

中国医美行业趋势研究报告

乱中寻序

2019年





前言：我国医美行业在经历了2013-2017的快速增长后，由2018下半年进入行业洗牌阶段。面对多样与复杂的消费者需求，多数机构在迷茫中倒闭；投资者也逐渐对医美行业产生了疑问。本篇报告将从以下几个维度分析行业与机构，以在混沌中寻求生存。

行业现状及未来空间，机构价值链现状，机构经营模式及行业趋势？



市场空间：2019年医疗美容市场规模预计1739亿元，增速降至20.1%；原因主要来自供需不匹配，即消费者需求与从业人员在项目、沟通、服务等环节的不匹配。艾瑞认为，医美机构需要2-4年时间调整经营模式，以满足多元化的消费需求。



价值分布：医美行业产生的价值，主要由渠道与搜索平台获取，且是医疗价值的2-3倍。在医美行业重获客营销的经营模式下，机构经营者多通过压缩医疗服务、院内管理等成本，以获得更高利润。



发展趋势：短期来看，获客营销成本不会发生大的变化。医美机构为寻求更高效的获客方式，将尝试多种形式与内容。中期来看，受会员管理系统和混合经营模式的成熟，医美机构成本结构将发生变化，价值分布向医疗服务迁移。

中国医疗美容行业概述

1

中国医疗美容市场潜力

2

中国医疗美容行业价值链分析

3

中国医疗美容行业趋势分析

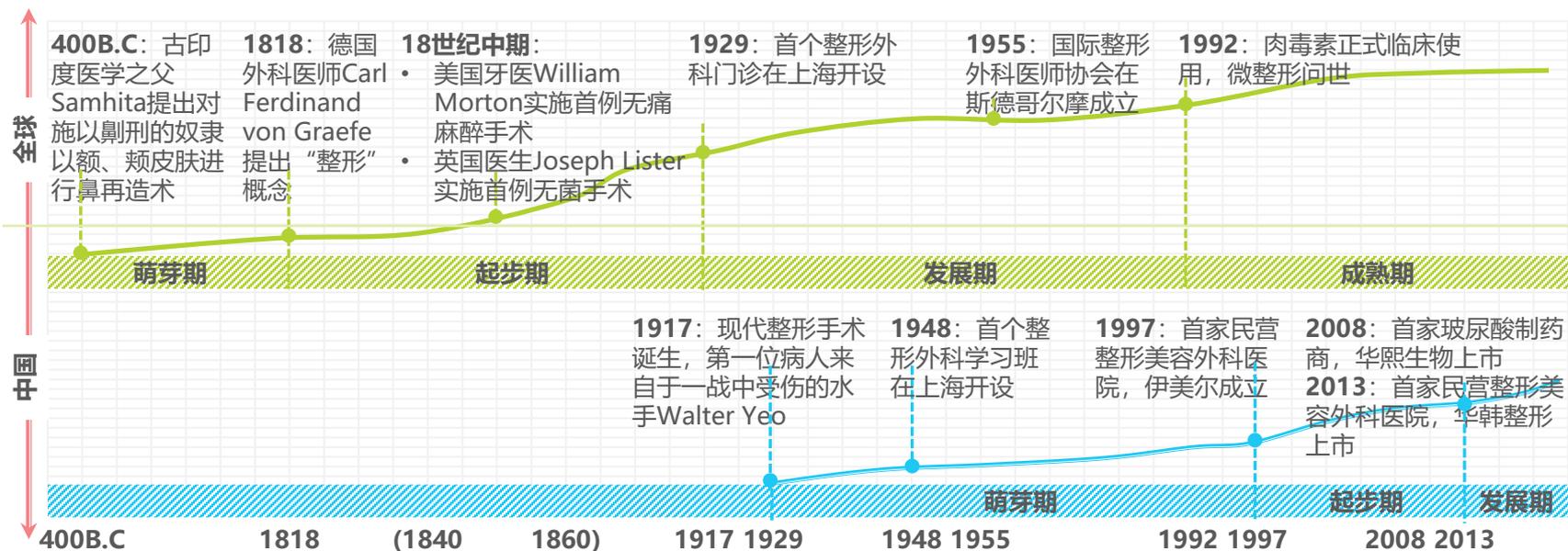
4

全球医疗美容行业发展历程

旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家

