国大e联：以全球资源重组助推企业创新升级



国大e联企业资源数字化交易平台创始人于小红

金骑

由国大e联企业资源数字化交易平台主办的第五届国际企业资源交流峰会，5月11日至12日在江苏无锡成功举行。围绕促进未来产业高质量发展、搭建企业内生增长价值链体系、财富与产业的发展对全球格局的影响等话题，与会的经济学家、院士以及实业家们，在峰会上同堂探讨，互动交流。

国大e联企业资源数字化交易平台2016年由于小红创建。平台旨在聚焦企业发展资源、助推企业升级转型、促进经济结构重组。平台的愿景是成为国际企业资源交易平台。

平台发展至今，已达到与平台资源共建国家21个，国内共建城市49个，共建国家级智库及研究院15家，共建国家级协会及省级商会超200家，共建知名校友会超50家，共建500强企业超50家，共建上市企业超40家，共建资本方超30家，共建企业数量29000多家。成功举办国际企业资源交流峰会5届，大小活动超2000次，成功孵化IPO项目5个。

“每一个企业个体都是一座资源孤岛。”于小红表示，在各类经济竞相发展的时代，企业家们有的拥有丰富的商业资源，但缺乏一套将所缺资源整合回来的技巧和方法。如何帮助企业负责人从思想、组织、工具、场景、体验等方面强化资源整合意识，提升资源共享能力，是一个迫切而长期的课题。

“企业强则经济强，经济强则国家强。”于小红认为，提高资源尤其是稀缺资源的配置效率，以尽可能少的资源投入尽可能多的产品生产，是强企业、强经济的共识所在，而通过市场配置资源，将碎片化的企业资源汇合，进而实现优化配置、高效重组，是盘活企业资源，提升价值创造最有效方式。

在此背景下，包含“国大BOSS商业圈”“国大企业资源研究院”“国大MOC商业菁英计划”等多功能板块的e联企业资源交易平台，聚合起海内外不同产业、行业、地域、领域、学科的创新资源和要素，组建“跨界创新共同体”，在各类创新主体间，通过拆除围墙、突破壁垒，充分释放彼此间的人才、资本、信息、技术等创新要素活力，在多元主体协同互动、深度合作基础上，开展异质性资源的有效配置、优化配置，实现重组创新、协同创新乃至颠覆创新，使传统企业实现新突破、新腾飞，为中国式的创新经济做出新贡献。



技术范 投入低 亿级市场

“颜值经济”又推创业新项目

金骑

一提起北京马连道，厚重的商业气息扑面而来，香茶、美食、乐购、服饰，以及大大小小的文创街区，成为这个商圈的特色业态，但在5月30日，一家名叫“乔蒂美业”的SMP机构，为这里添注一个新符号。这家“藏身”于华睦大厦的美业机构，虽然面积只有300平方米，但撬动的将是一个无限大的市场。

“一边是人们消费的主观愿望，随着消费能力的提升在不断提升；一边是人们为改善脱发困扰，在审美驱使下形成的客观需求。所以，无论是植发或是纹发，一个庞大的市场蓝海正在形成。”中国中小商业企业协会美业分会会长玄莲花表示，中国有近2亿人士遭遇脱发困扰，也就是说有将近1/7的人有植发纹发的需求。

老办法很“火”

改善脱发困扰，目前市场常见的方法是植发，这一点，人们从户外、地铁或电梯里铺天盖地的广告中可见一斑。

“手术植发，近几年非常火热，客观地讲，它的确可以缓解部分人们的形象需求，但并非人人适合，尤其考虑到性价比后，许多人虽然需求很强，但买单很少。”玄莲花在介绍行业发展状况时表示，随着雍禾医疗在2021年底的“上市风云”，将这个行业推到了最高潮，但是一年过后，植发市场发生了急剧“变脸”，不但追投资本戛然而止，且行业颓势不止。

此前，国内植发赛道上占比最多的“玩家”是雍禾、新生、大麦等民营连锁机构，总体数量达35%左右。然而，从2022年下半年开始，先有新生植发传出拖欠员工工资的消息，后来，部分机构年底又发布停业通知。

2023年1月30日，新生医疗发布的《新生医疗美容集团有限公司关于厘清劳动关系事宜的函告》显示，目前公司已经无力清偿到期债务，无力继续发放工资及缴纳社保。

植发行业变数不断、争议也不断，其背后，不仅是植发机构在资本市场上“苦苦挣扎”，更有无数脱发的年轻人在深深焦虑。他们普遍担心，作为一种“动刀”的生发技术，不但要承受皮肉之痛，还要支出价格高昂的手术费，但换来的结果是“根深蒂固”，还是“美不过三天”？对此疑问，至今没有一位专家给予肯定回答，但普通人一直在质疑：自己原生的头发都留不住，新植的头发何以能留住?

