

2026/03/29

生发洗护项目·诚邀 联合创始人



CONTENTS

目录

01

项目背景与市场
机遇

02

项目核心优势

03

实施路径规划

04

合规与风险控制

CONTENTS

目录

05 | 合作方式与股权
架构

06 | 目标合伙人画像

07 | 加入时机与预期
回报

01

项目背景与市场机遇

项目起源：真实需求驱动

偶然发现的产品契机

源于一次偶然发现，一款经过真人实测验证的生发/防脱洗发水，效果看得见、反馈真实，为项目启动提供核心产品基础。

全民刚需的市场洞察

脱发、养发已成为全民刚需，对比植发等低成本方式，防脱洗护产品价格亲民，市场潜力巨大且复购性强，判断“产品真有用就能卖爆”。

差异化的信任机制设计

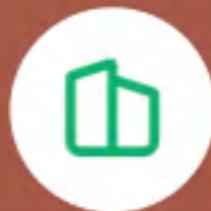
针对市场信任痛点，提出“无效全额退款”承诺，旨在打消消费者顾虑，提升成交率，构建产品与用户间的信任桥梁。

脱发养发市场现状分析



市场规模与增长趋势

据《2025中国防脱趋势白皮书》显示，2023年中国防脱洗护产品规模达180.5亿元，预计2030年将突破300亿元，占洗护市场近三分之一份额。



核心消费群体特征

国家卫生健康委数据，我国超2.5亿人受脱发困扰，平均每6人1人脱发，26-35岁群体占比高达69.8%，呈现年轻化趋势。



市场需求痛点与机遇

消费者对安全有效防脱生发产品需求迫切，传统化工成分产品易引发敏感，草本植萃、根源调理型产品成为趋势，且养发服务复购率高，市场潜力巨大。



行业监管与规范化发展

2025年新规要求防脱化妆品需注册管理并完成人体功效试验，禁止使用“生发”“育发”等医疗术语，推动行业从“重营销”向“重研发”转型。

市场规模与增长潜力

01 脱发人群基数庞大

国家卫生健康委统计数据显示，我国有超过2.5亿人饱受脱发困扰，平均每6人中就有1人脱发，其中26-35岁群体占比高达69.8%。

03 养发服务市场增速迅猛

智研咨询报告显示，2023年我国养发服务市场规模755.68亿元，预计未来养发服务行业规模增速可期，前景十分广阔，头皮健康市场规模2025年正冲击600亿元大关。

02 防脱生发市场规模持续扩张

《2025中国防脱趋势白皮书》显示，2023年中国防脱洗护产品规模达180.5亿元，预计2030年市场规模将突破300亿元，将占据洗护市场近三分之一的份额。

04 消费需求刚性且复购率高

养发需要长期护理，消费呈现高复购、高客单形式。专业养发馆单次护理均价200-500元，年度套餐客单价超5000元，老客复购率可达75%以上，市场盈利模型清晰明确。

