报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入,保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究,砥砺前行的宗旨,从战略的角度分析行业,从执行的层面阅读行业,为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。



法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有,未经书面许可,任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的,需在 允许的范围内使用,并注明出处为"头豹研究院",且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力,保证报告数据均来自合法合规渠道,观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解,本报告不受任何第三 方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考,不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放,并仅为提供信息而发放,概不构成任何广告。在法律许可的情况下,头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料,头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断,过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期,头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时,头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改,读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

