

2021年中国轻医美行业分析报告- 行业发展监测与投资规划分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国轻医美行业分析报告-行业发展监测与投资规划分析》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/553632553632.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

填充医美主要指将填充剂（玻尿酸、肉毒素等）打入皮下后，填充剂自身发挥作用，达到治疗效果。再生医美是指将填充剂（聚左旋乳酸等）打入皮下后，刺激人体自身组织再生纤维细胞和胶原蛋白，达到治疗效果。

近年来随着“颜值经济”蓬勃发展，国民对轻医美接受度的提升，消费需求不断增长，使得我国轻医美用户市场规模不断扩展。数据显示，2020年中国轻医美用户市场规模已达1520万人。

2016-2021年中国轻医美人群规模预测情况 数据来源：观研天下整理

受益于消费需求不断增长，我国医疗美容行业市场规模也保持增长趋势。数据显示，2020年医疗美容市场规模突破3000亿元，达到3150亿元。

2015-2021年我国医疗美容市场规模预测情况 数据来源：观研天下整理

与此同时，随着医美行业相关技术的提升，医美的产品品质和功效不断增加。同时伴随国内胶原再生产品的获批，轻医美从“填充时代”向“再生时代”发展。目前胶原再生已成为打开轻医美行业的第二增长曲线。现阶段国内胶原再生市场上的主要代表产品有：童颜针、少女针、微晶瓷等。

国内胶原再生市场上的主要代表产品

代表产品

功效

基本情况

童颜针

通过PLLA分解产生乳酸刺激胶原蛋白再生

童颜针的核心成分为聚左旋乳酸微球，属于生物相容性（可吸收性）材质。当针剂注射到真皮后首先会起到一些即时填充效果，然后被皮肤所吸收、降解，产生乳酸，进而刺激、诱导皮肤胶原蛋白增生，从而达到提升紧致、增加弹性、改善皱纹的效果。

少女针

兼具玻尿酸的填充效果和童颜针促进胶原蛋白生成功效

少女针被称为“童颜针二代”，其核心成分为PCL和CMC，PCL主要用来诱导皮肤内胶原蛋白的生成，而CMC 可以当做跟玻尿酸类似的物理填充剂，用来填平凹陷。因此少女针兼具玻尿酸和童颜针的功效，既有良好的填充效应，又能促进自身生成胶原蛋白、改善皱纹、使肌肤恢复弹性。

微晶瓷

CaHA+CMC，兼具填充和促进生成胶原蛋白的功效

微晶瓷核心成份为CaHA及凝胶（可以是CMC、也可以是玻尿酸），CaHA以25-45微米大

小的晶球形式悬浮在凝胶中，当注射进入组织间，CaHA微球被纤维膜包裹、固定，并促进新生的胶原蛋白生成，再与微晶瓷晶球交错镶嵌，形成一种稳固而柔软的架构。因而微晶瓷兼具填充和刺激胶原蛋白增生效果，效果可维持至1年至2年之久。资料来源：观研天下整理

而由于再生医美行业处于发展初期，市场多为水货产品。具体来看，国产品牌欧倍颜、仙诺德、润娜塔、瑞博、贝洛芙等证书为 类医疗器械证；而进口产品如韩国的加纳菲、百佳丽，法国的舒颜萃等，均无NMPA批文，一般不允许在境内销售。

中国医疗美容市场各类再生医美类产品

品牌

产地

生产厂商

价格

NMPA认证（类）

成分

治疗周期

效果持续

瑞博

中国

杭盖桐博生物

6980~23800/元/次

2018年获得认证

3-7um-PLLA

3次/疗程，2月/次

1-2年

欧倍颜

中国

JTK国际医疗

6800~9800/元/次

2019年获得认证

聚左旋乳酸、水

3-6次/疗程，2周/次

1.5-2年

仙诺德

中国

浙江微度

11600-12000元/次

2019年获得认证

PLLA、PEG、水

3-6次/疗程，1月/次

3-5年

得美颜

美国

Anteco Pharma

3000-5000元/次

未获得认证

PLLA、甘醇酸

2-3次/疗程，4-6周/次

1-2年

贝洛芙

中国

浙江贝洛夫生物

3000-20000元/次

2019年获得认证

PLLA

3-6次/疗程，1月/次

1-3个月

润娜塔

中国

浙江梓正医药科技

4800-8800元/次

2019年获得认证

PLLA、PEG

5次/疗程，前三次1月

/次，后两次2月/次

6个月

爱塑美

韩国

韩国Regen生物

2000-4000元/次

未获得认证

PLA、PLLA、PDLA

1次/疗程，3月/次

1-2年

舒颜萃

意大利

意大利Galderma

5000-7000元/次

未获得认证

PLLA

1次/疗程，2年/次

2年

百佳丽

韩国

韩国ELASTEM

5000-8000元/次

未获得认证

PLLA

-

1-2年

加纳菲

韩国

韩国GANA生物

2000-15000元/次

未获得认证

PLLA

1-2次/疗程，1月/次

1-2年资料来源：观研天下整理

而预计随着市场的规范、相关产品的不断渗透，我国胶原再生医美市场有着较大的发展空间。假设2024年胶原再生品类在医美注射类产品中的渗透率达8%，预计胶原再生产品的出厂端规模为18.9亿元。

胶原再生医美市场出厂规模测算（亿元）

2020

2021E

2022E

2023E

2024E

CAGR

医美注射类产品出厂市场规模（亿元）

100

124.95

155.21

192.14

236.54

-

yoy（%）

-

24.95

24.21

23.80

23.11

24.0

胶原再生类产品出厂规模

1

2

4

6

8

-

胶原再生类产品出厂规模

（亿元）

1

2.50

6.21

11.53

18.92

-

yoy（%）

-

149.9

148.4

85.7

64.1

100+资料来源：观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《2021年中国轻医美行业分析报告-行业发展监测与投资规划分析》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。

