

# 市场简报：医美注射剂快速发展，爱美客、华东医药、华熙生物及昊海生物哪家强？

Briefing Report: Cometic medicine injection is developing rapidly. Which is the best of IMEiK, Huadong Medicine, Bloomage Biotech and Haohai Biological Technology?

市場速報：医学の美の注射剤は急速に発展して、おしゃれな客、華東医薬、華熙の生物と昊の海の生物のどの家が強いのですか？

报告标签：消费升级、颜值经济、医疗美容、医美注射剂、玻尿酸、肉毒素

主笔人：冯雨涵



报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

# 头豹研究院

- ◆ 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- ◆ 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



## 四大核心服务：

### 企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

### 行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

### 云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

### 园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

## 报告阅读渠道



图说



表说



专家说



数说

头豹科技创新网 —— [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) PC端阅读全行业、千本研报

头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



### 详情咨询



客服电话

400-072-5588



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451

Q1：消费升级带动“颜值经济”大热，中国医美行业如何把握新方向，持续市场高景气？

图表1：中国及全球医美行业市场规模及增速，2015-2020年



图表2：中国医美行业产业链分析，2020年



- 受益于监管政策完善、医疗技术进步、支付能力提升及消费观念转变等多重因素，中国医美行业市场规模呈现快速增长趋势，且增速远超全球

**中国医美行业市场规模增速远高于全球：**2015-2019年全球医美市场规模从6,734亿元增长到9,484亿元，4年CAGR为8.9%；同期中国医美市场规模从648亿元增长到1,769亿元，4年CAGR为28.5%。受疫情影响，2020年中国医美市场增速放缓至11.6%，仍高于同期全球增长水平。

**多因素驱动中国医美行业市场高速发展：**随着医美行业监管政策完善，行业规范性不断提升。从供应端来看，医疗技术进步降低医美风险，加之“互联网+医美”模式创新，有效地降低信息不对称，加速行业发展；从消费端来看，可支配收入提高促进“颜值经济”崛起，为医美消费奠定经济基础，2020年中国新增医美机构同时移动互联网普及推动医美教育发展，医美消费者群体迅速扩大是行业快速发展的直接驱动力。

- 消费升级背景下，“颜值经济”蓬勃发展，加速医美行业产业链重塑

**上游主要从事医美耗材、药品与器械生产供应，行业集中度较高、议价能力强，华熙生物、焦点生物等本土企业占据主导地位。**以透明质酸为例，2019年中国透明质酸生产销售占全球81%，CR5高达75%，龙头华熙生物占比38.9%，毛利率在70-90%之间；

**中游参与者为医美机构，为消费者提供医疗美容服务，**2019年我国获得医疗美容许可资质的医美机构有1.3万家，其中公立机构占比21.9%，民营机构占比78.1%。医美机构收入前三的省市：上海、杭州、浙江三者的CR5分别是38%、30%和17.5%，市场集中度低，竞争激烈，中小型机构有待整合，毛利率在50-70%之间；

**下游为消费终端，当前医美消费热词为“轻医美”“抗衰”，**订单量前三的产品分别为玻尿酸注射、肉毒素注射和小气泡，单价分别为300-10,000元/次、500-6,000元/次、100-1,000元/次。

来源：头豹研究院编辑整理



5,150

玻尿酸在医美注射剂领域占比

≈66.6%

### Q2：玻尿酸、肉毒素及胶原蛋白补充剂三大热门医美注射剂产品市场竞争格局如何？

■ **玻尿酸、肉毒素及胶原蛋白补充剂是中国医美注射剂行业三大主流产品，其中玻尿酸占比高达66.6%**

根据沙利文数据，2019年中国医美注射剂行业市场规模为71.1亿元，其中玻尿酸占比66.6%、肉毒素占比32.7%、其他占比0.7%，具体表现如下：

**（1）玻尿酸：**大分子玻尿酸用于填充定型，如隆鼻、额头填充等；小分子玻尿酸用于美肤补水，包括水光针、动能素、美白针等。2019年我国玻尿酸终端市场规模约47.6亿元，LG、艾尔建、Humedix、Q-Med和爱美客分别占据24.2%、18.6%、14.3%、10.9%和10%，仅有爱美客为中国品牌，因此海外品牌主导中国玻尿酸市场。

**（2）肉毒素：**主要成分为注射用A肉毒素，用于瘦脸或除皱。2019年中国肉毒素市场规模约23.3亿，目前有4款通过NMPA批准上市：保妥适、兰州衡力、丽舒妥和乐提葆（四环医药代理），2018年保妥适和兰州衡力在中国的市场份额分别为53%和47%。

