

秩序重建，疫情渐平，线上医美平台风口再现？

尽管外貌党并非一个十分褒义的说法，但通过医疗手段，提升外貌水平，让自己在社会交往中更具优势，的确是现代社会中不少人的选择。实际上，跟国外发达国家相比，国内的医美普及率还有很大提升空间。

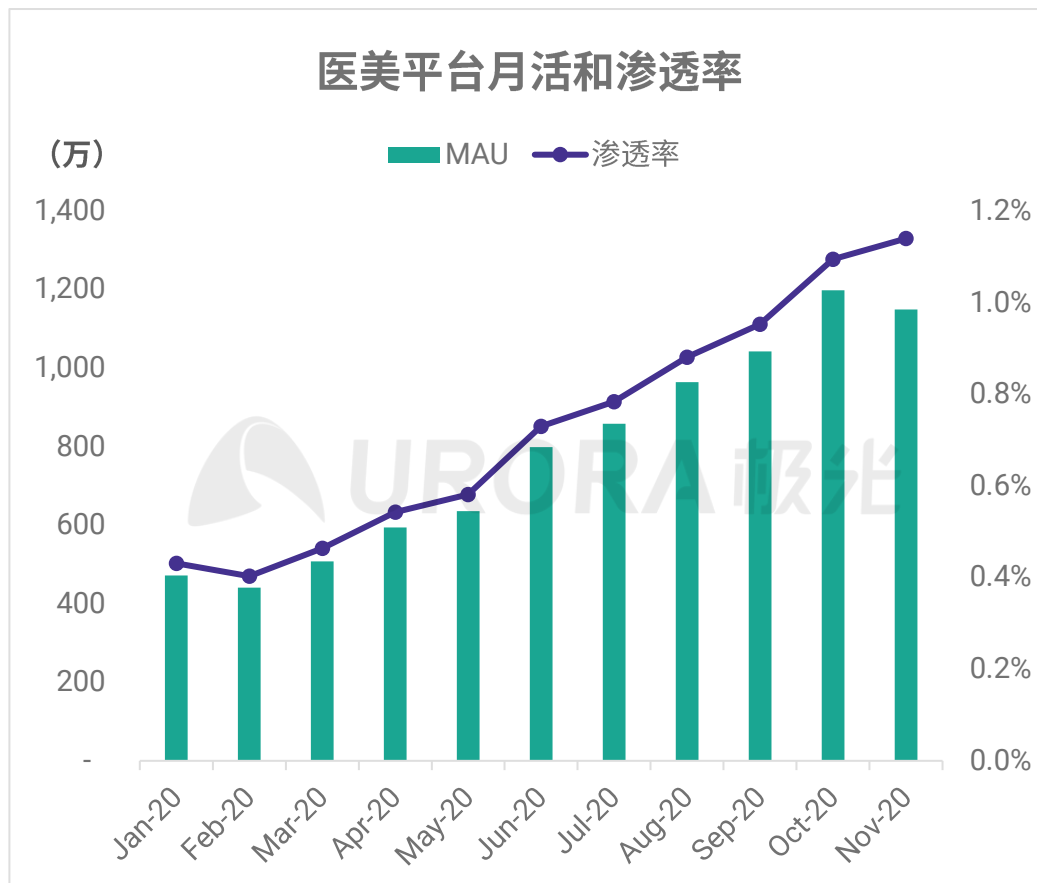
在过去几年，巨大的市场需求推动着医疗美容行业高速发展。但同时，无证行医、操作不专业、仪器药品不安全等违规违法行为层出不穷，医美行业乱象丛生。“医美贷”野蛮生长，无资质机构违规放贷、联合客户骗贷、假借“零首付、零利息”等名义诱导消费者、暴力催收等乱象大量出现，严重扰乱了医美市场秩序。

2016 年，中国整形美容协会成立，推进医美机构合规化；2017 年 5 月至 2018 年 4 月，国家卫生计生委等七部门联合开展严厉打击非法医疗美容专项行动。多个省市也相继采取行动，严肃整顿医疗美容行业。2020 年 4 月，国家卫健委等八部门联合下发了《关于进一步加强医疗美容综合监管执法工作的通知》，针对医疗美容行业的乱象问题进行进一步整治。

