

中国发制品行业发展深度研究与投资趋势分析报告（2023-2030年）

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《中国发制品行业发展深度研究与投资趋势分析报告（2023-2030年）》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/202306/636640.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

一、行业基本概述

发制品是用人发、化学纤维或二者混合为主要原材料，经工艺加工而成的提升颜值产品。根据材质不同，发制品可以分为人发和化纤。

1、人发

人发制品从原料上主要分为辫发（即我们经常说的保鳞发）和泡发，由于辫发的成本较高，人发产品主要是用泡发做的，随着现代工艺的完善，从外观上两种头发没有明显不同，但手感是很不一样。

泡发因为过酸处理，没有了鳞片，虽然显得比较顺滑，但却大大的减少了使用时间，鳞片是头发的一层保护层，过酸的工艺能把80%甚至100%的鳞片去掉，但如果进行了倒根处理，却能很大程度上避免这种情况发生。

2、化纤

化纤就是化学纤维，颜色比人发要亮，质地比较硬。使用时间较短。

二、行业发展历程回顾

发展至今，中国发制品行业共经历了起步阶段、探索阶段和发展阶段。

1、起步阶段：20世纪30年代-1989年

中国发制品行业以真人发原材料出口为起点，发展历史悠久。20世纪30年代开始，中国发制品行业以真人发原材料出口为主。20世纪70年代，发制品厂商为提高利润，开始对真人发原材料进行粗加工。20世纪80年代中后期，中国发制品厂商以合资方式引入真人发深加工技术，实现了由原材料供应商向假发半成品或成品出口商的转变。

2、探索阶段：1990-2016年

1990年10月，河南瑞贝卡发制品股份有限公司（前身为许昌县发制品总厂，以下简称“瑞贝卡”）成立，于1992年推出第一部三联机，促进中国发条制品生产工艺提升，自此以后，中国生产的工艺发条获得外商认可。1992年，河南瑞美真发股份有限公司（以下简称“瑞美真发”）成立，注重产品创新，在中国发制品行业占据重要地位，自1999年开始多次获得许昌市人民政府授予的“出口工作先进企业”。2002年，青岛海森林进出口有限公司（以下简称“海森林”）成立，以高端发制品为发展立足点，丰富发制品产品种类，带动发制品市场活力。

自2005年以来，中国发制品行业开始注重技术研发。例如，自2005年开始，瑞贝卡先后获批并组建河南省发制品工程中心、企业技术中心、国家示范生产力促进中心、博士后科研工作站，承担多项自主创新示范项目，完成多项科研成果和技术专利，并参与编写发制品国家标准及河南省地方行业标准。2007年1月，瑞贝卡研制的“多功能腈纶改性纤维”和“RW-818发制品直发整理助剂”两项产品获河南省科技厅高新技术产品证书。2009年8月，瑞美真发成立许昌市仿真发工程技术研究中心，着重研究仿真发材料，以促进发制品原材料来源多样化。

。2010年，经河南省科技厅批准，许昌恒源发制品股份有限公司组建了河南省合成纤维发制品工程技术研究中心，该中心的研究方向包括合成纤维发制品高效节能环保成套生产装备、合成纤维发制品清洁生产工艺技术、高附加值合成纤维发制品科技成果的转化和产业化等方面。

3、发展阶段：2017年至今

2017年以来，多种新型品牌出现在中国市场，促进中国发制品产品多样化。2017年后出现菲娅丽、伊薇卡、卓丽雅等品牌，为发制品市场带来新的发展模式。如卓丽雅假发织发补发，提供专业假发补发定制服务，以满足消费者多样化需求。

2019年8月，中国轻工工艺品进出口商会举办第十一届中国发博会、2019中国国际沙龙节，设美发馆、发妆馆、养发育发馆及植发馆，全面展示美发、发妆（假发）、养发育发、植发、发饰等与头发相关的产品与技术，瑞贝卡、瑞美真发、海森林、爱德兰丝（上海）补发美容有限公司等企业应邀参与。中国发博会的举办，是中国发制品行业促进交流合作的重要途径，有助于推动发制品行业发展。

三、行业市场现状

1、市场规模

伴随中国居民生活水平提高，对美容美发、发制品等的“颜值消费”逐渐增长。近几年我国发制品行业市场规模保持平稳增长，2022年行业市场规模约为81.1亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

