

## 外貿新氣象

全球每10頂假髮，便有6頂來自於河南許昌；跨境電商平台上每2秒鐘就有一頂許昌髮製品交易。許昌，這座被譽為「世界假髮之都」的城市，長期以來一直霸榜海外市場。在這個常住人口400多萬的小城，每15個人中，就有1個在做假髮生意。近兩年，憑藉跨境電商平台以及精準的品牌孵化與定位，湧現出不少行業「新貴」。

◆香港文匯報記者 戚紅麗、劉蕊 河南報道



◆東恒髮業有限公司生產車間內，工人正在整理假髮套。  
香港文匯報記者劉蕊攝

# 全球六成假髮許昌造

## 400多萬人小城逾5000假髮企業 直播銷售霸榜海外市場

「假髮在歐美以及非洲國家是剛需，目前很難說哪家假髮企業能夠在海外做到一家獨大，因為這個市場太龐大，而生產假髮的企業又非常多，光咱們許昌就有5,000多家。」東恒髮業有限公司的谷經理告訴香港文匯報記者。這意味着在許昌這個常住人口400多萬人的小城，每15個許昌人中，就有1個在做假髮生意。

### 美國賣的假髮基本產自許昌

據香港文匯報記者了解，中國是全球髮製品原料集散中心和全球最大的髮製品生產基地及出口大國，佔全球髮製品市場的80%，國內三大假髮基地主要包括河南許昌、山東青島和廣東深圳，其中許昌承包了全球60%的假髮產品。

隨便走到一家美國的美容用品店，就會有專門的區域賣各種各樣的假髮。「你看標籤，基本上都是生產自許昌。」谷經理向香港文匯報記者介紹，「假髮最大的需求來自於黑人，因為髮質問題留不了長頭髮，假髮套就成了生活必備，尤其是現在注重顏值的時代，他們的假髮就是根據服裝妝容來改變的，甚至結婚都要準備好多頂假髮換着戴。」谷經理笑着說，就連疫情的時候，目標市場客戶戴假髮的習慣都沒有被改變，「原本我們還擔心疫情影響，誰知道訂單還是源源不斷。」

### 通過線上銷售分析用戶偏好

「我們是先做跨境電商起家，然後自己做工廠。」據谷經理介紹，2011年該公司在阿里巴巴接了一個海外訂單，就覺得有商機，便開始在速賣通、亞馬遜、eBay等平台做，2017年左右開始自己建海外站。「通過社交媒體廣告投放、網絡紅人引流等，這幾年跨境電商訂單量增速特別快，幾乎每年翻番的節奏，於是就自己收購了一家假髮工廠自己生產。」如今東恒每年的出口額在4億元人民幣左右，成為許昌假髮產業的「新貴」。

「線上銷售的好處就是可以通過後台數據分析用戶習慣與偏好，同時根據用戶評價能夠及時改進自己的產品。」谷經理根據公司的年度訂單情況分析說，「目前最受歡迎的假髮款式是人髮製長直髮套、短髮套與捲髮套」。TikTokShop美區數據亦顯示，「頭髮和假髮擴展」類目近30天銷量排名前10產品中，7款為人髮製假髮，售價均為100美元以上。

他進一步介紹說，今年以來，該公司新孵化的聚焦非裔女孩的另一快時尚品牌Jurlyshe在海外的影響力亦快速上升。「大家對假髮用戶的普遍畫像是黑人女性，但通過這幾年的用戶數據分析，我們發現非裔年輕美國女性的定位更加精準，這使得我們的新品牌在營銷的時候能夠做到的放矢，迅速抓住年輕女性消費者。」

### 憑藉工貿一體做差異化競爭

不同於東恒的先「商」後「廠」，成立於2003年的許昌富鑫髮製品有限公司則是先「廠」後「商」，尤其近年來乘着跨境電商的東風，銷售額突破億元人民幣。「許昌有非常多的老牌假髮企業，我們能做的就是差異化競爭，專注於做人髮假髮，目前我們正在積極建設海外的獨立站，以實現我們在全球的品牌認識。」富鑫公司董事長吳莉對許昌人髮假髮這條賽道非常樂觀，從公司成立之初做代加工到如今擁有自己的品牌，吳莉為「許昌假髮」而感到驕傲。「在國外出差的時候，聽到別人說經常在網上買Queen（富鑫旗下品牌）的假髮，就會覺得非常驕傲。」

在吳莉看來，許昌假髮之所以能夠在這一細分領域稱霸，其關鍵因素就在於工貿一體，「既保留生產製造環節，又不曾在市場營銷與品牌定位上尋求突破。」在她規劃之下，富鑫將走「小而精」路線，「往輕奢品、奢侈品方向發展」。

### TikTok海外直播銷售數據佳

據海關統計，2023年，河南省許昌市製髮品累計進出口196.9億元人民幣，同比增長10%，佔全市進出口總量的72.6%。其中，出口168.5億元人民幣，同比增長17.7%。「就目前來看，2024年第一季度的海外直播銷售數據普遍比去年要好，因為今年TikTok出了不少政策來鼓勵直播。」東恒髮業有限公司負責美國市場的夏經理在電話中告訴香港文匯報記者，東恒旗下unice一直佔據TikTok假髮品類前三名的位置。「目前僅TikTok每月的銷售額在10萬美元左右。」



