

# 2018年中国医疗美容市场分析报告- 行业运营态势与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国医疗美容市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/330039330039.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

在医疗美容产业链中，主要包括上中下三个部分，上游的生产商将商品以直接或间接的方式销售给经销商，医疗美容机构购买后再以附加场地人工费用、手术耗材费用的方式转化为医美产品转接给消费者，除了传统的媒体广告和医美 APP 等引流方式外，新兴的医美 O2O 充分利用了互联网的优势，挖掘大批线下客户，价格便宜使用方便，是医美行业未来发展的一个大趋势。

图表：医疗美容行业的产业链

从产业链横向分析，利润集中于上游的生产商和经销商之间，并且上游的产业集中度高，规范性强，已经形成了规模。中游的医疗美容机构集中度低，行业规范良莠不齐，公立和民营的医院或机构都没有明显的品牌优势。下游的消费者群体、地域区分明显，增长迅速，但容易受虚假宣传的误导。从产业链的纵向分析，医疗美容已经开始与互联网对接，大量的医美 O2O 上线，但是同质化程度高，缺乏脱颖而出的领头军。

### 一、产业链上游：医美材料和设备生产利润高

上游由医美材料和器械构成，医美材料主要有玻尿酸、肉毒素、胶原蛋白、硅凝胶等，器械主要有激光美容仪、射频美容仪、激光溶脂仪等。上游处于产业链的顶端，从主要公司的净利率和毛利率来看，利润集中于上游，并且所生产的材料和器械都必须获得国家审批，行业格局良好、规范性强。

图表：医疗美容产业链的净利率集中在上游

图表：医疗美容产业链的毛利率集中在上游

上游另一个关键的环节是经销商，经销商是生产商和医疗美容机构之间的桥梁，特别是在引进国外生产商的产品时起到了重要的作用。2014 年 9 月，华东医药取得韩国 LG 产品 YVOIRE(伊婉)玻尿酸在中国的独家代理权。2015 年 9 月，新华锦设立青岛利百健生物科技有限公司，其中新华锦持股 49%，用于承接意大利利百健 SVF 技术在中国地区的独家代理权和生产权。

目前，由于中国医疗美容行业起步和发展都落后于医美发展较为成熟的国家，很多的材料和器械都依赖于从国外进口，消费者也更加信赖进口产品。未来，随着我国医疗美容行业技术的成熟和人才队伍的完善、国产材料和器械成本的不断降低和产品质量的提升，取代国外进口材料和器械是大趋势。

### 二、产业链中游：民营医美机构格局混乱

中游由医疗美容机构组成，我国医疗美容市场的主体按性质可分为公立医院和民营医院，按类别可分为公立医院的整形美容科、公立的整形专科医院、大型连锁医院、中小型医院和私人小型诊所。

公立医院属于非营利性，没有大规模宣传的需求，受卫生部门直接监督，继而安全性高、风险小，价格低。但是，民营医院增加宣传投入，提高服务质量，经营方式更加灵活，

可选择的项目丰富，价格区间种类多，服务性大大提高，给消费者带来更好的体验，因此吸引了很多的消费者。

图表：公立和民营医院的对比

从数量上看，2015 年我国民营整形外科医院数量大大超过公立整形外科医院的数量，占到了 95%。据《农工党东莞市委：建议专项整治生活美容院非法行医》指出，东莞仅有 43 家正规医美机构，目前在工商局注册的美容院达到 6000 余家，还不包括未经工商部门批准的地下的微整和整形工作室，北京的正规医美机构也仅有 260 余家；从地域上看，由于我国经济发展区域性比较大，我国整形美容产业主要分布在北上广深和一线大中等经济发达城市，这些城市不仅拥有技术强硬和设备专业的专家队伍、配套的学科设置和培训体系，还拥有一大批的消费群体和潜在客户。由于技术，服务，安全性的优势，不居住于大城市中的人们也会不远千里来到有名的整形医院。因此，医疗美容的区位优势和产业聚集越来越明显。随着整形美容的思想不断渗透和中小城市经济的发展，医美在一线城市的发展速度将会继续增快之外，还会开始渗透二三线城市。

图表：民营整形外科医院数量远超公立（所）

图表：医美机构主要分布于北上广和一线大城市

连锁化机构具有品牌优势和规模优势，1.统一资金管理，统一公司管理，统一建立人才队伍；2.大批量进货使运营成本降低，发挥规模优势来实现薄利多销，进一步扩大了市场，提高了知名度；3.高效率经营，减少商业投资风险。在国内上市的医疗美容机构中，毛利率均达到了 35%-65%。连锁化的品牌，例如利美康、伊美尔、华韩整形和丽都整形，他们的毛利率都达到了 55%左右，可见消费者更倾向于连锁化机构。目前医美行业分散度高，公立、民营医院或机构良莠不齐，虽然有伊美尔、华韩、丽都等行业的领头军，但是连锁大型的整形美容机构还不是很丰富。未来，随着国家的政策不断放宽，资本不断涌入会出现多所连锁化医疗美容机构。