2、供应规模

我国是全球发制品主要生产国，每年生产大量的发制品用于出口，2022年发制品行业产量约为38080万套。

资料来源：观研天下数据中心整理

3、需求规模

目前国内发制品内销规模相对于产量来说不高，主要是国内群体黄种人相对于黑种人和白种人来说发制品需求天生就更低。2022年，国内发制品销量约为4588万套。

资料来源：观研天下数据中心整理

4、供需平衡分析

目前我国发制品行业对于海外需求依赖度较高，大量的产品通过出口来消化，国内市场内销率较低，2022年，内销率仅为12.05%。

资料来源：观研天下数据中心整理

四、行业细分市场

1、中高端市场

从定位看，目前国内中高端假发以人发为主(占比在70%及以上)，产品轻薄透气且逼真度高，具有完善的售后服务。并且行业参与者较少（主要以 Rebecca、Iremy、VS 三个国牌为主，此外还有日系品牌 Aderans），且多形成全国性布局，并以直营为主的方式覆盖一二线城市的百货/购物中心；该市场主要比拼产品、品牌及渠道布局，参与者少且竞争温和。

2022年，我国中高端发制品市场规模约为15.41亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

2、低端市场

低端品牌以化纤发为主，产品较为厚重且外观真实性欠佳。渠道主要集中在电商及街边小店，多无售后服务，行业品牌众多，且以区域性品牌/个体户为主，多数不成规模。该市场主要比拼价格，价格战激烈。

2022年，我国低端发制品市场规模约为65.69亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

五、行业竞争格局

根据企业规模、制造工艺水平，可将假发制品制造商划分为三个梯队：

（1）第一梯队：具有良好的生产资源、设计与研发能力、资金支持，属于中国假发制品行业龙头企业，代表企业为瑞贝卡、新华锦等；

（2）第二梯队：以瑞美真发、海森林、即发集团有限公司（以下简称“即发集团”）等企业为代表，集设计、生产、销售于一体，具有良好发展潜力；

（3）第三梯队：企业规模小、产品种类少，多从事于低端假发制品的生产与销售。另外，中国假发制品行业竞争激烈，产品同质化严重。假发制品行业新进入者，需设立专业的营销团队、自主设计产品、拥有资金支持。假发制品企业期望在行业内获得快速发展，需具备精细手工工艺，提升产品品质，或扩大企业规模，整合行业资源。

目前中国发制品行业集中度较高，发制品生产企业主要是瑞贝卡、新华锦等行业内龙头企业，市场处于低集中寡占型格局。瑞贝卡的主营业务为发制品的生产和销售，主要产品有工艺发条、化纤发条、人发假发等，该公司的产品主要销往北美、非洲、欧洲以及亚洲等地区，在全球拥有多个自主品牌，根据地区经营环境因地域和种群差异明显，经营模式各具特色，而新华锦的主营业务为发制品、纺织服装的出口和跨境进口电商业务，同时布局了石墨新材料和养老大健康业务。公司主营发制品系列产品的生产及销售业务，主要产品包括男发块、女装假发、接发、教习假发、人发条、假发配件等以人发制品为主同时兼具人发化纤混合发制品等，主要出口地区为北美、欧洲、日本。

2022年中国发制品行业市场集中度情况 集中度类型 市场集中度指标值（%） CR4 32.6

CR8 41.8

资料来源：观研天下数据中心整理（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国发制品行业发展深度研究与投资趋势分析报告（2023-2030年）》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，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 2019-2023年中国发制品行业发展概述

第一节 发制品行业发展情况概述

一、发制品行业相关定义

二、发制品特点分析

三、发制品行业基本情况介绍

四、发制品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、发制品行业需求主体分析

第二节中国发制品行业生命周期分析

一、发制品行业生命周期理论概述

二、发制品行业所属的生命周期分析

第三节发制品行业经济指标分析

一、发制品行业的赢利性分析

二、发制品行业的经济周期分析

三、发制品行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球发制品行业市场发展现状分析

第一节全球发制品行业发展历程回顾

第二节全球发制品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲发制品行业地区市场分析

一、亚洲发制品行业市场现状分析

二、亚洲发制品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲发制品行业市场前景分析

第四节北美发制品行业地区市场分析

一、北美发制品行业市场现状分析

二、北美发制品行业市场规模与市场需求分析

三、北美发制品行业市场前景分析

第五节欧洲发制品行业地区市场分析

一、欧洲发制品行业市场现状分析

二、欧洲发制品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲发制品行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界发制品行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球发制品行业市场规模预测