项目核心价值主张



产品效果：真实可见的防脱生发体验

产品经过真人实测验证，生发防脱效果显著，为消费者提供看得见的改善，区别于市场上概念性产品，奠定复购与口碑基础。



商业模式：轻资产启动与全渠道盈利

采用贴牌生产模式，无需重资产投入，通过线下渠道快速铺货回款，结合线上C端零售放大利润，最终开放加盟实现品牌化长期收益。



风险保障：合规经营与无效退款承诺

严格把控产品资质、合规备案及质检流程，杜绝法律风险；对消费者承诺无效全额退款，提升成交率与信任度，降低市场推广阻力。

02

项目核心优势



产品力：真人实测效果验证

核心效果：防脱生发双效合一

产品经真人实测验证，能有效减少脱发、促进新发增长，效果直观可见，为后续市场推广奠定坚实口碑基础。

用户反馈：真实口碑积累

通过真实用户使用反馈，形成良好市场口碑，区别于概念性产品，为复购率提升提供有力支撑。

退款承诺：无效全额退款

对商户承诺产品无效可全额退款，降低客户决策顾虑，大幅提高成交率，增强市场竞争力。

团队优势：销售总监保驾护航

资深销售经验，渠道资源丰富

销售总监非行业新手，拥有成熟的渠道拓展、铺货策略及动销经验，能有效解决产品销售难题。

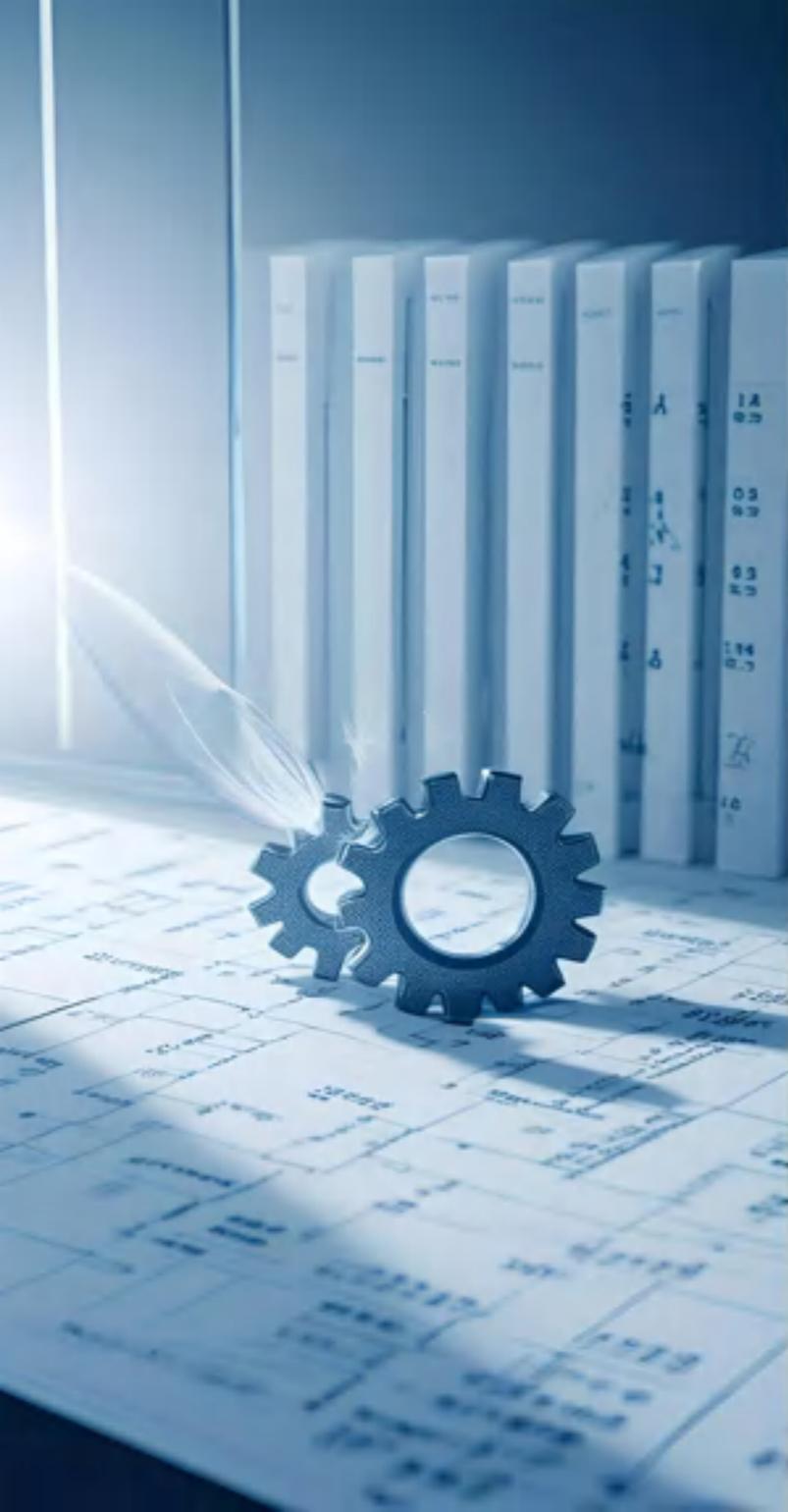
精通多渠道运营，保障动销能力

熟悉理发店、美发店、药店、日化店及洗护批发商等线下渠道的运作模式，可快速实现产品铺市和回款。

驱动现金流，验证商业模式

负责通过线下渠道快速走量、回款，助力项目验证商业模式，实现初期稳定盈利，为后续发展奠定基础。



A blue-toned photograph of a desk with a pen, gears, and books. The scene is lit from the left, creating a soft glow. In the foreground, a pen lies on a document with a grid pattern. Two interlocking gears are positioned next to it. In the background, a row of books is visible on a shelf.

模式创新：轻资产启动优势

贴牌生产降低前期投入

无需自建工厂，通过贴牌生产模式，减少固定资产投资，降低生产环节的资金占用和管理成本，实现小资金快速起步。

渠道优先策略保障现金流

优先布局线下理发店、美发店、药店等既有渠道，快速铺货走量回款，验证商业模式，以轻资产方式实现初期盈利。

灵活调整规避重资产风险

