

2021年中国医疗美容服务机构行业分析报告- 行业竞争环境与投资潜力分析

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年中国医疗美容服务机构行业分析报告-行业竞争环境与投资潜力分析》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/553640553640.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

医疗美容服务机构主要是开展医疗美容诊疗业务的医疗机构，包括医院、门诊部和诊所。而医疗美容主要是指运用药物、手术、医疗器械以及其他具有创伤性或者不可逆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的美容方式。

发展到现在，我国医疗美容服务机构已基本形成完整的产业链；其上游包括各类医疗美容产品的生产商及经销商，下游包括各类医疗美容获客渠道及医美顾客。

医疗美容服务机构产业链 资料来源：观研天下整理

目前我国医疗美容服务机构上游的难点是审批过证+核心研发，优势是通过审批后合规风险相对较小、分散的下游机构难以对其形成议价力；下游难点是难以解决机构留客问题，而优势是具有实现信息透明化，降低机构获客成本。

医疗美容服务机构上下游优缺点分析

优点

缺点

上游

1. 医美服务中的必需材料、
2. 产业链中更具备规模化优势的环节、
3. 通过审批后合规风险相对较小、
4. 分散的下游机构难以对其形成议价力

审批过证+核心研发

中游

拥有产业链最后一里的高价值；连锁化成长空间更大

1. 较难实现医师标准化，
2. 运营标准化待提升
3. 医疗风险无法通过规模化降低，目前尚待形成成熟的连锁集团

下游

实现信息透明化，降低机构获客成本

1. 面对价格敏感型客户，
 2. 难以解决机构留客问题，
 3. 面临阿里&美团具备先天流量优势新进入者的压力，需形成一站式解决方案以提升对B端吸引力
- 资料来源：观研天下整理

近年来随着收入水平提高及医疗美容观念的转变，医美人群不断扩大，诊疗量逐年增长。根据数据显示，2020年我国医美行业手术类诊疗量为6.3百万次，非手术类诊疗量为28.7百万次；预计2021年手术类诊疗量将在7.5百万次，非手术类诊疗量将在28.7百万次。

2016-2021年我国医美行业诊疗量预测情况 数据来源：观研天下整理

随着医美人群不断扩大，我国医美行业市场规模也在逐年扩张。数据显示，2020年我国医美行业1795亿元；其中手术类市场规模为776亿元，非手术类市场规模为773亿元。预计2021年手术类市场规模将在919亿元，非手术类市场规模将在971亿元。

2016-2021年我国医美行业市场规模预测情况 数据来源：观研天下整理

在此背景下，我国医疗美容服务机构数也在迅速攀升。数据显示，2019年我国美容医院为450家，整形外科医院数量为48家。初步估算2020年美容医院在500家，整形外科医院数量在50家。

2010-2020年我国美容医院数量情况 数据来源：观研天下整理

2010-2020年我国整形外科医院数情况 数据来源：观研天下整理

虽然近年来我国医美规模不断增长，但与美国、日韩相比，国内市场仍有较大的发展空间。例如在每千人诊疗量方面，我国渗透率较低。以2019年的数据为例，我国每千人医疗美容次数为17.4次，而美国、韩国分别已经有52.9次，91次；可见我国与美国、日韩之间的差距是比较大的。

主要国家中每千人医疗美容次数（2019） 数据来源：观研天下整理

从市等级分布来看，目前我国大部分医疗美容消费者来自一线城市。有数据显示，2020年一线城市医美渗透率为22.1%，而二、三线城市的医美渗透率只有8.6%、4.3%。预计随着低线城市的医疗美容消费人口的不断增加，医美市场仍有着较大的发展空间。

中国按城市等级划分的医美渗透率（2020） 数据来源：观研天下整理

从消费者年龄分布来看，目前年轻消费者（20至35岁）是医美市场的主要群体。有数据显示，20至35岁消费者占比在76%左右。其中20-25岁占比最大，达到了40%。此外在各年龄层渗透率来看，均不高。就算是消费最高的人群（20-25岁），也只有7.7%的渗透率。因此预计随着医美行业相关技术的提升，在消费者群体中的渗透率将持续提升。

按年龄划分的医美消费者结构（2020） 数据来源：观研天下整理

按年龄层划分的医美渗透率（2020） 数据来源：观研天下整理

由上述可见，我国医美市场有着广阔的发展，用户规模仍将保持平稳增长态势。假设手术类医美的疗程量和用户数相等，预计2021-2024年轻医美客单价主要介于5000-7000元。2024年用户规模将达2.6千万人，疗程量为5.1千万次。