第三章 中国发制品行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对发制品行业的影响分析

第三节中国发制品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对发制品行业的影响分析

第五节中国发制品行业产业社会环境分析

第四章 中国发制品行业运行情况

第一节中国发制品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

第二节中国发制品行业市场规模分析

一、影响中国发制品行业市场规模的因素

二、中国发制品行业市场规模

三、中国发制品行业市场规模解析

第三节中国发制品行业供应情况分析

一、中国发制品行业供应规模

二、中国发制品行业供应特点

第四节中国发制品行业需求情况分析

一、中国发制品行业需求规模

二、中国发制品行业需求特点

第五节中国发制品行业供需平衡分析

第五章 中国发制品行业产业链和细分市场分析

第一节中国发制品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、发制品行业产业链图解

第二节中国发制品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对发制品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对发制品行业的影响分析

第三节我国发制品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国发制品行业市场竞争分析

第一节 中国发制品行业竞争现状分析

一、中国发制品行业竞争格局分析

二、中国发制品行业主要品牌分析

第二节 中国发制品行业集中度分析

一、中国发制品行业市场集中度影响因素分析

二、中国发制品行业市场集中度分析

第三节 中国发制品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国发制品行业模型分析

第一节 中国发制品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国发制品行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国发制品行业SWOT分析结论

第三节 中国发制品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国发制品行业需求特点与动态分析

第一节中国发制品行业市场动态情况

第二节中国发制品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

第三节发制品行业成本结构分析

第四节发制品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国发制品行业价格现状分析

第六节中国发制品行业平均价格走势预测

一、中国发制品行业平均价格趋势分析

二、中国发制品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国发制品行业所属行业运行数据监测

第一节中国发制品行业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

第二节中国发制品行业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

第三节中国发制品行业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

第十章 2019-2023年中国发制品行业区域市场现状分析

第一节 中国发制品行业区域市场规模分析

一、影响发制品行业区域市场分布的因素

二、中国发制品行业区域市场分布

第二节 中国华东地区发制品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区发制品行业市场分析

(1) 华东地区发制品行业市场规模

(2) 华南地区发制品行业市场现状

(3) 华东地区发制品行业市场规模预测

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、华中地区发制品行业市场分析

(1) 华中地区发制品行业市场规模

(2) 华中地区发制品行业市场现状

(3) 华中地区发制品行业市场规模预测

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、华南地区发制品行业市场分析

(1) 华南地区发制品行业市场规模

(2) 华南地区发制品行业市场现状

(3) 华南地区发制品行业市场规模预测

第五节 华北地区发制品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区发制品行业市场分析

(1) 华北地区发制品行业市场规模

(2) 华北地区发制品行业市场现状

(3) 华北地区发制品行业市场规模预测

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、东北地区发制品行业市场分析

- (1) 东北地区发制品行业市场规模
- (2) 东北地区发制品行业市场现状
- (3) 东北地区发制品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区发制品行业市场分析

- (1) 西南地区发制品行业市场规模
- (2) 西南地区发制品行业市场现状
- (3) 西南地区发制品行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区发制品行业市场分析

- (1) 西北地区发制品行业市场规模
- (2) 西北地区发制品行业市场现状
- (3) 西北地区发制品行业市场规模预测

第十一章 发制品行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国发制品行业发展前景分析与预测

第一节 中国发制品行业未来发展前景分析

一、发制品行业国内投资环境分析

二、中国发制品行业市场机会分析

三、中国发制品行业投资增速预测

第二节 中国发制品行业未来发展趋势预测

第三节 中国发制品行业规模发展预测

一、中国发制品行业市场规模预测

二、中国发制品行业市场规模增速预测

三、中国发制品行业产值规模预测

四、中国发制品行业产值增速预测

五、中国发制品行业供需情况预测

第四节 中国发制品行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国发制品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国发制品行业进入壁垒分析

一、发制品行业资金壁垒分析

二、发制品行业技术壁垒分析

三、发制品行业人才壁垒分析

四、发制品行业品牌壁垒分析

五、发制品行业其他壁垒分析

第二节 发制品行业风险分析

一、发制品行业宏观环境风险

二、发制品行业技术风险

三、发制品行业竞争风险

四、发制品行业其他风险

第三节 中国发制品行业存在的问题

第四节 中国发制品行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国发制品行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国发制品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国发制品行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 发制品行业营销策略分析

一、发制品行业产品策略

二、发制品行业定价策略

三、发制品行业渠道策略

四、发制品行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202306/636640.html>