图表：上市的主要医疗美容机构

### 三、产业链下游：医美互联网+成消费新趋势

下游由消费者组成。在医美发展初期，消费者大多从媒体广告和网络搜索中获取信息，信息透明度不高，存在很多虚假广告，随着互联网的发展，80后和90后逐渐成为医美行业的主力军，医美APP、O2O平台、网红直播等成为了传播的新途径。

O2O 是指从线上到线下，将线下的商务机会与互联网相结合，让互联网成为线下交易的平台。对医疗美容机构来说，通过在线支付和数据的采样调查，可以了解顾客的消费需求，更好地拓展客户，带来更丰富的利润，同时也能减少对地理位置的依赖，减免租金和运营成本。对消费者来说，医美 O2O 模式可以更加快速提供丰富全面的优惠信息，轻松选购适合自己的项目，避免了信息不对称而产生的价格蒙蔽。

图表：行业主流的医美 APP 平台

图表：医美 O2O 主要平台

目前国内知名的医美 APP 有新氧，更美，悦美等，新氧成为第一个完成 D 轮融资的医美APP。根据新氧发布的2017医美行业白皮书中显示，他们已经拥有了15000 名合法执业医生，6600 家正规机构，覆盖了 200 多个城市，5 个国家。并且新氧承诺，平台上的所有产品都通过了5重保障，还推出了医疗美容保险产品，理赔流程全程在线完成，整个过程不超过 30 天。据新氧 CEO 金星介绍，新氧在 2017 年初已占据医美 App70%以上的市场，未来还将不断扩大。截止 2018 年 1 月下旬，通过蝉大师搜索安卓市场下载量发现，新氧下载 5065.9 万次；更美下载 3865.2 万次；悦美1880.9 万次；美呗 845.7 万次。

白皮书数据还显示，中国医美消费者以 25 岁的年轻人为主，源源不断的年轻人加入医美消费者的行列，成为推动这一市场增长的源动力。5 至 10 年后，目前的消费主力军进入中年，新的一批年轻人补充进来，中国医美市场的快速发展期才会结束。这种速度给了医美行业从业者带来了机会与挑战。而在互联网快速发展的大情况下，医美 O2O 必将在行业内涌现。

观研天下发布的《2018年中国医疗美容市场分析报告-行业运营态势与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、医疗美容T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2015-2017年中国医疗美容行业发展概述

#### 第一节 医疗美容行业发展情况概述

##### 一、医疗美容行业相关定义

##### 二、医疗美容行业基本情况介绍

### 三、医疗美容行业发展特点分析

#### 第二节中国医疗美容行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、医疗美容行业产业链条分析

##### 三、中国医疗美容行业产业链环节分析

###### 1、上游产业

###### 2、下游产业

#### 第三节 中国医疗美容行业生命周期分析

##### 一、医疗美容行业生命周期理论概述

##### 二、医疗美容行业所属的生命周期分析

#### 第四节 医疗美容行业经济指标分析

##### 一、医疗美容行业的赢利性分析

##### 二、医疗美容行业的经济周期分析

##### 三、医疗美容行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 国中医疗美容行业进入壁垒分析

##### 一、医疗美容行业资金壁垒分析

##### 二、医疗美容行业技术壁垒分析

##### 三、医疗美容行业人才壁垒分析

##### 四、医疗美容行业品牌壁垒分析

##### 五、医疗美容行业其他壁垒分析

### 第二章 2015-2017年全球医疗美容行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球医疗美容行业发展历程回顾

#### 第二节全球医疗美容行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲医疗美容行业地区市场分析

##### 一、亚洲医疗美容行业市场现状分析

##### 二、亚洲医疗美容行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲医疗美容行业市场前景分析

#### 第四节 北美医疗美容行业地区市场分析

##### 一、北美医疗美容行业市场现状分析

##### 二、北美医疗美容行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美医疗美容行业市场前景分析

#### 第五节 欧盟医疗美容行业地区市场分析

##### 一、欧盟医疗美容行业市场现状分析

##### 二、欧盟医疗美容行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧盟医疗美容行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界医疗美容行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球医疗美容行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国医疗美容产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国医疗美容行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国医疗美容产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、医疗美容环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国医疗美容行业运行情况

