

# 没想到,第一批00后开始植发了

## 不再“听之任之”,这一代中青年向脱发“宣战”

刚过去的这个周日,不仅是父亲节,也是世界无脱发日。

两个节日并存于同一天,它们的关联性也一目了然。据卫健委近年来发布的《中国人头皮健康白皮书》数据显示,我国现存脱发人群已经超过2.5亿人。这其中,男性脱发者占65%。

而卫健委公布的另一个数据更触目惊心:在脱发人群中,30岁前脱发的比例高达84%,较上一代的脱发年龄提前了20年。

在代际的更替中,人们的观念也在发生改变。相比上一辈“听之任之”的态度,这一代中青年正在向脱发进行无声的宣战。在如今最受男性青睐的医美项目中,植发常年稳居第一。

### 这个看脸的年代

把码农们都“逼”去植发了

“在我们这个行当里有一种说法:你头发的多少就代表了你在行业里的资深程度。”北京人张先森(化名)对记者说,“它们之间呈反比关系。”

40+的张先森是一名大厂程序员,从事前端开发。他常年平均下班时间为0点左右,回家、洗漱、有时再加夜宵,一通操作后上床已近2点。3年前,当他来到专业机构检测时,发现自己的脱发程度已接近4级(最高7级),“我的前额呈m型脱发,加上头顶的脱发,就是m加o了。”

根据艾瑞咨询发布的《2024年中国脱发白发理疗产业洞察报告》,年龄36—45岁的中年人,从事IT互联网、商业贸易的人群脱发/白发比例最高,其问题主要源自熬夜、精神压力大和作息不规律。

在张先森所在的公司里,脱发问题是上至领导层下至刚毕业的00后最热衷讨论的话题之一。张先森说,同事中的植发率达到了20%到30%。而一些刚开始有脱发迹象的95后和00后,则热衷于去专业机构进行头皮护理和药物治疗等预防性治疗。“但我们年轻的时候不懂,只知道头皮出油厉害,有黄色的小结晶。以为多洗头就行了,因此吃了很大的亏。”

对于植发这件事,张先森原本是抵触的。“一是怕失败;二是怕疼。而且给人一种做医美的感觉,你也知道我们程序员基本不太爱和医美沾边。”后来,他身边有个在政府部门工作的兄弟先去植了。“没办法啊,这就是个看脸的年代!”兄弟跟他感叹,“这下参加政府会议的时候哥们也能抬头挺胸了!”

联想到自己的处境,人过40的张先森瞬间点头如捣蒜。

“作为‘码农’,照理说天天跟电脑打交道,社交不多,也没必要去植发。但是当你到了一定职位,像我在公司属于中高层了,那参加重要会议的场合就多了,公开发言的机会也多了。这时候你就不再代表自己,而是代表这个公司甚至这个行业了。”

他解释,“而且你接触的人层次也不一样了,那些本来就身处高层的人还一个个都头发茂密,生命力无比旺盛。你站在他们边上,确实会有对比。”

这个看脸的年代,终于把码农们也“逼”到开始靠医美整活了。“你一旦有头发了,确实就自信了。”他相信,如果自己给别人的第一印象好了,也许就可以带来更多职业上的机会。

### 疫情期间客户量达到峰值

“直播经济”将植发变成一部分人的刚需

一百个脱发的人就有一百个人生中的“至暗时刻”。

2022年,全球首档男性脱发纪录片《秃然发生》播出。自身饱受脱发困扰的媒体人何润锋在花3个月里探访了和自己一样的脱发群体后感慨,“有人因为脱发找不到对象;有人因为脱发被领导嫌弃;有人因为脱发迁怒父母;有人因为脱发想要自杀……”

在关乎男人们头发的真相里,有我们未曾了解得惊恐、愤怒、恐怖、残酷,也有苦中作乐、重拾自信的艰难,还有绝望、无助的哭喊。

张先森向我们描述了自己在植发前最尴尬的时刻:电梯时刻。

“乘电梯的时候不敢站在前面,因为感觉到后面所有的眼睛都盯着自己的后脑勺。”每到这样的时刻,他就觉得脑袋一阵凉意。“本来就没剩多少头发了,被这样一看感觉更冷了。”他说,很快自己乘电梯就有了心理阴影。如果电梯里人多,情愿再等一台,“反正要尽量站到后面去。”

当他终于下定决心植发的时候,医生告诉他,发展到将近4级脱发其实已经有点晚了,但还有得救,再晚一点,他们就无能为力了。尽管知道医生指的是自己头皮毛囊的状态,但他仍然觉得自己听到了一种对于自身命运的宣判。