行业报告是业内企业、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家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、PEST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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国轻医美行业发展概述

第一节 轻医美行业发展情况概述

一、轻医美行业相关定义

二、轻医美行业基本情况介绍

三、轻医美行业发展特点分析

四、轻医美行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、轻医美行业需求主体分析

第二节 中国轻医美行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、轻医美行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国轻医美行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国轻医美行业生命周期分析

一、轻医美行业生命周期理论概述

二、轻医美行业所属的生命周期分析

第四节 轻医美行业经济指标分析

一、轻医美行业的赢利性分析

二、轻医美行业的经济周期分析

三、轻医美行业附加值的提升空间分析

第五节 中国轻医美行业进入壁垒分析

一、轻医美行业资金壁垒分析

二、轻医美行业技术壁垒分析

三、轻医美行业人才壁垒分析

四、轻医美行业品牌壁垒分析

五、轻医美行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球轻医美行业市场发展现状分析

第一节 全球轻医美行业发展历程回顾

第二节 全球轻医美行业市场区域分布情况

第三节 亚洲轻医美行业地区市场分析

一、亚洲轻医美行业市场现状分析

二、亚洲轻医美行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲轻医美行业市场前景分析

第四节 北美轻医美行业地区市场分析

一、北美轻医美行业市场现状分析

二、北美轻医美行业市场规模与市场需求分析

三、北美轻医美行业市场前景分析

第五节 欧洲轻医美行业地区市场分析

一、欧洲轻医美行业市场现状分析

二、欧洲轻医美行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲轻医美行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界轻医美行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球轻医美行业市场规模预测

第三章 中国轻医美产业发展环境分析

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 中国轻医美行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国轻医美产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国轻医美行业运行情况

第一节 中国轻医美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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国轻医美行业市场规模分析

第三节 中国轻医美行业供应情况分析

第四节 中国轻医美行业需求情况分析

第五节 我国轻医美行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国轻医美行业供需平衡分析

第七节 中国轻医美行业发展趋势分析

第五章 中国轻医美所属行业运行数据监测

第一节 中国轻医美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 中国轻医美所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国轻医美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 2017-2021年中国轻医美市场格局分析

第一节 中国轻医美行业竞争现状分析

一、中国轻医美行业竞争情况分析

二、中国轻医美行业主要品牌分析

第二节 中国轻医美行业集中度分析

一、中国轻医美行业市场集中度影响因素分析

二、中国轻医美行业市场集中度分析

第三节 中国轻医美行业存在的问题

第四节 中国轻医美行业解决问题的策略分析

第五节 中国轻医美行业钻石模型分析

- 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 2017-2021年中国轻医美行业需求特点与动态分析

第一节 中国轻医美行业消费市场动态情况

第二节 中国轻医美行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 轻医美行业成本结构分析

第四节 轻医美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

第五节 中国轻医美行业价格现状分析

第六节 中国轻医美行业平均价格走势预测

- 一、中国轻医美行业价格影响因素
- 二、中国轻医美行业平均价格走势预测
- 三、中国轻医美行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国轻医美行业区域市场现状分析

第一节 中国轻医美行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区轻医美市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区轻医美市场规模分析
- 四、华东地区轻医美市场规模预测

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、华中地区轻医美市场规模分析
- 四、华中地区轻医美市场规模预测
- 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、华南地区轻医美市场规模分析
 - 四、华南地区轻医美市场规模预测

第九章 2017-2021年中国轻医美行业竞争情况

第一节 中国轻医美行业竞争结构分析（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 中国轻医美行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国轻医美行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 轻医美行业企业分析（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

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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国轻医美行业发展前景分析与预测

第一节 中国轻医美行业未来发展前景分析

一、轻医美行业国内投资环境分析

二、中国轻医美行业市场机会分析

三、中国轻医美行业投资增速预测

第二节 中国轻医美行业未来发展趋势预测

第三节 中国轻医美行业市场发展预测

一、中国轻医美行业市场规模预测

二、中国轻医美行业市场规模增速预测

三、中国轻医美行业产值规模预测

四、中国轻医美行业产值增速预测

五、中国轻医美行业供需情况预测

第四节 中国轻医美行业盈利走势预测

- 一、中国轻医美行业毛利润同比增速预测
- 二、中国轻医美行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国轻医美行业投资风险与营销分析

第一节 轻医美行业投资风险分析

- 一、轻医美行业政策风险分析
- 二、轻医美行业技术风险分析
- 三、轻医美行业竞争风险
- 四、轻医美行业其他风险分析

第二节 轻医美行业应对策略

- 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 2021-2026年中国轻医美行业发展战略及规划建议

第一节 中国轻医美行业品牌战略分析

- 一、轻医美企业品牌的重要性
- 二、轻医美企业实施品牌战略的意义
- 三、轻医美企业品牌的现状分析
- 四、轻医美企业的品牌战略
- 五、轻医美品牌战略管理的策略

第二节 中国轻医美行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 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、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国轻医美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 2021-2026年中国轻医美行业发展策略及投资建议

第一节 中国轻医美行业产品策略分析

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 中国轻医美行业营销渠道策略

一、轻医美行业渠道选择策略

二、轻医美行业营销策略

第三节 中国轻医美行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国轻医美行业重点投资区域分析

二、中国轻医美行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/553632553632.html>