医疗美容的起源可以追溯到古印度鼻再造术，同时我国《晋书》魏咏之传中也描述了类似唇腭裂修补手术。在此后漫长的历史进程中，各类文献或多或少都有整形手术的痕迹。直至1917年，现代整形手术作为梅毒、种族主义及一战的副产物，治疗修复着民众受伤的身体或心灵。在我国，现代整形手术起始于1929年，以上海首个整形外科门诊为标志。1997年伊美尔成立，预示着民营医疗开始切入整形美容市场。随后华熙生物、华韩整形上市，美莱、伊美尔等医院的扩张，我国医疗美容行业步入发展期。2015年，受颜值经济影响，医疗美容市场异常火热进入爆发性成长期，不仅为从业者带来了巨大商机，也引发了许多社会问题。2018年，据传言合规与黑机构共有近5万家，大小机构均面临盈利难等问题，市场正式进入洗牌阶段，医美也成为了大众消费品。

全球医疗美容行业发展历程示意图



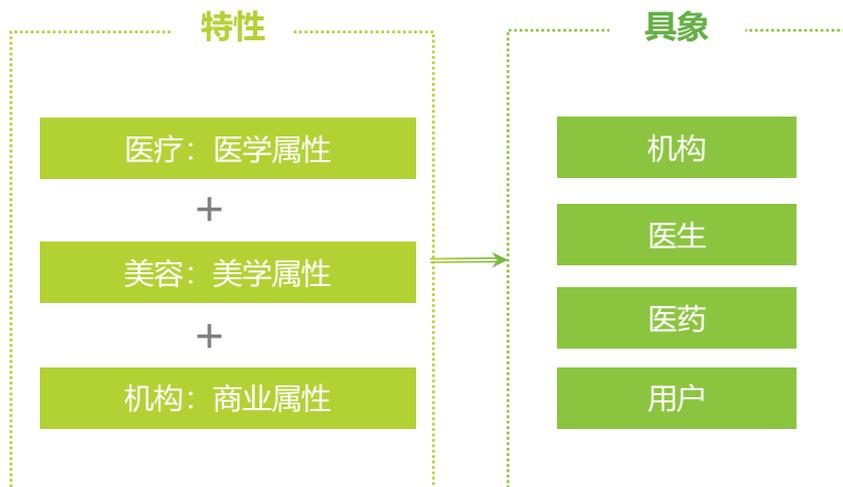
来源：艾瑞根据专家访谈，公开资料研究绘制。

现代医疗美容行业定义与特性

以美丽为目的，以医学为主要手段

区别于临床医学，医疗美容是以审美为目的，而非治病（医生除了拥有医学知识外，仍需拥有同等重要的美学理论和心理学常识）。因此，医美是包含多重属性、多学科群的行业，是用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑。常见手术类项目包括，眼睑整形术、隆鼻、丰胸、面部重塑；常见非手术类包括光疗、玻尿酸注射、冷冻等。与医疗美容对应的是生活美容，包括形象设计与美妆、皮肤护理、美甲美体塑身等，两者的区分以是否破损真皮层为标准。