正是有此疑问，所以植发更像是一锤子买卖，难以具备较强社交属性的医美行业，大部分消费者在植发后并不会推荐给他人，很难通过单个用户拉新获客。这或许也是导致植发行业盛极而衰的原因之一。

新做派更“潮”

在复购率低、消费成本高、最终效果不确定的大背景下，困在“头发”中的业态亟须开辟第二条增长曲线。

相对植发业务，美发养固服务价格更加亲民，效果更好评估，结果也能预见，因此，包括乔蒂在内的不少美业机构，开始涉足护发美发领域，跳出植发，进军纹发，以提高客户的黏性与业务的可持续拓展。

纹发的专业术语为SMP（Scalp Micro Pigmentation），即头皮微色素着色技术，又称医疗性发际线纹绣技术、毛囊仿真技术。纹发就是利用色素着色于头部真皮层而乔装真发，从视觉上改善脱发带来的形象影响。

“纹发作为发起于欧美的一种头皮微色素着色技术，这几年在韩国获得了极大的改进，这种技术在解决脱发、植发伤疤、稀发等问题方面有立竿见影的效果。”KSMP会员、乔蒂美业负责人叶娇谯蒂表示，“纹发”这个名词，可能给人的感觉在技术上与纹眉，纹身类似，但实际上，纹发只是被大众所熟知的俗称，纹发使用的是头皮微色素着色技术，和纹眉与纹身完全不一样。而且，纹发植物色乳对身体的危害和对头发的伤害，远远小于植、染发技术。

据介绍，纹发服务的投入虽然不高，但工艺技术及钢材设备，其精密程度远高于其他，而且纹发所用的着色料、着色手法都与纹眉、纹身不同，以乔蒂美业来说，其所用的SMP专业色料，来源于德国原产，获KSMP认证，着色时无需医疗资质、不用药物，无后续护理，着色后具有不晕、不散、不堆积、半永久等特点。

KSMP是韩国极具权威的专业协会，JLBlack是该组织在中国的总部，是首个由韩国纹发师创立的国内纹发品牌，通过全要素引进韩国最先进的SMP技术与专用产品，操作时，仿照原生毛发的粗细、色度和发质，借助渐变光感，对头皮或某个重点部位形成自然的密发遮盖效果，让个人形象得到进一步的提升。整个过程，对毛囊无损害、无痛，无实际创伤。

对此，中国医科大学附属第一医院皮肤科副主任医师曲乐在网络答疑中也表示，规范操作、确保不交叉感染的纹发，对头皮不但没什么伤害，还能通过针刺效果，刺激毛囊再生长。同时要求术后一段时间内不酗酒，不能剧烈运动，也不要使用阿司匹林类的药物，确保发际之间的3D画效果。

大市场深“蓝”

据业内的一项预测，到2025年，医疗养固市场将以29.8%的年复合增长率高速增长，达到185亿元的规模；到2030年，医疗养固仍将保持27.6%的高速增长，达到625亿元的规模。

“我国真正需要植发的人群只约7500万，大部分国人都处于毛发亚健康状态，毛发养护需求远大于植发市场，进军毛发养护市场，或成美发机构第二增长曲线。”不久前，在广州举办的第60届中国(广州)国际美博会上，KSMP协会中国总部会长曹准盛介绍，纹发不但是新兴技术，更是需求人群众多，比如女性头发稀疏、斑秃、产后脱发、更年期脱发等；男性头发稀疏、斑秃、脂溢性脱发、遗传性脱发；发际线后移、冠状区域秃发；因头部受伤、头部手术以及毛囊单位抽取移植等操作造成的伤疤人群等。

据《中国人头皮健康白皮书》数据显示，我国脱发人数已超2.5亿人，平均每6人中就有1人出现或重或轻的脱发现象，其中，30岁以下人群占到总数的69.8%，较上一代的脱发年龄大约提前了20年，低龄化的趋势非常明显，而常见的脱发问题之一就是头皮毛发稀疏。这对个人而言，如何防脱止脱是“头等大事”，在欧美发达国家，已有二十多年发展的头皮SMP为脱发者提供了“最后一次机会”，而国内市场头皮纹艺虽然还处在初起阶段，但随着技术、产品以及人们观念的成熟，“头皮经济”正在快速、多元发展，尤其是百亿级的美发市场将为“颜值经济”注入新动力。

尽管纹发服务的未来市场一片深蓝，但是，要想胜出于传统的植发市场，其挑战之大可以想见。目前国内市场上，已出现包括JL-Black、馥植、黑米等相对知名的品牌参与市场竞争，但没有一家能对市场形成号召力或主导力，所以，想要将优势化成胜势，除了提升各自的品牌竞争力、提高技术含金量，更重要的是把握市场规律，强化服务标准，加强行业统合。