

中国医美行业发展趋势调研与未来前景预测报告 (2022-2029年)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国医美行业发展趋势调研与未来前景预测报告（2022-2029年）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202208/608102.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

美容包括医疗美容和生活美容两大类。根据卫生部出台的《医疗美容服务管理办法》定义，医疗美容简称“医美”，指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入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，包括隆鼻、丰胸、玻尿酸/肉毒素注射等常见项目。与医疗美容对应的是生活美容，包括形象设计与美妆、皮肤护理、美甲美体塑身等，两者的区别主要是以真皮层是否破损为标准。

医疗美容根据是否需要手术，分为手术类及非手术类医疗美容。对于消费者而言，相比于手术类项目，非手术类项目的风险相对较低，创伤小，通常1-2天即可恢复，起效更快，且不具有永久性和不可逆转，价格更低，更容易接受。而对于行业经营者而言，非手术类项目操作更为简单，消费频次更高，且开设资质门槛更低，非三级专科或综合医疗机构即可设立。

医疗美容分类及介绍

医美分类

医学美容内容

医疗机构

单次价格

频率

方便程度

接受程度

手术类

五官类、皮肤类、口腔类、美体类、其他手术

四级手术要、三级综合或专科医疗机构

较高

一次至几次

一定时间手术需要时间康复

低

非手术类

注射：肉毒素、胶原蛋白、玻尿酸、伊维兰、美白针、激光治疗

卫生部批准设立的医疗美容机构

较低

每年一次至多次

治疗时间较快无需时间康复

高

资料来源：观研天下数据中心整理

一、医疗美容行业市场规模

1、医疗美容行业发展历程

1929年，倪葆春建立了我国第一个现代整形外科机构，这是中国整形外科发展的真正开始，新中国成立、特别是抗美援朝之后，整形外科在全国各地逐步建立及发展，这个阶段医美行业发展缓慢；直到改革开放后，20世纪80年代开始，我国医美行业开始迅猛发展。1997年伊美尔成立，预示着民营医疗开始切入整形美容市场。随后华熙生物、华韩整形上市，美莱、伊美尔等医院的扩张，我国医疗美容行业步入发展期。2015年至今，随着“颜值时代”的来临，追求美丽和展示美丽的效应使医疗美容的需求与日俱增，医疗美容市场异常火热进入爆发性成长期。

资料来源：艾瑞网、观研天下整理

2、医疗美容行业市场规模

医疗美容行业是继房地产、汽车、通讯、旅游之后的第五大消费热点，顺势成为“朝阳行业”。近年来，无论是正向的“悦己”心理，还是负向的“容貌焦虑”，消费者对美颜、抗衰老的关注度与消费需求都在不断提升，从2012年至2021年，中国医美市场规模从298亿元一路攀升至2284亿元，年复合增长率达25.4%。但从增速来看，2017起行业由于供需不平衡连续3年呈现单向放缓的运行态势，2020年更是由于疫情影响，线下医美机构受到冲击，不少机构陷入困局或倒闭，导致行业规模增速收窄，2021年疫情形势逐渐好转，在全国各地密集出台促消费政策、稳增长措施逐渐落地见效等因素的拉动下，消费市场逐步回暖，我国医美市场规模达2284亿元，同比增长15%。

资料来源：观研天下整理

2、医疗美容行业市场规模展望

我国人均年可支配收入预计未来三年将以7.8%的复合增速增长，同时医美企业通过微信、微博、小红书、抖音等社媒平台营销推广，诞生更多如新氧、更美、悦美等医美垂直平台，加上直播经济、网红经济崛起带动大众对外形的关注度提升，医美消费的认知度和消费意愿不断提升，多因素驱动中国医美行业市场高速发展。

在颜值经济崛起、消费水平的提高、国内医美技术不断进步、市场监管不断完善、消费渗透率提升的背景下，行业增长潜力将持续释放，国内医美市场规模有望以15-20%或更高增速扩容，预计2023年我国医疗美容市场规模将达3115亿元，居世界首位，一个宏大的医美版图正在被徐徐勾勒。

资料来源：观研天下整理

二、医疗美容行业供需情况

1、医疗美容行业供应

近年来随着国际合作增多以及国家政策的支持，艾尔建、高德美等外资医美巨头纷纷进入国内市场，同时爱美客、昊海生科、华熙生物等国内医美企业逐渐建立，2020年我国全年新增7,500多家医美相关企业，行业供给快速增加，但据《中国医疗美容行业洞察白皮书》数据显示，我国具备美容资质的机构约为1.3万家，而非法经营的医美机构数量却超过8万家，占比高达