避免重资产运营带来的设备折旧、场地租赁等固定成本压力，可根据市场反馈灵活调整生产规模和产品策略，降低经营风险。

风险保障：无效全额退款承诺



核心承诺内容

向所有购买产品的消费者及合作商户承诺，若使用产品后未达到约定防脱/生发效果，经核实可享受全额退款，消除消费顾虑。

退款验证标准

基于产品使用周期（如45天为一周期），通过对比使用前后的脱发量、新生发情况等可量化指标，结合消费者反馈及第三方检测数据，客观判定效果。

商户合作保障

对合作理发店、药店等渠道商户，同步提供“无效退款”政策支持，降低商户推广风险，提升其推荐积极性，增强渠道信任度。

风险控制机制

依托产品真人实测效果数据，结合严格的资质备案与质检流程，从源头降低无效退款比例；建立快速响应的客诉处理流程，确保退款高效执行，维护品牌口碑。

03

实施路径规划

第一步：线下渠道起盘策略



核心渠道精准定位

聚焦理发店、美发店、药店、日化店及洗护批发商等本地及周边渠道，利用其贴近消费者的优势，实现产品快速触达目标用户群体。

铺货与动销执行方案

依托销售总监的渠道资源与动销经验，制定针对性铺货策略，快速走量并实现回款，验证商业模式可行性，确保项目初期稳健运营。

现金流优先保障机制

以线下渠道销售为核心，快速回笼资金，优先保障项目现金流稳定，为后续线上拓展及品牌建设奠定坚实的财务基础。

第二步：线上C端零售布局

01

多平台流量矩阵搭建

布局抖音、快手、视频号、私域及主流电商平台，构建全渠道触达网络，直接触达全国脱发需求个人用户，提升品牌曝光与产品销量。

02

内容营销体系构建

围绕产品真实效果，打造“真人实测”“用户见证”“成分解析”等多样化宣传素材，结合专业话术，增强用户信任，驱动购买转化。

03

私域流量精细化运营

建立用户社群，通过定期头发养护知识分享、专属优惠活动、一对一咨询服务，提升用户粘性，促进复购，将公域流量沉淀为私域资产。

04

利润提升与规模化发展

线上C端零售去除中间环节，提升单品利润空间，依托复购特性实现长期收益；通过数据复盘优化运营策略，逐步将区域生意扩展为全国性零售业务。

第三步：开放加盟品牌扩张

加盟模式设计与政策制定

制定灵活的加盟政策，包括品牌授权费、产品物料费、区域保护政策等。参考行业标准，设置合理的加盟门槛，如单店总投资20-30万元，包含品牌授权、选址评估、培训支持等核心权益，降低加盟商创业风险。

全链路加盟扶持体系搭建

建立从选址到运营的全周期扶持体系，提供大数据选址分析、标准化装修设计、门店运营培训、线上流量代运营等支持。通过“智训宝APP”等工具，实现加盟商在线学习和技能提升，确保服务标准化输出。