◆捲髮在歐美國家是最受歡迎的假髮套之一。  
香港文匯報記者劉蕊攝

◆越來越多的年輕人選擇佩戴假髮，讓自己在不同場景中的造型更加百變潮流。  
香港文匯報記者劉蕊攝

空樹「天空樹」假髮以線上銷售為主。圖為「天空樹」主理人直播中。  
香港文匯報河南傳真



## 配飾類產品異軍突起

在「顏值至上」的消費環境下，除了部分剛需人群，越來越多的年輕人選擇佩戴假髮片，讓自己的髮量看起來更多、頭髮更蓬鬆，在不同場景中的造型更加百變和潮流。「我這脫髮問題已經有十多年了，生完孩子更嚴重了。」河南省洛陽市的二胎媽媽高女士抱怨道，她試過很多種方法都不管用，植髮又太貴了根本植不起，「很早的時候也買過假髮套，但是戴上去又悶又不自然。這兩年的假髮套自然很多，價錢也比前幾年便宜了。」高女士買了兩個人髮假髮套，價格在1,500元左右，又買了不同款式的假髮片，「人髮髮套在正式場合佩戴，假髮片就是戴着玩玩，偶爾換換心情。」作為全職媽媽，高女士如今最大的樂趣之一就是在網上下單各種假髮片，「屬於不太燒錢的樂趣。」高女士自嘲道。新的消費趨勢也讓許昌假髮不再執著於做傳統髮套，開始涉足配飾類假髮。

在許昌，「天空樹」假髮從2017年開始以線上銷售為主，「什麼火賣什麼，什麼火生產什麼。」「去年挑染的假髮條特別火，而今年3月份則是新疆的假髮最火。」「天空樹」相關負責人告訴香港文匯報記者，「這主要是因為今年3月份淘寶推出了新疆包郵政策，銷量直接翻好幾倍。」「天空樹」負責人表示，目前國內假髮市場還處於市場培育期，潛力巨大。根據天貓的數據顯示，這兩年假髮類的交易額都在100億元人民幣左右，在「天空樹」負責人看來，在海外，人髮髮套的市場已經相對穩定，但配飾類假髮屬於新品類，「傳統做人髮髮套的嫌客單價低，配飾類假髮做得少。但恰好是我們這些新企業努力的方向，也算是錯位競爭，不然根本拼不過許昌那幾家老牌的大企業。」

## 多國工序合作 一項假髮環遊世界

假髮製作工藝相當複雜，僅脫鱗、染色就有多道工序，成型過程中又有開料、整毛、磅髮、排髮、戴髮、插髮與壓三坑、捲髮、烘髮等十多個環節。

在東鴻髮製品有限公司生產車間的手工區內，員工們將假髮條分攏，組合到帽皮上。車間內擺放着各種模特佩戴着各式各樣的假髮，或長或短，或直或捲。「這頂假髮在美國大概賣1,500元人民幣左右。」谷經理拿起一個捲髮髮套向香港文匯報記者介紹，最初所有的工藝都是在車間完成，但現在為了實現利潤的最大化，不少工序都交到海外去做了。「比如檔髮（初步處理的真髮，編者註）就收購自緬甸，因為國內能收到的真髮越來越少，價格也越來越高，只能去東南亞一些國家去收。」

「假髮網針這一塊的工序最為複雜，需要用鉤針一針一針把髮絲縫製到髮網上。一般一個假髮套需要勾20,000針左右。」出於降低成本的考慮，東鴻公司就將髮網鉤針的工作交到其他國家去做。「人工低的地方勾一個髮網大概40元人民幣，在國內就需要180元人民幣。」谷經理開玩笑地說道，別看咱工人沒有出過國，但他們手裏的假髮套可是環遊世界了。「從最初收頭髮製成檔髮賣到國外，再到代加工，最後到擁有自主品牌，成為中國乃至全世界最大的髮製品集散地和出口基地之一，許昌實現了檔髮資源的就地轉化升值。」許昌市商務局相關負責人告訴香港文匯報記者。

特稿

## 打破日韓壟斷 研高檔仿人髮纖維

瑞貝卡是世界上規模最大、產品最全、技術領先的髮製品專業公司，產品覆蓋了產業鏈上下游。在瑞貝卡生產的假髮中，一大部分是真髮，也有一部分是通過合成的纖維材料做成的，也就是通常所說的化纖髮。

瑞貝卡一位張姓副總經理告訴香港文匯報記者，原來化纖髮的技術被日韓壟斷，是瑞貝卡公司率先在國內投入研發力量，自主研發仿人髮纖維材料，填補了高檔仿人髮纖維生產技術的國內空白。

原材料決定了假髮的品質。真人髮如今越來越稀少，收購價格也越來越高。在2003年瑞貝卡上市時，頭髮的價格是每公斤200-300元，現在已經上漲了十倍，工人的工資則上漲了十倍以上。2021年，瑞貝卡投資10億元建設新型功能性纖維材料研發生產基地項目順利開工。按照計劃，項目建成後將更完美地替代人髮原材料，解決人髮原料稀缺和成本居高不下等難題。

### 原料研發 解決透氣除菌問題

「原材料的研發就是要不停地解決假髮套的痛點，比如透氣問題、除菌問題。」張副總經理說，「當然還有時尚問題。」現在的假髮，既能滿足功能性和實用性需求，也能滿足人們追求時尚和裝扮的需要。「以前買假髮大多是老年人，因為禿頭、謝頂等不得不佩戴假髮，現在買假髮的年輕人越來越多了，補髮片可以讓髮量看起來變多，彩色假髮片可以讓形象更加潮流。」

目前瑞貝卡的化纖髮已經研發至第三代——假髮用功能性纖維。「在貿易戰及全球疫情蔓延的大背景下，瑞貝卡相繼研發多種功能性髮用纖維來適應國際市場需求變化。其中包括：清涼型聚氣乙烯纖維、抗紫外線、抗菌、抗病毒聚酯纖維、感溫變色聚酰胺纖維及蛋白符合纖維等。其中抗菌、抗病毒纖維獲得了美國、巴西等客戶的認可。」