86%，拥有相应资质的合法医生仅占行业内医生数量的28%，合法的针剂比例仅为33%。

资料来源：观研天下整理

近年来国家持续开展打击非法医疗美容专项行动，不断出台政策严格规范医疗美容服务相关药品和医疗器械生产、流通和使用监管，严厉打击非法制售药品医疗器械行为，严肃查处违法广告和互联网信息，预计2025年合规医美机构占比将达75%，其中合规医美器械市场规模达153.3亿元。

2、医疗美容行业需求

据卫生健康委发布的《卫生健康统计年鉴》数据显示，2010-2022年，我国整形外科医院和美容医院的诊疗人次持续增长。从用户画像来看，我国医美消费主体女性占比达80%以上，年龄主要在25-35岁之间。处于这个年龄阶段的女性对新事物接受度高，对美的需求精细度高，来自职场及婚恋等多方面压力更大，在医美针剂等功效日益齐全和小红书等 KOL 种草、医美平台加速推广普及下，对抗衰老和皮肤保养等医美需求不断被激活。

另外由于当代女性普遍受教育程度较高，经济条件较好，对抗衰老医美的触达率、接受度和购买力相对更强，因此对医美的使用和渗透率也在快速增长。据新氧数据显示，2021年我国医美用户数已经达到1,873万人，随着消费升级，人们对“美”的追求不断提升，“颜值经济”的发展步入黄金时期，高速增长颜值经济背后，体现的是新一代消费群体对医美市场的旺盛需求，预计2023年我国医美需求用户将突破2300万人，其中医美注射项目通常需要持续多次注射，每个用户医美消费平均每次使用美容针数量约 3-5

支，仅美容针的市场需求量约 5,000万支。

资料来源：观研天下整理

三、医疗美容行业发展趋势

1、非手术类轻医美成为行业主基调

目前市面上将非手术类项目统称为“轻医美”，以示对传统医美项目在风险和方式上的区别。近年来，材料科学、生物技术及制药行业的快速发展产生了更好及更安全的医疗美容成果，轻医美的治疗效果不断提升，可实现的变美功效日渐丰富，同时恢复时间缩短、并发症出现风险降低，单疗程费用通常在数百至数千元，远低于手术类的数万元花费，对新入门的医美“小白”更加友好，匹配当前医美市场扩容人群的主要特征，使得医疗美容获得消费者广泛接纳，市场普及率更高，用户占比逐年提升，行业规模不断扩大，由2014年的276亿元增长至

2021年1238亿元，可见“高频低价”使轻医美在医美行业爆发的过程中具备更高弹性。随着技术、资本、产业资源等要素快速涌入，在新技术革命与产业变革下，未来整个行业生态将被颠覆重塑，轻医美的便利程度和性价比会快速提升，轻医美模式或将成为医美行业的下个爆发点。

资料来源：新氧数据颜究院、观研天下整理

2、注射类医美市场异军突起，有望成为行业新增量

在轻医美赛道中，注射类项目因其效果显著、创伤小、恢复期短、价格相对低廉、风险较低等特点备受追捧，由于注射美容多为医美抗衰项目，求美者需定期购买以保持预期的效果，其消费频次和复购率都很高，订单量常年居于高位，驱动市场规模高速增长。数据显示，2021年中国注射类医美市场规模为505亿元，其高频复购的特点可以让市场产生持续增加的现金流，注射类医美将会迎来更大的发展空间，预计2022年行业市场规模可达678亿元，增长率超过30%。（LZC）

资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《中国医美行业发展趋势调研与未来前景预测报告（2022-2029年）》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，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 2018-2022年中国医美行业发展概述

第一节 医美行业发展情况概述

- 一、医美行业相关定义
- 二、医美特点分析
- 三、医美行业基本情况介绍
- 四、医美行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、医美行业需求主体分析

第二节 中国医美行业生命周期分析

- 一、医美行业生命周期理论概述
- 二、医美行业所属的生命周期分析

第三节 医美行业经济指标分析

- 一、医美行业的赢利性分析
- 二、医美行业的经济周期分析
- 三、医美行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球医美行业市场发展现状分析

第一节 全球医美行业发展历程回顾

第二节 全球医美行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲医美行业地区市场分析

- 一、亚洲医美行业市场现状分析
- 二、亚洲医美行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲医美行业市场前景分析