品牌宣传与加盟招商推广

利用全媒体营销矩阵，包括短视频平台、行业展会、招商网站等渠道，宣传品牌加盟优势。展示成功门店案例，如“单店年均净利润超40万元”“老加盟商二店率达60%”等数据，吸引潜在加盟商，快速扩张品牌规模。

加盟门店运营管理与督导

建立标准化运营管理系统，通过SCRM+ERP一体化平台，实现客户管理、库存管理、营销活动等数字化运营。总部定期派督导下店指导，协助加盟商解决经营问题，确保品牌服务质量和盈利水平，实现长期稳健发展。

阶段目标与里程碑设定



第一阶段：线下渠道起盘（2-3个月）

完成本地及周边理发店、美发店、药店、日化店、洗护批发商的初步铺货，实现产品销售回款，验证商业模式，确保项目现金流稳定。



第二阶段：线上C端零售拓展

搭建抖音、快手、视频号、私域、电商等线上销售渠道，实现个人用户的直接触达与转化，提升产品利润空间和复购率，将业务从区域扩展至全国。



第三阶段：品牌加盟体系构建

在模式跑通、市场口碑形成后，启动加盟/代理体系建设，通过输出品牌、产品和运营支持，实现从单店生意到品牌化运营的转变，赚取产品、加盟费及供应链收益。

04

合规与风险控制

产品资质与备案流程

特殊化妆品注册要求

生发防脱类产品属于特殊化妆品，需通过国家药监局注册，取得国妆特字证书。依据2025年新规，需完成人体功效试验，禁用“生发”“育发”等医疗术语，避免夸大宣传。

生产合规保障

选择符合GMP标准的生产厂家合作，确保产品从原料采购到生产流程符合《化妆品生产质量管理规范》。产品需通过SGS等第三方检测机构的安全与功效验证，如38项致敏原检测，过敏率控制在0.04%以下。

全流程备案管理

严格执行产品备案流程，包括配方成分审核、生产工艺报备、标签标识合规性检查等。建立产品档案，确保每批次产品可追溯，杜绝违规添加，保障长期合法经营。

供应链管理与质量控制



产品贴牌生产合作

与符合GMP标准的化妆品生产厂家合作，进行洗发水贴牌生产，严格把控生产环节，确保产品质量稳定，降低自建工厂的重资产投入风险。



供应链成本精细控制

通过规模化采购原材料、优化生产流程、与供应商建立长期合作关系等方式，有效控制供应链各环节成本，提升产品利润空间。



全流程资质合规保障

严格按照国家相关规定，完成产品备案、质检等手续，确保产品符合化妆品安全技术规范要求，杜绝违规风险，保障项目合法合规运营。



质量追溯与品控体系

建立从原材料采购到生产、包装、仓储、物流的全流程质量追溯体系，对每一批次产品进行质量检测，确保产品效果与安全，维护品牌口碑。

宣传合规与内容把控



严格遵循广告法规，杜绝违规宣称

严格遵守《防脱发化妆品研究技术指导原则》，产品宣传禁用“生发”“育发”等医疗术语，避免夸大或绝对化宣传，确保所有宣传内容真实、合规。



宣传内容真实化，突出核心优势

宣传素材聚焦产品真实效果、真人实测反馈及核心成分，以客观数据和实际案例为支撑，避免虚假宣传，建立消费者信任。



资质备案与质检把控，确保产品合法

负责产品的资质申请、备案及质检工作，确保产品符合国家相关标准，杜绝因资质问题带来的法律风险，为项目长期安全运营提供保障。



建立内容审核机制，把控传播风险

制定严格的宣传内容审核流程，对广告文案、宣传视频、营销话术等进行多层级审核，确保传播内容符合法律法规及品牌规范，防范合规风险。

法律风险防范体系



产品合规风险防控

严格遵守国家药监局《化妆品功效宣称评价规范》，确保防脱生发类产品完成人体功效试验并取得国妆特字认证，避免使用“生发”“育发”等医疗术语及夸大宣传，从源头上杜绝产品合规风险。



