

2021年中国医疗美容市场分析报告- 行业深度分析与投资前景预测

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年中国医疗美容市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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/qitayiyao/537419537419.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

近年来，随着人民生活水平不断提高和广大人民群众对医疗保健需求不断增加，我国医疗美容行业市场规模快速增长，根据数据显示，2012-2019年我国医疗美容市场规模总体呈逐年增长态势，年均复合增速达29%。2019年我国医疗美容市场规模为117亿元，增速为22.2%。

2012-2019年我国医疗美容行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 求美观念 人们对美的追求都从未停止。随着科技发展，医疗美容行业的出现为追寻美的群体提供了一种全新的可能。在求美观念驱使下，越来越多的人通过医疗美容来完善自己的外貌。根据数据显示，2010-2019年我国整形外科医院和美容医院诊疗人次呈直线上升趋势，增长速度较快。2019年，整形外科医院诊疗人次达到116.1万人次；而美容医院诊疗人数则达到926.9万人次。

2010-2019年我国医疗美容行业诊疗人次情况 数据来源：公开资料整理

(2) 潜在消费群体庞大

我国“人口众多”的特征为医疗美容行业发展带来了极大优势，众多国民为医疗美容行业提供了庞大的潜在消费群体，使得医疗美容行业蕴涵着巨大的利润与商机。

(3) “互联网+”推动传统医疗美容行业发展 以互联网思维为动力，会为医疗美容行业发展带来众多发展契机。与互联网融合的医疗美容行业，展现出了广阔的发展前景，医疗美容行业将在互联网作用下迸发出新的生机与活力。

二、劣势分析

(1) 供不应求导致行业乱象丛生 医疗美容行业发展迅速，但由于供不应求导致行业乱象丛生。医疗效果虚假宣传、执业人员的水平参差不齐和伪劣药品以次充好等现象，使消费者对医疗美容项目或机构的选择带来干扰，同时也使消费者对医疗美容行业整体信任度下降。根据数据显示，我国平均每家医疗美容医院诊疗人次较多，2018年平均每家整形外科医院诊疗人次达到18878人次，平均每家美容医院诊疗人次达到16999人次。

2010-2018年我国医疗美容医院诊疗供需比关系 数据来源：公开资料整理

(2) 消费者心理诉求难以捉摸 在接受医疗美容项目诊疗时，消费者心理诉求往往不能准确地传达给从业人员，最终使得预期效果与实际结果大相径庭。从而导致消费者对从业人员丧失信心，为从业人员工作执行将带来重重困扰。

(3) 众多医患纠纷问题 由于预期与实际不符而造成的巨大心理落差，部分消费者会采取不理智的举动来宣泄心中不满，为从业人员带来极大困扰。在对医疗美容服务投诉类别中，有关医疗美容的售后服务、质量、合同分别排名前三位。投诉售后服务占比达到26%，投诉质量问题达到23%，投诉合同问题达22%。

2019年我国医疗美容行业投诉类别结构占比图

数据来源：公开资料整理

(4) 成本高，盈利水平低 根据数据显示，医疗美容机构营销成本占比很高，约占50%，销售费用占比20%，耗材及运营成本各占10%，人工成本及其他成本各占比约5%。我国医疗美容行业受制于巨额的营销费用，盈利水平举步不前。

我国医疗美容行业成本构成情况 数据来源：公开资料整理

三、 机遇分析

(1) 国际医疗水平提升，出国交流机会增加

随着国际医疗水平提升，我国医疗美容行业从业人员通过出国交流学习先进知识提升个人从业技术水平，为消费者提供更好的服务，提升消费者满意度，有利于行业发展。

(2) 思想观念的转变 随着时代发展，思想观念日益开放。我国许多思想观念也在朝着更加开放的方向不断变化，人们对医疗美容的接受度也在不断提升。根据资料显示，2019年我国医疗美容人群主要以女性为主，其中女性比重高达97.9%。医疗美容人群年龄主要集中在25-35岁，其中25-30岁人群比重为30.6%，30-35岁人群比重为31.6%。

2019年我国医疗美容行业人群性别分布情况 数据来源：公开资料整理

2019年我国医疗美容行业人群年龄分布情况 数据来源：公开资料整理

(3) 经济社会发展

随着社会发展，人民的生活质量得到了极大改善。在满足日常生活需求之余，越来越多的人将目光转向了改善自己的外表，从而获得满足感。

(4) 医美+直播模式营销体系的出现

“医美+直播”模式以直播媒介输出医疗美容相关内容，“直播+”模式重构线下医美传统场景、传播医疗美容科普知识、创新商业模式，提升医美在日常生活中的普及度，向消费者普及行业知识，增强普通人对医美的正确认知。通过潜移默化的教育，建立安全感，实现求美者从陌生到熟悉、从怀疑到信任的转变。

四、 威胁分析

(1) 行业内部竞争激烈随着医美市场进一步发展，市场规模不断扩大，更多逐利者加入其中。在为消费者带来更多选择的同时，也加剧了行业内部竞争性，给从业人员带来了不小挑战。

(2) 技术落后导致客源流失严重

越来越多经济能力较好的消费者，往往都会选择前往拥有先进技术的国家进行消费，导致大量客源流失，将给我国医疗美容行业发展造成了一定冲击。(TJL)

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国医疗美容市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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。

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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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
- 四、医疗美容行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、医疗美容行业需求主体分析

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、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 中国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 2017-2020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 欧洲医疗美容行业地区市场分析

一、欧洲医疗美容行业市场现状分析

二、欧洲医疗美容行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲医疗美容行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界医疗美容行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球医疗美容行业市场规模预测

第三章 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、全社会消费品医疗美容总额
- 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、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 我国医疗美容行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国医疗美容行业供需平衡分析

第七节 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、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 2017-2020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影响因素分析

二、中国医疗美容行业市场集中度分析

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 2017-2020年中国医疗美容行业需求特点与动态分析

第一节 中国医疗美容行业消费市场动态情况

第二节 中国医疗美容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 医疗美容行业成本结构分析

第四节 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

第五节 中国医疗美容行业价格现状分析

第六节 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 2017-2020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 中国华东地区医疗美容市场分析

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

四、华南地区医疗美容市场规模预测

第九章 2017-2020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 2021-2026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年中国医疗美容行业发展战略及规划建议

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

第四节 医疗美容行业竞争力提升策略

一、医疗美容行业产品差异性策略

二、医疗美容行业个性化服务策略

三、医疗美容行业的促销宣传策略

四、医疗美容行业信息智能化策略

五、医疗美容行业品牌化建设策略

六、医疗美容行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitayiyao/537419537419.html>