对于“医美贷”的叫停和对医美客户营销手段的限制，一度让行业饱受客户减少的痛苦。今年年初，疫情爆发，停工停学，这对于刚刚整顿秩序的医美市场是一次猛烈的打击。国际知名研究机构弗若斯特沙利文（Frost & Sullivan）发布的中国医美市场数据预测，中国医美服务行业 2020 年整体增速将大幅收窄至 5.7%，同比 2019 年下降 13%，行业总收入规模预计为 1,518 亿元。

随着国内疫情逐步平息，医美机构和用户的需求都在恢复。作为营销服务平台的价值，在种种不规范营销手段被限制的当下，就显得弥足珍贵。从极光大数据监测的数

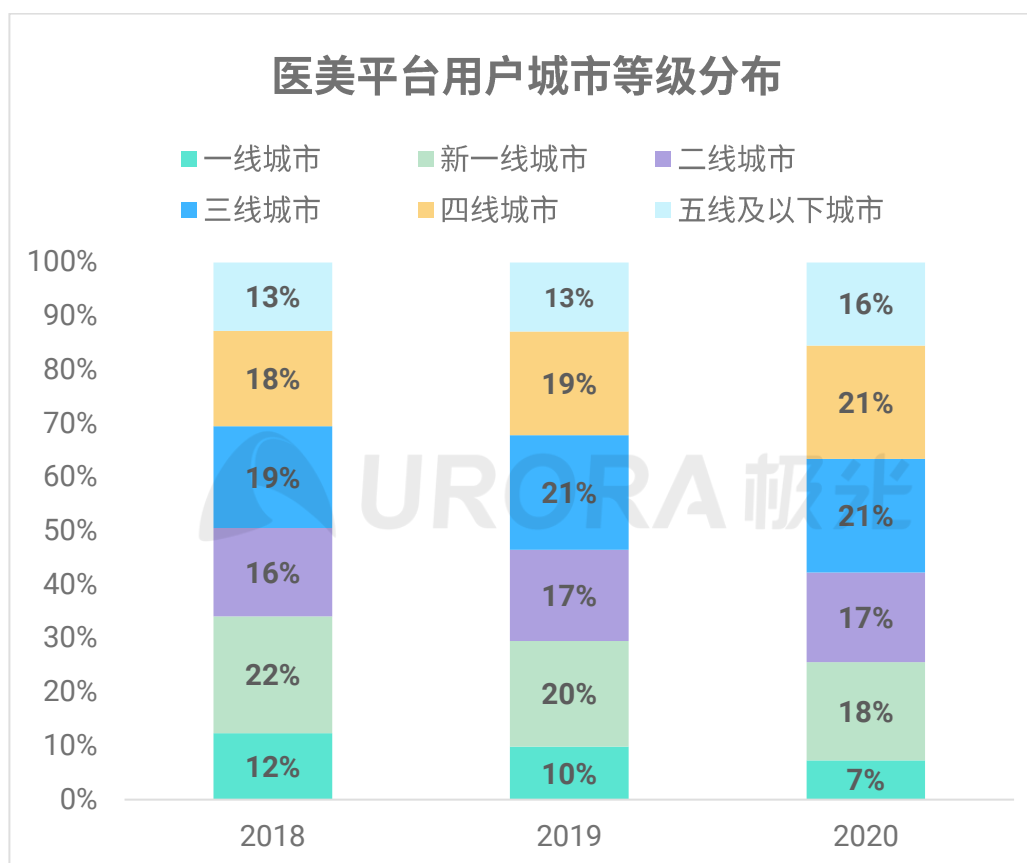
据来看，以新氧、更美和悦美为代表的医美平台在用户规模和活跃度层面呈明显增长的态势。按照 1% 的渗透率来看，线上医美平台还远未达到其天花板。



数据来源：极光 iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2020.01-2020.11

下沉市场中探索机会。据新浪财经，新氧从 2016 年就开始实施“城市下沉”战略；更美也在 2018 年以前就开始“下沉”。从 2018 年到 2020 年医美平台用户城市等级分布看，2020 年，三线及以下城市用户占比累计 58%，比 2018 年增加约 16%；2020 年一线城市用户占比为 7%，比 2018 年减少约 42%。医美平台用户占比最多的城市是重庆市，北京和上海分别在用户数量占比排名的第三位和第四位。2018 年到 2020 年，用户占比下降城市 Top 5 多为一线城市，上升城市 Top 5 多为三线城市。这一方面说明主流平台的下沉战略见到成效，另一方面，下沉市场的用户需求真实且长期存在。