医疗美容行业定义与特性



医疗美容项目分类

手术

- 面部手术：眼睑/耳部/鼻整形、脂肪/假体填充、修复手术、植发等
- 胸部手术：隆胸、去副乳、胸部修复等
- 身体：吸脂手术、脂肪填充转移、身体塑形等

+

非手术

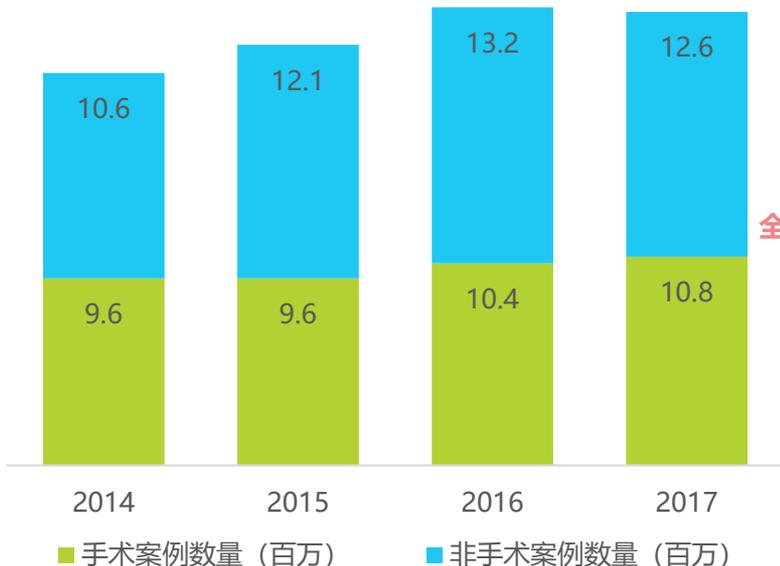
- 注射：肉毒素、玻尿酸、透明质酸等
- 非注射：光子嫩肤、果酸换肤、微晶磨皮、皮秒激光、射频紧致、激光脱毛等

医疗美容行业想象空间

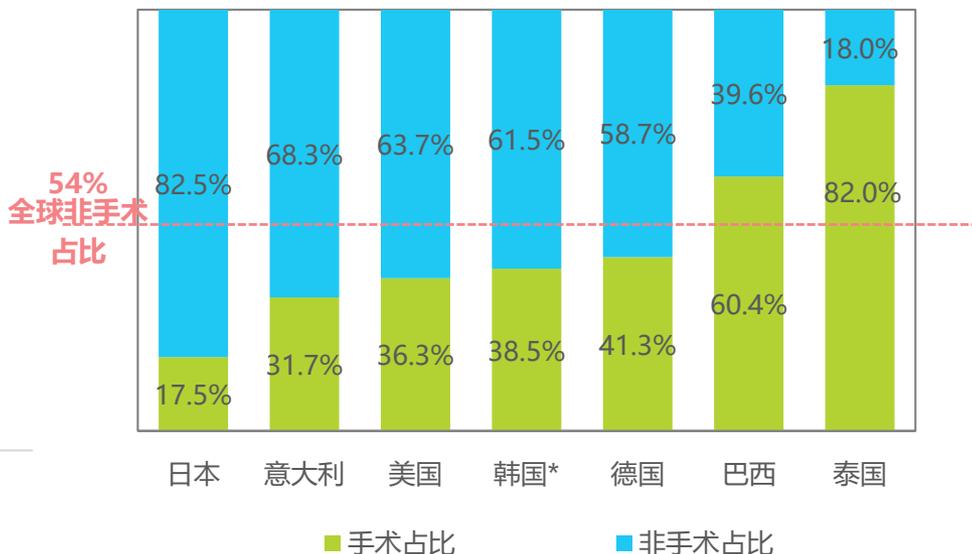
全球医美非手术项目占比约5成，因风险低受大众欢迎

据ISAPS（国际美容整形外科学会）统计，2017年全球医美案例数量23.4千万（国家包括美国、巴西、日本、墨西哥、意大利、德国、哥伦比亚、泰国），相比2016年基本维持不变（除以上还包括韩国与中国台湾。整体来看，全球医美案例数量增速维持在7%左右，非手术案例数量多超过手术类。非手术类项目本身风险相对较低、恢复期短，不具有永久性不可逆转疗效，更适合医美风险规避的消费者和喜欢尝鲜的大众消费者。