中国医美市场用户规模拆分及预测（2017-2024E）

2017

2018

2019

2020

2021E

2022E

2023E

2024E

中国合规医美市场规模（亿元）

993

1217

1436

1549

1890

2263

2656

3072

YoY（%）

22.6

18.0

7.9

22.0

19.7

17.4

15.7

中国合规医美疗程量（百万）

16.3

20.3

24.3

29.0

36.2

44.1

52.8

62.3

（A）手术类

中国合规手术类医美市场规模（亿元）

592

717

836

776

919

1074

1228

1376

YoY (%)

21.1

16.6

-7.2

18.4

16.9

14.3

12.1

手术类合规医美消费者规模 (百万人)

4.8

5.8

6.8

6.3

7.5

8.8

10.1

11.3

手术类医美疗程量 (百万)

4.8

5.8

6.8

6.3

7.5

8.8

10.1

11.3

手术类合规医美客单价 (元)

12333

12362

12294

12317

12253

12205

12158

12177

(B) 非手术类

中国合规非手术类医美市场规模 (亿元)

401

500

600

773

971

1189

1428

1696

YoY (%)

24.7

20.0

28.8

25.6

22.5

20.1

18.8

非手术类合规医美消费者规模 (百万人)

4.0

7.4

11.2

15.2

18.1

20.9

23.5

25.5

非手术类医美疗程量 (百万)

11.5

14.5

17.5

22.7

28.7

35.3

42.7

51.0

非手术类合规医美客单价（元）

10025

6757

5357

5086

5356

5681

6066

6651资料来源：观研天下整理（WW）

综上所述，随着医美渗透率的不断提升，用户市场的不断扩展，从而我国医疗美容服务机构也将随之发展。

观研报告网发布的《2021年中国医疗美容服务机构行业分析报告-行业竞争环境与投资潜力分析》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年中国医疗美容服务机构行业发展概述

第一节 医疗美容服务机构行业发展情况概述

一、医疗美容服务机构行业相关定义

二、医疗美容服务机构行业基本情况介绍

三、医疗美容服务机构行业发展特点分析

四、医疗美容服务机构行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、医疗美容服务机构行业需求主体分析

第二节 中国医疗美容服务机构行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、医疗美容服务机构行业产业链条分析

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、中国医疗美容服务机构行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国医疗美容服务机构行业生命周期分析

一、医疗美容服务机构行业生命周期理论概述

二、医疗美容服务机构行业所属的生命周期分析

第四节 医疗美容服务机构行业经济指标分析

一、医疗美容服务机构行业的赢利性分析

二、医疗美容服务机构行业的经济周期分析

三、医疗美容服务机构行业附加值的提升空间分析

第五节 中国医疗美容服务机构行业进入壁垒分析

- 一、医疗美容服务机构行业资金壁垒分析
- 二、医疗美容服务机构行业技术壁垒分析
- 三、医疗美容服务机构行业人才壁垒分析
- 四、医疗美容服务机构行业品牌壁垒分析
- 五、医疗美容服务机构行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球医疗美容服务机构行业市场发展现状分析

第一节 全球医疗美容服务机构行业发展历程回顾

第二节 全球医疗美容服务机构行业市场区域分布情况

第三节 亚洲医疗美容服务机构行业地区市场分析

- 一、亚洲医疗美容服务机构行业市场现状分析
- 二、亚洲医疗美容服务机构行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲医疗美容服务机构行业市场前景分析

第四节 北美医疗美容服务机构行业地区市场分析

- 一、北美医疗美容服务机构行业市场现状分析
- 二、北美医疗美容服务机构行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美医疗美容服务机构行业市场前景分析

第五节 欧洲医疗美容服务机构行业地区市场分析

- 一、欧洲医疗美容服务机构行业市场现状分析
- 二、欧洲医疗美容服务机构行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲医疗美容服务机构行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界医疗美容服务机构行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球医疗美容服务机构行业市场规模预测

第三章 中国医疗美容服务机构产业发展环境分析

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 中国医疗美容服务机构行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国医疗美容服务机构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 中国医疗美容服务机构行业运行情况

第一节 中国医疗美容服务机构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 中国医疗美容服务机构行业市场规模分析