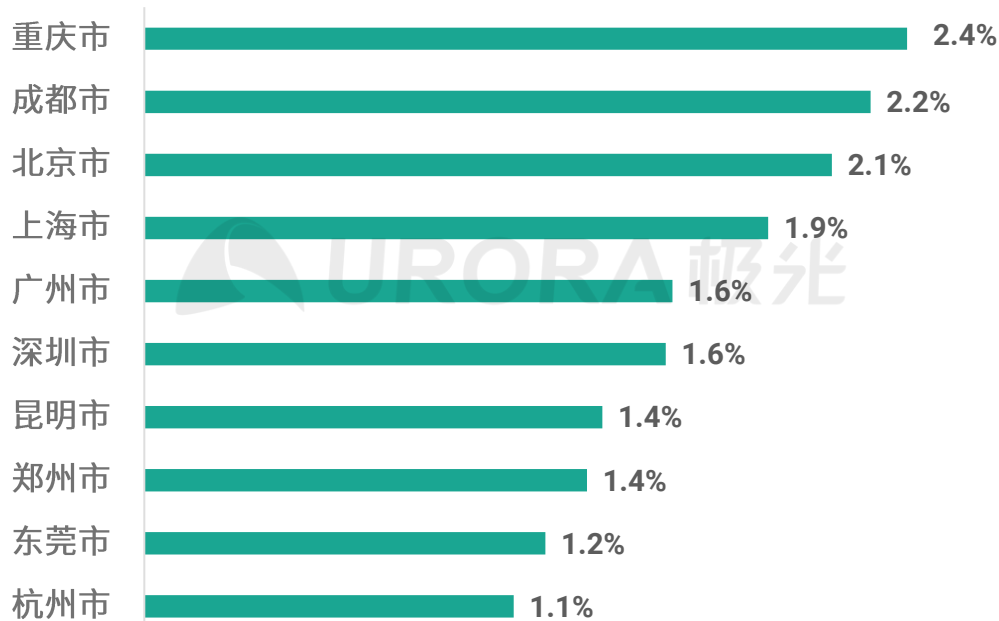
- 2019 年商务部研究院发布的《下沉市场发展与电商平台价值研究》报告显示，随着中国经济高质量发展与人均收入的增长，三四线城市居民的消费热情和消费能力将稳步提升，下沉市场已经成为拉动消费增长的重要引擎；
- 多个研究机构报告显示，中国医美机构以中小型民营机构和私人诊所/美容院为主，公立医院整容科和大型知名连锁医美集团多分布在发达地区；同时，医美机构资源分布不均，质量参差不齐和价格不透明的问题明显。相比发达地区的医美行业相对成熟，广阔的下沉市场更需要医美平台解决信息不对称，为合规机构曝光引流并为消费者做出合理引导。



数据来源：极光 iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2018.11, 2019.11, 2020.11