2014-2017年全球医疗美容手术与非手术案例数量



2017年全球主要各国家医疗美容手术与非手术占比



来源：ISAPS，公开资料，艾瑞研究院研究绘制。

注释：韩国数据年份为2016年。

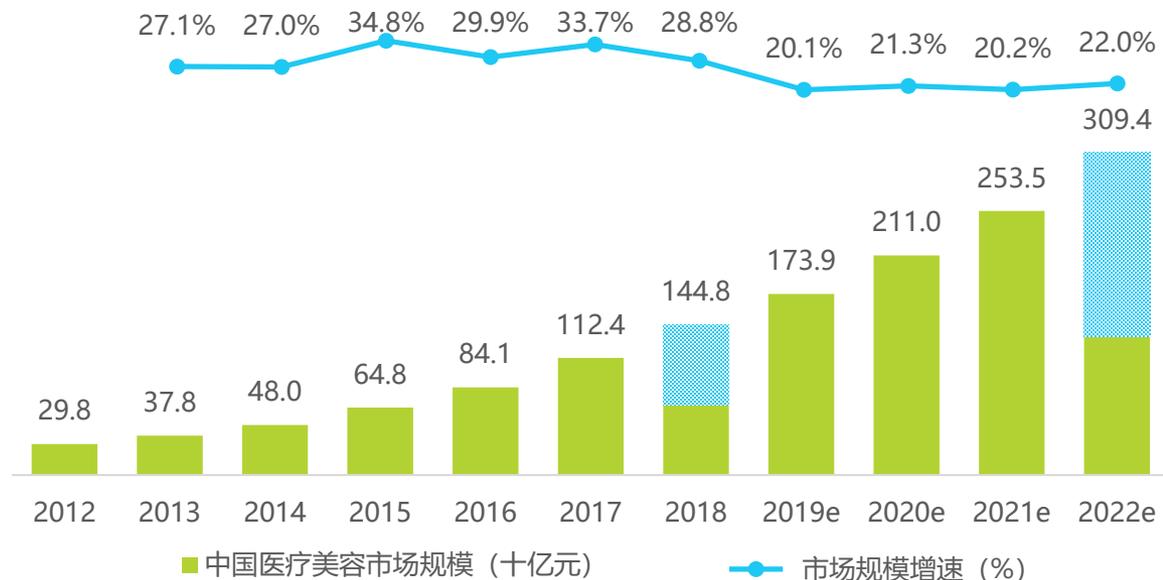
来源：ISAPS，公开资料，艾瑞研究院研究绘制。

医疗美容行业想象空间

整体增速放缓至20%左右，市场进入调整阶段

艾瑞预测2019年中国医疗美容市场规模将达到1739亿元，增速减缓至20.1%。2013-2017年，医美行业为高速发展阶段，大量机构涌现以满足消费者需求，2015年受社交媒体网红文化影响，消费者数量及需求进一步提升。2018年为行业转折点，大量中小机构面临盈利难等问题。市场呈现供需不匹配状态（消费者与从业人员在项目、沟通、服务等环节的 mismatch）。一面是新增消费者量下降，且需求旺盛的消费者难以找到合适机构与医生；另一面是大量中小机构因医疗、运营人才缺失导致的新客不足、老客流失等问题；因此市场增速缓慢下滑。艾瑞预计经过2-4年的机构自我调整与改革，以及年轻一代消费需求及能力的提升，市场将逐步回暖。

2012-2022年中国医疗美容市场规模



市场结构：2018年，手术与非手术收入占比约为6.5:3.5，随着微整形技术的提升，艾瑞认为微整形人群规模增速将高于手术类人群；到2022年，预计为5.5:4.5。

医疗美容行业竞争格局

医美市场呈现高分散，大体量机构营收规模占比约10%

中国医疗美容市场竞争格局呈现高度分散状态，且近几年分散度会进一步提升。医美项目具有消费个性化、地域差异化等特征，因此机构很难将运营经验跨省市复制。我国的连锁医美集团也多采用各地区自主经营的形式。此外，伴随成本的提升，医美机构经营者也多选择开设中小型机构，以应对快速变化的消费者。

2019年中国医疗美容机构竞争格局

大体量

6-12%

- 代表机构：美莱、艺星、伊美尔、朗姿、丽都整形、华韩整形
- 机构特征：多为连锁机构，且同时拥有大中型医院、门诊部、诊所等多种形态的医疗美容机构。其中大型医美机构通常在3000平米以上，全职主诊医生10-15位，客流量50-200个/天。

中小型

70-75%

- 代表机构：北京长虹、四川华美紫馨、上海薇琳、成都西婵、杭州时光等
- 机构特征：包括医院和门诊部两种形式；规模约在500-3000平米之间，全职主诊医生3位左右，客流量20-100个/天。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21036