第四节 北美医美行业地区市场分析

- 一、北美医美行业市场现状分析
- 二、北美医美行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美医美行业市场前景分析

第五节 欧洲医美行业地区市场分析

- 一、欧洲医美行业市场现状分析

二、欧洲医美行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲医美行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界医美行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球医美行业市场规模预测

第三章 中国医美行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对医美行业的影响分析

第三节中国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

三、主要行业标准

第四节政策环境对医美行业的影响分析

第五节中国医美行业产业社会环境分析

第四章 中国医美行业运行情况

第一节中国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

三、行业发展特点分析

第二节中国医美行业市场规模分析

一、影响中国医美行业市场规模的因素

二、中国医美行业市场规模

三、中国医美行业市场规模解析

第三节中国医美行业供应情况分析

一、中国医美行业供应规模

二、中国医美行业供应特点

第四节中国医美行业需求情况分析

一、中国医美行业需求规模

二、中国医美行业需求特点

第五节中国医美行业供需平衡分析

第五章 中国医美行业产业链和细分市场分析

第一节中国医美行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、医美行业产业链图解

第二节中国医美行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对医美行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对医美行业的影响分析

第三节我国医美行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国医美行业市场竞争分析

第一节中国医美行业竞争现状分析

一、中国医美行业竞争格局分析

二、中国医美行业主要品牌分析

第二节中国医美行业集中度分析

一、中国医美行业市场集中度影响因素分析

二、中国医美行业市场集中度分析

第三节中国医美行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国医美行业模型分析

第一节中国医美行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国医美行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国医美行业SWOT分析结论

第三节中国医美行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国医美行业需求特点与动态分析

第一节中国医美行业市场动态情况

第二节中国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

第三节医美行业成本结构分析

第四节医美行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国医美行业价格现状分析

第六节中国医美行业平均价格走势预测

一、中国医美行业平均价格趋势分析

二、中国医美行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国医美行业所属行业运行数据监测

第一节中国医美行业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

第二节中国医美行业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

第三节中国医美行业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

第十章 2018-2022年中国医美行业区域市场现状分析

第一节中国医美行业区域市场规模分析

一、影响医美行业区域市场分布的因素

二、中国医美行业区域市场分布

第二节中国华东地区医美行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区医美行业市场分析

（1）华东地区医美行业市场规模

（2）华南地区医美行业市场现状

（3）华东地区医美行业市场规模预测

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、华中地区医美行业市场分析

（1）华中地区医美行业市场规模

（2）华中地区医美行业市场现状

（3）华中地区医美行业市场规模预测

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、华南地区医美行业市场分析

（1）华南地区医美行业市场规模

（2）华南地区医美行业市场现状

（3）华南地区医美行业市场规模预测

第五节华北地区医美行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区医美行业市场分析

（1）华北地区医美行业市场规模

（2）华北地区医美行业市场现状

（3）华北地区医美行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区医美行业市场分析

（1）东北地区医美行业市场规模

（2）东北地区医美行业市场现状

（3）东北地区医美行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区医美行业市场分析

（1）西南地区医美行业市场规模

（2）西南地区医美行业市场现状

（3）西南地区医美行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区医美行业市场分析

（1）西北地区医美行业市场规模

（2）西北地区医美行业市场现状

（3）西北地区医美行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国医美行业市场规模区域分布预测

第十一章 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、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国医美行业发展前景分析与预测

第一节 中国医美行业未来发展前景分析

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

第二节 中国医美行业未来发展趋势预测

第三节 中国医美行业规模发展预测

- 一、中国医美行业市场规模预测
- 二、中国医美行业市场规模增速预测
- 三、中国医美行业产值规模预测
- 四、中国医美行业产值增速预测
- 五、中国医美行业供需情况预测
- 第四节中国医美行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国医美行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国医美行业进入壁垒分析

- 一、医美行业资金壁垒分析
- 二、医美行业技术壁垒分析
- 三、医美行业人才壁垒分析
- 四、医美行业品牌壁垒分析
- 五、医美行业其他壁垒分析

第二节医美行业风险分析

- 一、医美行业宏观环境风险
- 二、医美行业技术风险
- 三、医美行业竞争风险
- 四、医美行业其他风险

第三节中国医美行业存在的问题

第四节中国医美行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国医美行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国医美行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国医美行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 医美行业营销策略分析

- 一、医美行业产品策略
- 二、医美行业定价策略
- 三、医美行业渠道策略
- 四、医美行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202208/608102.html>