**（3）胶原蛋白补充剂：**①童颜针通过吸引细胞合成胶原蛋白以填充皱纹，目前由海外品牌100%占领，长春圣博玛生物的产品刚刚获批；②少女针兼具物理填充和诱导胶原蛋白再生的功能，获批的少女针只有华东医药的伊莲丝。

■ **中国医美注射剂市场竞争格局正在悄悄发生变化，国产终端产品逐渐替代进口产品**

2019年玻尿酸、肉毒素中进口产品占比分别约64%和53%，随着中国药企自主研发产品逐渐面世，市场竞争格局也在发生变化。以玻尿酸为例，市场份额前三名的国产玻尿酸分别为爱美客、华熙生物、昊海生物，三者市场占有率之和从2016年的20.5%增长到2019年28.1%。

图表3：医美注射剂主要产品分析，2021年4月

| 产品      |                     | 成分                          | 原理                                       | 作用                        | 作用时效    | 副作用           | 国内企业                      | 国际企业                           |
|---------|---------------------|-----------------------------|------------------------------------------|---------------------------|---------|---------------|---------------------------|--------------------------------|
| 玻尿酸     |                     | 透明质酸填充剂                     | 作用于皮肤真皮层                                 | 大分子玻尿酸用于填充塑型；小分子玻尿酸用于皮肤补水 | 6-12个月  | 偶现荨麻疹及皮肤瘙痒感   | 爱美客、华熙生物、昊海生物、蒙博润生物及科研生物等 | Q-Med、艾尔建、LG、Humedix、高德美等      |
| 肉毒素     |                     | 注射用A型肉毒毒素                   | 作用于肌肉层，阻断神经和肌肉之间的信息传导，暂时性释放对褶皱处皮下细胞施加的压力 | 舒展皱纹及瘦脸                   | 3~6个月   | 注射过于频繁会损伤神经末梢 | 兰州衡力                      | 艾尔建、Ipsen韩国生物（四环医药代理）          |
| 胶原蛋白补充剂 | 聚乳酸面部填充剂（童颜针）       | 聚左旋乳酸微球填充剂                  | 通过刺激宿主的免疫反应，吸引细胞合成大量胶原蛋白                 | 填充除皱                      | 1-3年    | 操作不当会产生肉芽肿    | 长春圣博玛生物                   | Derma Veil、Sculptra、Aesthefill |
|         | 注射用聚己内酯微球面部填充剂（少女针） | 70%PB-S生物降解材料和30%微型晶球聚己内脂组成 | 物理填充和诱导胶原蛋白再生                            | 诱导胶原蛋白再生                  | 12-18个月 | 对医生注射水平要求高    | 华东医药                      |                                |

来源：官方网站，头豹研究院编辑整理



### Q3：“互联网+医美”将改写医美业态，提振行业活力？注射医美未来发展前景如何？

#### ■ 中国医美市场渗透率远不及韩国、美国及日本，随着“互联网+医美”发展和国民可支配收入提高市场规模加速增长

**中国医美市场渗透率低于韩国、美国及日本：**2019年中国大陆医美市场渗透率仅为3.6%，远低于韩国、美国和日本的20.5%、16.6%和11%。从渗透率增速来看，2014-2019年中国大陆医美渗透率每年增加0.24%，低于韩国的0.58%，但高于美国的0.23%和日本的0.18%。未来，随着“互联网+医美”的发展和国民可支配收入水平的提高，中国医美市场规模将加速增长。

**消费群体趋于年轻化，消费主力集中在一线、新一线城市：**①80后、90后、95后和00后在医美消费者中占比分别为23%、21%、35%和18%，70后及以前消费仅占3%，消费群体年轻化特征明显；②一线城市、新一线城市及二线城市分别占比35%、40%和15%，三线及三线以下城市仅占比10%，仍处于市场教育阶段；