供应链与生产合规保障

选择具备GMP认证的生产厂家进行贴牌生产，签订规范的供应链合同，明确产品质量标准、检验流程及责任划分，确保产品从原料采购到生产加工全环节符合国家相关法律法规要求。



合同与知识产权保护

与联合创始人签订正规的股东合作协议，明确股权分配、权利义务、退出机制等核心条款；对品牌名称、商标、宣传素材等进行知识产权注册保护，防止侵权纠纷，保障项目合法权益。



经营模式法律风险规避

在开放加盟/代理环节，严格遵守《商业特许经营管理条例》，完成商务部特许经营备案，确保加盟合同条款公平合规，明确双方权责，避免因模式不合规引发法律诉讼。

05

合作方式与股权架构

联合创始人身份定位



核心决策参与者

作为联合创始人，将深度参与项目重大决策，包括战略方向、资源分配、商业模式调整等核心事务，共同塑造项目发展路径。



风险共担与利益共享者

以原始股东身份，按出资比例持有股份，与项目共担市场风险，共享经营利润，通过正规合同明确分红、退出等权益。



事业共建伙伴

非打工或代理角色，而是与发起方共同从零启动项目，参与团队搭建、运营管理，共同推动项目从线下渠道到线上零售再到品牌加盟的全阶段发展。

出资方案与灵活选择



小资金起步模式

适合小资金投入，先从区域市场做起，进行试错和验证商业模式，后续若需追加资金可能导致股权稀释。



大资金起量模式

可直接大规模启动，快速铺设渠道，抢占市场先机，无需因后续融资频繁稀释原始股份。



出资占股与合同保障

按实际出资比例占有原始股份，签订正规合作及股东协议，通过工商登记或合伙协议明确股份、分红、退出及权责等关键事项。

股权分配与协议保障



灵活出资与股权占比

出资方式灵活，可根据资金量大小决定投入，按实际出资比例享有原始股份。小资金可先启动区域市场试错，大资金可快速铺渠道抢占市场，不设虚高门槛，量力而行。

联合创始人身份与权责

合伙人作为联合创始人，共同参与项目决策、享受分红、承担风险，而非打工或代理角色。明确各方在产品、销售、运营等核心环节的权责分工，确保高效协作。

正规法律协议保障

签订正规股东合作协议，以白纸黑字明确股份比例、利润分配方式、退出机制及权责划分。可通过工商登记或合伙协议备案，保障所有合伙人的合法权益，降低合作风险。

动态股权与退出机制

协议中约定股权动态调整及退出条款，如后续增资扩股时的股份稀释规则，以及合伙人因特殊情况退出时的股权回购价格计算方式（如按原始出资额或公司净资产评估值），确保合作的灵活性与稳定性。