第三节 中国医疗美容服务机构行业供应情况分析

第四节 中国医疗美容服务机构行业需求情况分析

第五节 我国医疗美容服务机构行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国医疗美容服务机构行业供需平衡分析

第七节 中国医疗美容服务机构行业发展趋势分析

第五章 中国医疗美容服务机构所属行业运行数据监测

第一节 中国医疗美容服务机构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 中国医疗美容服务机构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 中国医疗美容服务机构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年中国医疗美容服务机构市场格局分析

第一节 中国医疗美容服务机构行业竞争现状分析

- 一、中国医疗美容服务机构行业竞争情况分析
- 二、中国医疗美容服务机构行业主要品牌分析

第二节 中国医疗美容服务机构行业集中度分析

- 一、中国医疗美容服务机构行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国医疗美容服务机构行业市场集中度分析

第三节 中国医疗美容服务机构行业存在的问题

第四节 中国医疗美容服务机构行业解决问题的策略分析

第五节 中国医疗美容服务机构行业钻石模型分析

- 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年中国医疗美容服务机构行业需求特点与动态分析

第一节 中国医疗美容服务机构行业消费市场动态情况

第二节 中国医疗美容服务机构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 医疗美容服务机构行业成本结构分析

第四节 医疗美容服务机构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 中国医疗美容服务机构行业价格现状分析

第六节 中国医疗美容服务机构行业平均价格走势预测

一、中国医疗美容服务机构行业价格影响因素

二、中国医疗美容服务机构行业平均价格走势预测

三、中国医疗美容服务机构行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国医疗美容服务机构行业区域市场现状分析

第一节 中国医疗美容服务机构行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区医疗美容服务机构市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区医疗美容服务机构市场规模分析

四、华东地区医疗美容服务机构市场规模预测

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、华中地区医疗美容服务机构市场规模分析

四、华中地区医疗美容服务机构市场规模预测

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、华南地区医疗美容服务机构市场规模分析

四、华南地区医疗美容服务机构市场规模预测

第九章 2017-2021年中国医疗美容服务机构行业竞争情况

第一节 中国医疗美容服务机构行业竞争结构分析（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 中国医疗美容服务机构行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国医疗美容服务机构行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 医疗美容服务机构行业企业分析（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年中国医疗美容服务机构行业发展前景分析与预测

第一节 中国医疗美容服务机构行业未来发展前景分析

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

第二节 中国医疗美容服务机构行业未来发展趋势预测

第三节 中国医疗美容服务机构行业市场发展预测

- 一、中国医疗美容服务机构行业市场规模预测
- 二、中国医疗美容服务机构行业市场规模增速预测
- 三、中国医疗美容服务机构行业产值规模预测
- 四、中国医疗美容服务机构行业产值增速预测
- 五、中国医疗美容服务机构行业供需情况预测

第四节 中国医疗美容服务机构行业盈利走势预测

- 一、中国医疗美容服务机构行业毛利润同比增速预测
- 二、中国医疗美容服务机构行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国医疗美容服务机构行业投资风险与营销分析

第一节 医疗美容服务机构行业投资风险分析

- 一、医疗美容服务机构行业政策风险分析
- 二、医疗美容服务机构行业技术风险分析
- 三、医疗美容服务机构行业竞争风险分析
- 四、医疗美容服务机构行业其他风险分析

第二节 医疗美容服务机构行业应对策略

- 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年中国医疗美容服务机构行业发展战略及规划建议

第一节 中国医疗美容服务机构行业品牌战略分析

- 一、医疗美容服务机构企业品牌的重要性
- 二、医疗美容服务机构企业实施品牌战略的意义

三、医疗美容服务机构企业品牌的现状分析

四、医疗美容服务机构企业的品牌战略

五、医疗美容服务机构品牌战略管理的策略

第二节 中国医疗美容服务机构行业市场的重点客户战略实施

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 中国医疗美容服务机构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年中国医疗美容服务机构行业发展策略及投资建议

第一节 中国医疗美容服务机构行业产品策略分析

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 中国医疗美容服务机构行业营销渠道策略

一、医疗美容服务机构行业渠道选择策略

二、医疗美容服务机构行业营销策略

第三节 中国医疗美容服务机构行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国医疗美容服务机构行业重点投资区域分析

二、中国医疗美容服务机构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/553640553640.html>