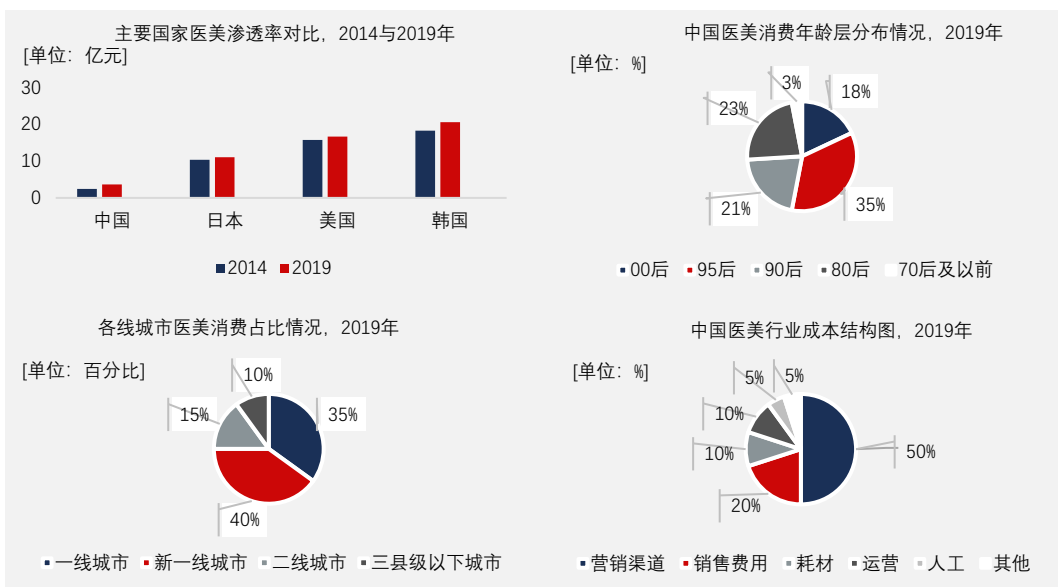
**“颜值经济”崛起，“互联网+医美”将成为主流业态：**过去医美行业存在获客成本高的问题，营销费用占总费用50%，而医美线上化，叠加KOL效应可以降低获客成本，2020年更美平台直播机构数量每月增长217%，直播当日GMV较日均GMV增长323%。

#### ■ 作为医美板块黄金赛道，医美注射剂持续快速发展

**注射医美是低频、高值且非标准化的“消费+医疗+美容”产品：**相比于需要长期坚持且单次效果不够明显的器械医美，注射医美效果快且显著，在中国消费者中接受度更高。

**注射医美属于初级医美方式，在医美领域占比最大且保持高速增长：**中国医美市场中，注射医美占比约57%，高于美国的44.2%和日本的42.1%。

图表4：中国医美行业市场分析



来源：头豹研究院编辑整理



#### Q4：医美注射剂市场空间有多大？爱美客、华东医药、华熙生物及昊海生物哪家强？

##### ■ 2020年爱美客、华东医药及昊海生物的玻尿酸营收下降，华熙生物玻尿酸营收上涨，爱美客的嗨体营收大幅上涨

（1）**爱美客**：2020年玻尿酸营收2.5亿元，对比2019年的3.1亿元下降约20%；而嗨体作为市场上唯一的颈部填充剂，其营收从2019年的2.4亿元上升到2020年的4.5亿元，同比增长87.5%；主要产品整体营收上涨25.5%毛利率保持在90-93%，波动较小。

（2）**华东医药**：2018年收购Sinclair，2019年国际医美业务营收5.1亿元，2020年受疫情影响下降至3.2亿元，同比下降37.3%；毛利率由2019年的72.4%下降到2020年的67.3%。其刚刚获批的“少女针”预计下半年上市，预计未来将会创造10亿市场规模。

（3）**华熙生物**：华熙生物的医疗终端产品由2019年的4.9亿元上升到2020年的5.8亿元，同比上升17.8%，毛利率由86.7%下降到84.6%；受国际疫情影响，原材料出口略有下降，原料产品营收由2019年的7.6亿元下降到2020年的7亿元，下降约8%。

（4）**昊海生物**：2020年营收13.2亿元，对比2019年16亿元，同比下降20.8%；医美板块从2018年连续两年下跌，2019年医美板块营收3亿元，同比减少11.3%，2020年营收2.4亿元，同比下降19.5%；其中玻尿酸产品营收1.5亿元，同比减少28.5%。

2020年爱美客、华东医药及昊海生物的玻尿酸产品营收下降，华熙生物玻尿酸产品营收上涨17.8%，华熙生物在产业链供应端龙头的优势辐射到玻尿酸终端产品，提高在玻尿酸领域的市场占有率；**爱美客的嗨体的2020年营收同比上涨83%，在玻尿酸营收下降20%的前提下，依然拉高了整体营业收入。**