由于植发手术都需要提取头皮本身健康的毛囊植入脱发



的部位,因此存在一定的失败概率。术前需要十分专业的科学手段甄别毛囊是否健康、且不会在短时间内坏死,还对医生的手势提出了很高的要求。何润锋在拍摄纪录片期间遇到过培训三天就上岗的植发医生,可见这一行的鱼龙混杂。

据了解,国内植发行业是从1997年起步的,这年成立了国内第一所专业毛发移植中心(原北京铁路总医院毛发移植整形中心)。而中国第一个直营植发连锁品牌大麦微针植发,创立于2006年。到了2018年,包括公立医院和民营医院在内的植发机构数量已经超过1000家。

大麦微针植发执行董事兼副首席执行官崔韶芳向我们介绍,公司从成立后到疫情前,销售额平稳地保持在每年30%到50%的增长。此后虽然遭遇了三年疫情,但他们统计相关数据后发现:2021年5月,来植发的客户竟然达到了开业十多年来的一个峰值。

在崔韶芳看来,这在一定程度上说明人们经历疫情后消费观发生了改变。此外,也反映出男性容貌焦虑的情绪正变得越来越普遍。

而如果我们稍加留心就会发现,这个时间节点正好和直播产生的兴起是符合的。直播产业是一门在疫情时代基于人们出门不便而迅速火爆的产业,这项产业捧红了无数普通人,并且激发千万普通人满怀热诚地投入进来。

在直播的世界里,规则简单粗暴。高颜值就是可以获得更多的关注和更多的礼物与打赏,而后期带货则可以带来更高的经济收入。因此,个人形象变得前所未有的重要。

光顾植发机构的一个群体,就包括那些出现了脱发问题的网红博主和想成为网红博主的人。“对他们而言,植发是一个刚性需求。”崔韶芳指出,“现在都说‘颜值经济’,具体什么意思?就是将颜值转化成经济上的收益。”

### 00后整顿职场? 不,他们整顿的是自己的发际线!

当然,在所有接受植发的人群中,网红毕竟只是一小部分。

但是当下的时代特点决定了:即使不是活在镜头中的公众人物,即使平凡如你我,也不得不时刻接受一种来自他者的凝视和评判,而直播只是将这种凝视变得具象化了。

在传统社会中,女性是被看的第二性,男性则通过各种媒介和渠道,成为观看和凝视的第一性。英国学者约翰·伯格写



扫码阅读更多

于1972年的《观看的方式》一书就提到,人们观看方式中“理想”的观赏者通常是男人。

但在2024年的今天,男性和女性的社会分工以及权利差异不断缩小。当根深蒂固的优越感渐渐消失,越来越多的男性开始感受到自己正在成为“被凝视”的对象。

英国《卫报》曾经披露过一份数据,调查显示现实中男性对于身材的焦虑其实更甚于女性。超过80%的男性担心自己的身材走样,而有这种担心的女性为75%。曾经被视为专属于女性的“容貌焦虑”,如今已经蔓延于男性群体。

在统计了近半年的到诊人数后大麦方面发现,半年内25岁—30岁的植发客户有3000多例,30岁—35岁在4000多例,35岁—40岁则为2900例。而随着时间的推移,已经有第一批00后走进了这里,决定通过植发拯救自己的人生。

“哈喽,00后第二次植发的第3天。我这次属于补种,补第一次种时有缺陷的、稀疏的部位……相比第一次,没有那么疼痛了,肿也消得快,第二天已经消了60%。”00后博主“大橙子”在视频里分享自己的植发体验,到第40天的时候,他宣布自己的头发进入了脱落期,“期待3到4个月后,就能进入生长期。”

在小红书等社交平台上,这类视频并不少见。00后们纷纷晒出了自己日益稀疏的后脑勺和后退的发际线,大家彼此鼓励打气一起接受植发。他们自我调侃:“00后整顿职场?不,他们整顿的是自己的发际线!”

“目前来看,25岁到40岁之间的年龄段接受植发的人是最多的。”崔韶芳说,“这里面就涉及到一个男人一生中最重的两件事:成家和立业。我们业内有一种说法:头发就是男人的第二张名片。”

头发和名片,两件看似不相干的两样事物,双双指向了同一个源头:自信。就像《秃然发生》里某一集,29岁青年张建宏一直幻想,等自己重新长出了头发,就能俘获心仪对象的心。但他饱受打击的是,自己在植发成功后还是遭遇了感情的挫折。

这也引发了作为观众的我们进一步的思考:男性的自信究竟来源于哪里?应该来源于哪里?复旦大学附属华山医院皮肤科主治医师倪春雅告诉我们,以她接触的男性植发群体和接受皮肤护理类项目群体而言,其实到了某个年龄以后做这些改善的意愿反而不迫切了。

晨报首席记者 沈坤或