决策机制与利益分配



重大事项决策规则

涉及公司战略方向、融资、核心人事任免等重大事项，需经全体联合创始人一致同意方可执行，确保决策的谨慎性和多方利益平衡。



日常运营决策机制

日常经营管理由项目负责人主导，销售、供应链等核心板块负责人拥有对应领域决策权，关键事项（如单笔支出超5万元）需书面同步所有联合创始人。



股权分配原则

严格按照联合创始人实际出资比例分配原始股份，签订正规股东协议，明确各股东股权占比，保障出资与权益对等。



利润分配方案

项目盈利后，优先提取20%作为发展储备金，剩余利润按股东持股比例进行分红，确保资金可持续投入与股东即时收益平衡。

06

目标合伙人画像

核心素质与价值观要求



市场趋势认同与商业信念

深刻认可生发养发市场的全民刚需属性及高复购潜力，坚信具有真实效果的产品能在市场竞争中占据优势，认同项目“效果为王、诚信经营”的商业理念。



风险共担与长期主义

具备风险意识，不追求短期暴利，能接受项目从0到1稳步发展的过程，愿意与团队共同承担创业初期的不确定性，致力于长期经营。

诚信守规与合作精神

严格遵守法律法规及项目合作规则，讲诚信、重承诺，具备良好的沟通能力和团队协作意识，能与联合创始人及团队成员高效配合。



资源与能力适配（非必需但优先）

拥有渠道资源、人脉网络或销售/运营经验者优先，若不具备，需认可并配合项目成熟的打法，积极学习并参与项目推进。



优先技能与资源匹配



渠道拓展与销售经验

具备洗护、美妆、药店等线下渠道资源或快消品销售经验者优先，可加速初期铺货与动销，解决“卖不掉”的核心顾虑。



线上运营与流量获取能力

熟悉抖音、快手、私域等线上平台运营，能独立策划内容、引流获客者优先，助力第二步线上零售利润放大。



资金实力与风险承受力

能根据自身情况灵活出资，认可轻资产启动模式，不急于短期回报，愿意与项目共同成长，承担合理创业风险。



行业资源与人脉积累

拥有美发店、日化批发商等行业人脉或供应链资源者优先，可降低渠道拓展成本，加速商业模式验证。

合作心态与长期愿景

务实共创的合作心态

秉持诚信为本、规则先行的合作理念，不画虚饼，聚焦可落地执行的商业模式，以产品真实效果为核心，共同解决市场痛点，实现稳步发展。



拒绝短期投机，专注长期价值

不追求一夜暴富，接受项目从0到1的培育周期，通过线下渠道验证、线上零售放大、加盟模式拓展的三步走策略，逐步构建品牌壁垒，分享长期增长红利。



同频共振的价值观认同

认可生发养发刚需市场前景，认同“效果为本、合规经营、轻资产启动”的项目逻辑，愿意以联合创始人身份深度参与决策，共同承担风险、共享收益。



打造国民级生发洗护品牌愿景

短期目标：通过线下渠道快速起盘，实现现金流稳定；
中期目标：线上线下联动，成为区域知名品牌；
长期目标：开放加盟体系，树立行业标准，成为消费者信赖的国民级生发洗护品牌。



07

加入时机与预期回报

早期加入的独特价值

原始股成本优势

项目刚起步，估值处于最低阶段，此时加入可获得原始股成本，相较项目成熟后进入，投入成本更低，潜在收益空间更大。

核心要素已具备，启动迅速

已拥有经过真人实验验证的有效产品、强销售能力的销售总监，早期资金注入后可立即启动项目，快速推进市场布局。

模式与路径清晰验证

项目已规划清晰的“线下渠道起盘-线上C端零售-开放加盟”三步走落地路径，非空想项目，早期加入可参与模式验证与优化，降低试错风险。

股权与话语权优势

越早加入，按出资占股获得的原始股份越多，在项目决策中拥有更高话语权，能更深度参与项目发展方向规划，共享长期发展红利。

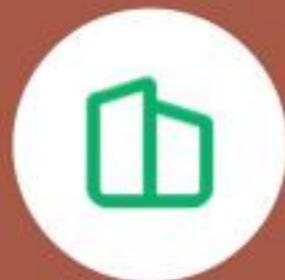


收益模式与增长潜力



线下渠道收益：快速回款与市场验证

通过向理发店、美发店、药店、日化店及洗护批发商铺货，实现快速走量与现金流回笼，验证商业模式可行性，为项目初期发展奠定基础。



线上零售收益：高利润与复购保障

布局抖音、快手、视频号、私域及电商平台，直接触达脱发需求个人用户，依托产品真实效果提升复购率，获取更高利润空间，将业务从区域拓展至全国。



加盟代理收益：品牌增值与长期收益

待模式跑通、口碑形成后，开放加盟/代理，通过产品销售、加盟费及供应链服务获取多重收益，实现从单一项目到品牌化运营的升级，拓展长期盈利路径。



增长潜力：千亿市场与刚需驱动

养发市场规模持续扩大，脱发问题年轻化催生全民刚需，依托真实效果产品与灵活商业模式，有望在市场竞争中占据优势，实现稳步增长。

THE END

谢谢