图表4：爱美客、华东医药、华熙生物及昊海生物对比分析，2020年

| 分类             | 常规玻尿酸       |      |                   |                           |          | 创新类   |          |        |                           |                       |
|----------------|-------------|------|-------------------|---------------------------|----------|-------|----------|--------|---------------------------|-----------------------|
| 具体信息           | 品牌名称        | 作用部位 | 维持时间              | 价格<br>(元/ml)              | 市场<br>情况 | 品牌名称  | 作用<br>部位 | 维持时间   | 价格<br>(元/ml)              | 市场<br>情况              |
| 爱美客<br>300896  | 逸美          | 额/鼻部 | 1-2年              | 2,000-4,000               | 2.5亿     | 嗨体    | 颈部       | 6-12个月 | 3,000-4,000               | 4.5亿;<br>毛利率<br>92.9% |
|                | 宝尼达         | 额/鼻部 | 5-10年             | 6,000-15,000              |          | 嗨体熊猫针 | 眼周       | 6-12个月 | 3,000-4,000               |                       |
|                | 逸美一加一       | 额/鼻部 | 1-2年              | 3,000-6,000               |          |       |          |        |                           | 童颜针（在研重磅）             |
|                | 爱美飞/爱芙莱     | 鼻部   | 6个月左右             | 1,000-3,000               |          |       |          |        |                           |                       |
| 华东医药<br>000963 | 伊婉          | 鼻部   | 6-9个月             | 650-6,000                 | 3.2亿     | 少女针   | 鼻唇       | 1-4年   | 预计2021年下半年上市<br>市场空间10亿量级 |                       |
|                | MaiLi（代理在研） | 面部   | 12-18个月           | 产品已获欧盟批准上市；研发计划待定         |          |       |          |        |                           |                       |
| 华熙生物<br>688363 | 润百颜/润致      | 鼻唇   | 6-12个月/<br>3-12个月 | 288-1,200/<br>2,500-4,600 | 4.4亿元    | /     |          |        |                           |                       |
| 昊海生物<br>688366 | 海薇          | 鼻唇   | 6-12个月            | 300-1,500                 | 1.5亿元    | /     |          |        |                           |                       |
|                | 娇兰          | 鼻唇   | 3-6个月             | 3,000-4,000               |          |       |          |        |                           |                       |
|                | 海魅          | 鼻唇   | 18-24个月           | 约8,800                    |          |       |          |        |                           |                       |

来源：头豹研究院编辑整理

## 方法论

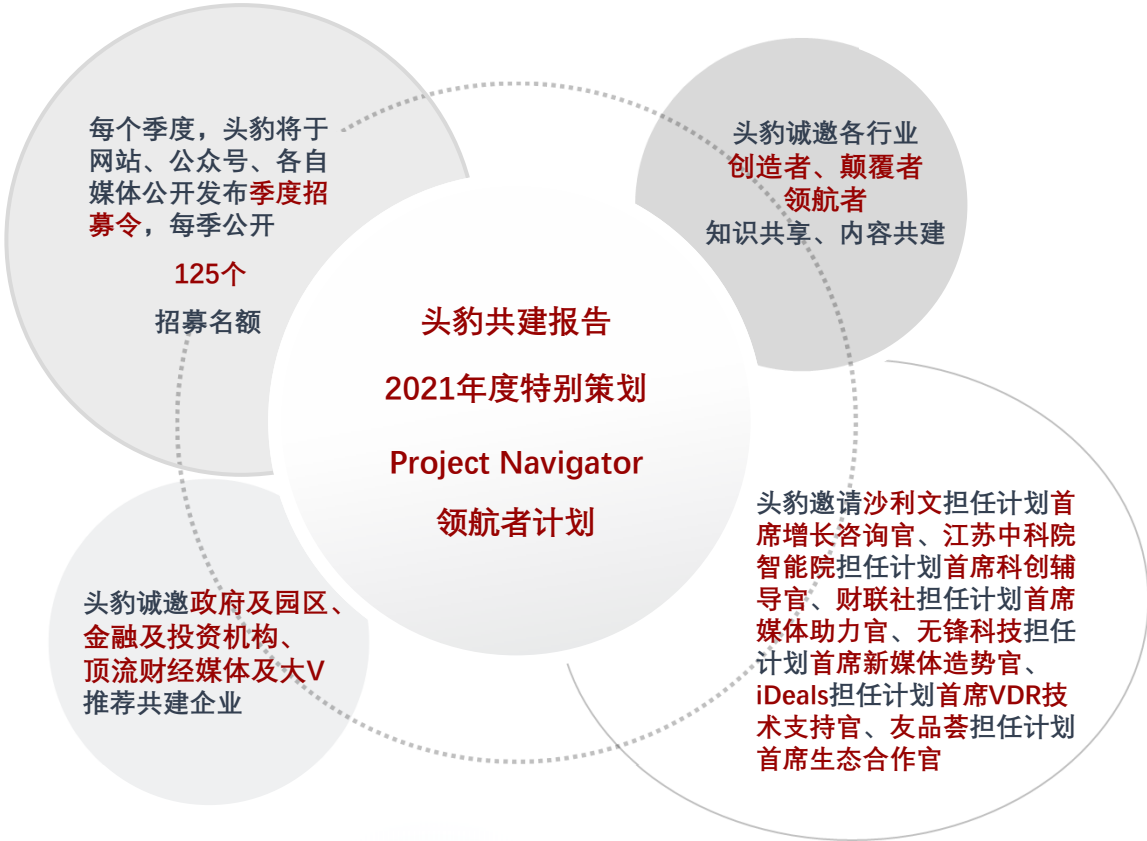
- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从医疗服务、医药消费及医疗美容等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。



