

# 太“秃然”！ 宁波年轻人脱发消费力居全国第四

记者 黎莉



## 核心提示

12月13日，雍禾医疗正式登陆港交所，首日开盘后高冲，当天大涨7%。这个新股受到较高的关注度，是因其坐拥龙头地位所处的赛道“植发”，如今可是个热门话题。雍禾医疗也被调侃成是凭借“脱发者”们的前赴后继，进入资本圈的。在其招股阶段关于植发行业暴利的新闻，一度冲上热搜。

记者发现，如今“脱发”经济崛起力量强大，不仅客单价高，消费者中甚至不乏95后的年轻人。去年，全国一、二线城市年轻人在线上消费脱发药物占比提升度排名中，宁波竟然排名第四。

## “早秃”成一亿多年轻人的心病

一瓶生姜洗发露、一瓶米诺地尔酊生发洗发水，这是今年“双11”宁波姑娘乐茗采购清单上最看重的两样东西。尽管是个95后，但她已经有一年多的“发量焦虑”。因为天生发量少，再加上有熬夜工作的习惯，这两年眼见着自己的头发快速“弃城而去”，实在是有点握不牢了。按她自己的话说，“每次洗头的时候，手上都能抓下一把来，看着都心慌。”

因为短时间里无法改变作息，最后乐茗选择向辅助用品求助。“一个是以前在外国留学时用过的品牌，感觉还可以，一瓶几十块的价格也不算贵，能用几个月。另一个是最近发现的，看网上月销数量和评价都还可以，价格一百多也在预算范围，所以打算试试。”

她告诉记者，脱发对她来说是个说大不大说小不小的问题。“目前我的状况并不是说非常影响生活，但就有时候看到自己满地掉头发，心里不太舒服。而且对形象确实有影响，比如我想去理个小红书上看到的层次感足的发型，基本都会被‘Tony老师’以发量不够打回来，烫染发更是不敢了。”

在很多人的传统观念中，脱发应该只是一个困扰中老年人的问题。不过随着职场竞争和生活压力的加大，脱发年轻化的倾向愈发明显。早在2019年国家卫健委就公布过中国脱发人群超过2.5亿人，平均每6人就有1人脱发，其中20至30岁的人群占比高达57.4%。“脱发”俨然已经跟“脱单”一样，成为年轻人的“心病”之一。

## 消费者对防脱发产品需求大

消费者对于防脱洗发水的购买欲望非常强烈，越来越多的企业嗅到商机，推出与防脱发有关的护发养发产品。

数据显示，2019年，中国防脱发洗护用品市场规模约13亿元。霸王、章光101等传统品牌坐镇防脱洗发水市场主场；阿道夫、馥绿德雅等网红品牌进入市场后也凭借网红博主推荐种草在市场中占有一席之地；不少知名品牌也瞄准了防脱发市场，欧舒丹推出了草本防落发精华液，欧莱雅、吕等品牌针对脱发落发也不断有新产品面市。知名品牌如丝域、卡诗等均推出了防脱发、强根健发等各类功能产品。

在线上，治疗脱发产品的销量也是节节攀升。据第一财经商业数据中心联合阿里健康、达菲欣发布的《2020脱发治疗白皮书》中显示，除了常规的防脱洗发水、防脱精华、黑科技生发仪等日用品外，医用脱发治疗药物的使用成为“脱发焦虑”的年轻人们重要选择，线上脱发治疗药物市场高速发展，3年复合增长率近80%。

去年，全国一、二线城市年轻人在线上消费脱发药物占比提升度排名中，宁波竟然排名第四，仅次于杭州、深圳和重庆。

## 植发经济深受资本青睐

一个几亿人的市场带来的消费“后劲儿”，当然会引发资本关注。艾媒咨询数据显示，2016年，中国植发行业开始蓬勃发展，当年市场规模为57亿元；到2019年，植发市场规模更是达到163亿元。疫情之下，与其他走下坡路的行业不同，“头”等大事使得中国植发行业的用户持续保持着较高的增长幅度。2020年，中国植发行业市场规模已攀升至208.3亿元。据数据预测，未来的植发市场规模将有望达到4000亿元。

企查查数据显示，2003年以来共有21个相关品牌获得了融资。

记者在大众点评网上搜索“植发”关键词后，跳出多家宁波的美容机构拥有相关服务。这些产品中，毛囊单价（即种植一个毛囊的价格）从几元到几十元不等，植一次发花费几千上万元都比较正常。而从消费购买记录上看，不少已经有几百单成交。例如前文提到过的雍禾植发宁波分院一项700单位的“头顶加密种植”团购价为13800元，已经消费347单。

植发市场的飞速发展证明了脱发对现代人的影响，也反映出越来越多的年轻人愿意并舍得为头发花钱。在雍禾医疗2020年16.38亿元的总收入中，86.2%的收入来自植发医疗服务。2020年，雍禾医疗的植发人数为50694人。以此推算，每位顾客在植发上的平均花费约为2.79万元。

脱发人群年轻化、线上产品多样化、植发市场普遍化……行业发展的背后是用户不断攀升的需求，当脱发成为一个大众问题，“脱发经济”也在这波困扰中得到发展的契机。