2020年医美平台用户占比

城市Top 10



数据来源：极光 iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2020.11

2018 年-2020 年医美平台用户占比

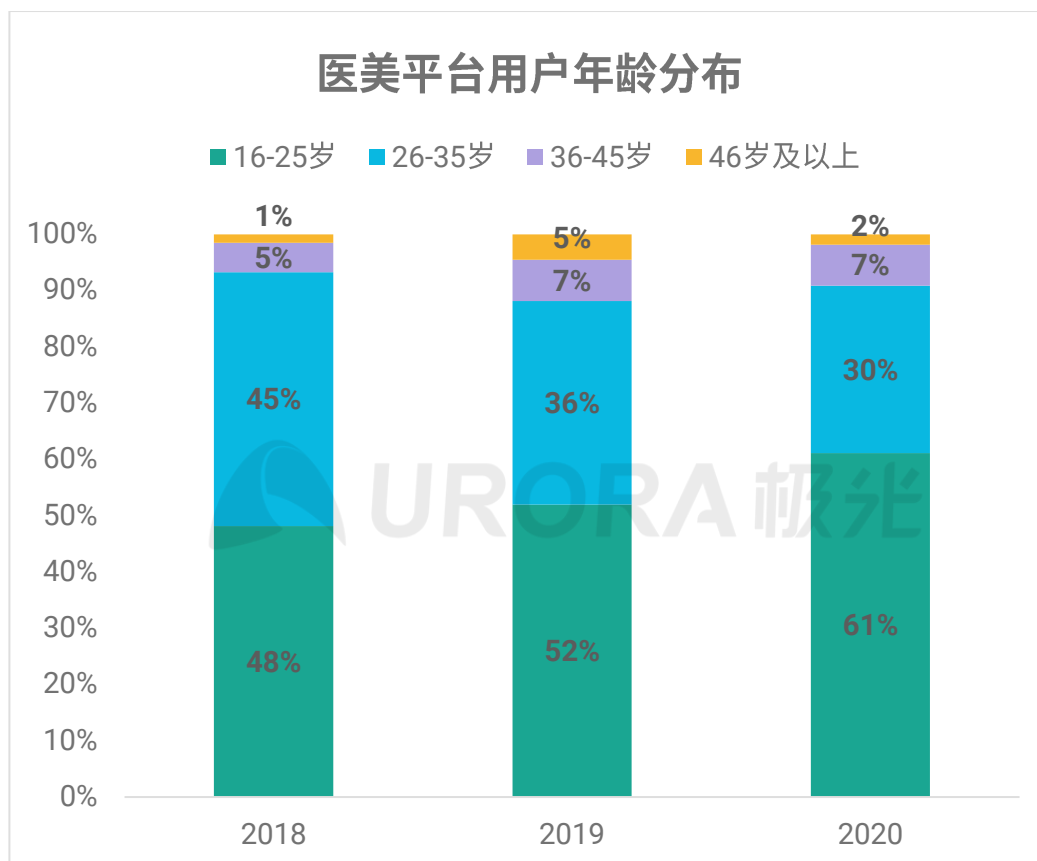
下降/上升城市 top 5

占比下降 城市	北京市	-2.1%
	上海市	-1.4%
	成都市	-0.9%
	深圳市	-0.8%
	广州市	-0.8%
占比上升 城市	菏泽市	0.2%
	长春市	0.2%
	临沂市	0.2%
	南阳市	0.2%
	邯郸市	0.2%

数据来源：极光 iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2018.11, 2020.11

医美用户年轻化的趋势很难在短期内改变。从医美平台用户年龄分布看，2018 年到 2020 年，16-25 岁用户占比逐年增加，并一直是平台上占比最大的一部分用户。2020 年，医美平台 16-25 岁用户占比达 61%。

- CNNIC 报告显示，截至今年 6 月，我国网民规模为 9.4 亿，其中学生身份网民在网民职业结构中占比最高，达 23.7%。新一代的年轻人成长在互联网和内容大爆发的科技环境下，随着短视频平台的流行，更多的年轻人习惯于以短视频或照片的形式记录并分享自己的生活，由此而产生的对时尚和外在的追求也不断提升，医美平台的需求也水涨船高；
- 随着中国城市化进程的加速，新一代年轻人大多成长在城市里，接受信息渠道更加多元，接受的信息量也更大。他们的世界观、人生观、价值观和消费观等属性都呈现出更多元化、包容化、自主化的特点，对医美的接受度也更高。《腾讯 00 后研究报告》显示，00 后更愿意为自己的兴趣付费。同时，年轻人由于思想尚不成熟，也更需要合规的医美平台为其作出正确客观的信息披露和消费指导。



数据来源：极光 iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2018.11, 2019.11, 2020.11

医美平台需持续加强社区运营和专业度深耕。今年年初疫情爆发，医美平台的人均月启动次数和使用时长在二月有明显下降，但随着疫情好转和实施“居家办公”，用户有更多的时间使用平台，三月份平台的人均月启动次数达 14 次，人均月使用时长达 53 分钟，都创造了今年以来的最高值。随着复工复产的全面落实，平台的使用频次和时长都有所回落。再加上美团医美、阿里健康等巨头扶持的平台的竞争，以及小红书和大众点评等依靠高频品类导流的优势分走了一部分用户流量，医美平台的使用频次

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_22024