## 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

# 头豹 Project Navigator 领航者计划介绍

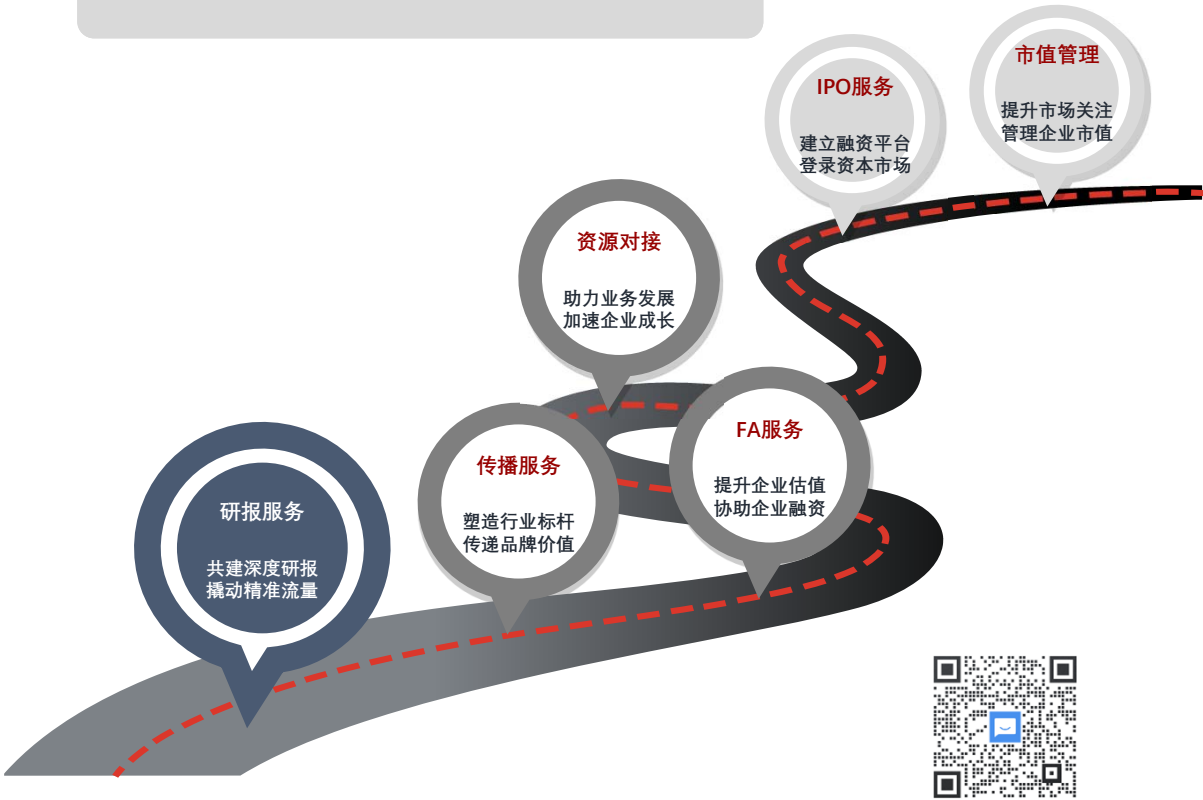


备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。



# 头豹 Project Navigator 领航者计划与商业服务

- 头豹以**研报服务**为切入点，根据企业不同发展阶段的资本价值需求，以**传播服务**、**FA服务**、**资源对接**、**IPO服务**、**市值管理**为基础，提供适合的**商业管家服务解决方案**



备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

扫描上方二维码  
联系客服报名加入



读完报告有问题？

快，问头豹！你的智能随身专家



扫描二维码  
即刻联系你的智能随身专家