第一节 中国医疗美容行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国医疗美容行业市场规模分析

第三节 中国医疗美容行业供应情况分析

第四节 中国医疗美容行业需求情况分析

第五节 中国医疗美容行业供需平衡分析

第六节 中国医疗美容行业发展趋势分析

第五章 中国医疗美容所属行业运行数据监测

第一节 中国医疗美容所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国医疗美容所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国医疗美容所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国医疗美容市场格局分析

第一节 中国医疗美容行业竞争现状分析

一、中国医疗美容行业竞争情况分析

二、中国医疗美容行业主要品牌分析

第二节 中国医疗美容行业集中度分析

一、中国医疗美容行业市场集中度分析

二、中国医疗美容行业企业集中度分析

第三节 中国医疗美容行业存在的问题

第四节 中国医疗美容行业解决问题的策略分析

第五节 中国医疗美容行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国医疗美容行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国医疗美容行业消费特点

第二节 中国医疗美容行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好



### 三、品牌偏好

### 四、其他偏好

## 第二节 医疗美容行业成本分析

## 第三节 医疗美容行业价格影响因素分析

### 一、供需因素

### 二、成本因素

### 三、渠道因素

### 四、其他因素

## 第四节 中国医疗美容行业价格现状分析

## 第五节 中国医疗美容行业平均价格走势预测

### 一、中国医疗美容行业价格影响因素

### 二、中国医疗美容行业平均价格走势预测

### 三、中国医疗美容行业平均价格增速预测

## 第八章 2015-2017年中国医疗美容行业区域市场现状分析

## 第一节 中国医疗美容行业区域市场规模分布

## 第二节 中国华东地医疗美容市场分析

### 一、华东地区概述

### 二、华东地区经济环境分析

### 三、华东地区医疗美容市场规模分析

### 四、华东地区医疗美容市场规模预测

## 第三节 华中地区市场分析

### 一、华中地区概述

### 二、华中地区经济环境分析

### 三、华中地区医疗美容市场规模分析

### 四、华中地区医疗美容市场规模预测

## 第四节 华南地区市场分析

### 一、华南地区概述

### 二、华南地区经济环境分析

### 三、华南地区医疗美容市场规模分析

## 第九章 2015-2017年中国医疗美容行业竞争情况

## 第一节 中国医疗美容行业竞争结构分析（波特五力模型）

### 一、现有企业间竞争

### 二、潜在进入者分析

### 三、替代品威胁分析

### 四、供应商议价能力

## 五、客户议价能力

### 第二节 中国医疗美容行业SWOT分析

#### 一、行业优势分析

#### 二、行业劣势分析

#### 三、行业机会分析

#### 四、行业威胁分析

### 第三节 中国医疗美容行业竞争环境分析（医疗美容T）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 医疗美容行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

### 四、公司优劣势分析

#### 第四节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

##### 四、公司优劣势分析

#### 第五节 企业

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品

##### 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

##### 四、公司优劣势分析

### 第十一章 2018-2024年中国医疗美容行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国医疗美容行业未来发展前景分析

- 一、医疗美容行业国内投资环境分析
- 二、中国医疗美容行业市场机会分析
- 三、中国医疗美容行业投资增速预测

#### 第二节 中国医疗美容行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国医疗美容行业市场发展预测

- 一、中国医疗美容行业市场规模预测

二、中国医疗美容行业市场规模增速预测

三、中国医疗美容行业产值规模预测

四、中国医疗美容行业产值增速预测

五、中国医疗美容行业供需情况预测

第四节中国医疗美容行业盈利走势预测

一、中国医疗美容行业毛利润同比增速预测

二、中国医疗美容行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国医疗美容行业投资风险与营销分析

第一节 医疗美容行业投资风险分析

一、医疗美容行业政策风险分析

二、医疗美容行业技术风险分析

三、医疗美容行业竞争风险分析

四、医疗美容行业其他风险分析

第二节 医疗美容行业企业经营发展分析及建议

一、医疗美容行业经营模式

二、医疗美容行业销售模式

三、医疗美容行业创新方向

第三节 医疗美容行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国医疗美容行业发展策略及投资建议

第一节 中国医疗美容行业品牌战略分析

一、医疗美容企业品牌的重要性

二、医疗美容企业实施品牌战略的意义

三、医疗美容企业品牌的现状分析

四、医疗美容企业的品牌战略

五、医疗美容品牌战略管理的策略

第二节 中国医疗美容行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国医疗美容行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第十四章 2018-2024年中国医疗美容行业发展策略及投资建议

#### 第一节 中国医疗美容行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

#### 第二节 中国医疗美容行业定价策略分析

#### 第二节 中国医疗美容行业营销渠道策略

- 一、医疗美容行业渠道选择策略
- 二、医疗美容行业营销策略

#### 第三节 中国医疗美容行业价格策略

#### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国医疗美容行业重点投资区域分析
- 二、中国医疗美容行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/330039330039.html>