

# 从医美产业链视角出发，探究注射医美 行业发展逻辑

From Chain Perspective , Explore Development of China  
Injection Medical Beauty Industry

医学と美産業チェーンの視点から、医学と美業界の発展ロ  
ジックを探究する

概览标签：注射医美、玻尿酸、肉毒素、产业链

报告主要作者：史慧伦

2021/05

# 头豹研究院简介

- ◆ 头豹是**国内领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商**。围绕“**协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播**”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务，以及其他企业为基础，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**，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，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

### 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

### 行业排名、展会宣传

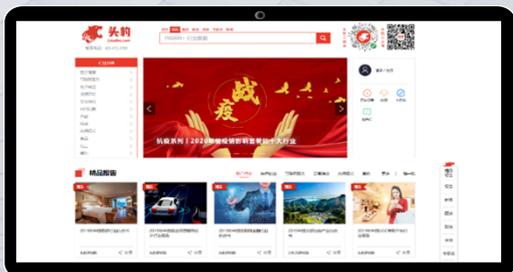
行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

### 园区规划、产业规划

地方产业规划, 园区企业孵化服务

# 研报阅读渠道

1、头豹科技新闻网([www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)): PC端阅读**全行业、千本**研报



2、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

3、行业精英交流分享群: 邀请制, 请添加右下侧头豹研究院分析师微信



图说



表说



专家说



数说



扫一扫  
实名认证行业专家身份

## 详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生: 13611634866

李女士: 13061967127



南京

杨先生: 13120628075

唐先生: 18014813521



深圳

李女士: 18049912451

李先生: 18916233114

# 摘要

## “少女针”获批，注射医美赛道迈入新时代

2021年4月，华东医药旗下子公司Sinclair的核心产品“少女针”Ellanse正式获得国家药品监督管理局批准，预计2021年下半年将在中国内地市场进行销售。“少女针”的获批丰富了中国注射医美行业的产品线，同时也意味着注射产品从依赖外部玻尿酸填充发展到刺激自生胶原蛋白再生。注射产品由填充功能发展到“填充+刺激再生”的双重功效，其安全性和自然度较之前的产品均有所提升。

在注射医美新产品获批下，行业内的高景气度再次激活产业链的各个环节，本文将从产业链的视角出发，探究中国注射医美行业的发展情况。

### 1. 中国注射医美行业产业链上游生产成本低，市场格局高度集中，上游生产商议价能力强，具备较大的盈利空间

- 从玻尿酸注射剂价值链看，上游原料生产成本仅占产品销售价的5.3%，凭借生产成本低的优势，上游生产商的利润率高达30%-40%
- 2019年中国玻尿酸市场CR4的占比高达70.9%，高度集中的竞争市场，使得生产商更具较强话语权。注射产品的先发优势明显，对于新竞争而言，其在研发和审批方面具备进入壁垒

### 2. 中国注射医美行业中游医美机构因获客营销成本高，其盈利水平落后于上游生产商

- 获客营销成本占中游医美机构30%-50%的比例，高昂营销费用造成中游医美机构的利润水平较低，代表性医美机构为参考，华韩整形和丽都整形等机构扣除所有成本中游机构的利润率仅为7%-15%左右
- 随着垂直医美获客平台的使用率提升，中游医美机构获客成本有望降低，利润空间预计将得到释放，新氧、更美和悦美等医美服务平台的出现，其获客投产比远高于传统广告宣传获客方式，中游机构获客转换成本能得到有效降低

### 3. 中国注射医美行业消费人群集中在25-35岁，中年年龄层的消费者购买力更强

- 中年年龄层的消费者购买力更强，注射医美花费与年龄增长呈正相关，随着年龄增长面部凹陷和皱纹问题日益严重，用户依赖产品解决问题的需求增长。相比较年轻消费者，中年消费群体在注射医美的支出投入更高

# 目录

## CONTENTS

◆ 名词解释	-----	11
◆ 中国注射医美行业综述	-----	12
• 行业现状	-----	13
• 存量需求	-----	15
• 增量需求	-----	16
• 供给端	-----	17
• 资金端	-----	18
◆ 中国注射医美行业产业链分析	-----	19
◆ 中国注射医美行业产业链上游分析	-----	22
• 玻尿酸市场	-----	23
• 肉毒素市场	-----	24
• 商业模式	-----	25
• 盈利能力	-----	26
• 进入壁垒	-----	27
• 标的企业比较	-----	28
◆ 中国注射医美行业产业链中游分析	-----	30
• 行业现状	-----	31
• 竞争格局	-----	33
• 盈利能力	-----	34
• 获客方式	-----	35
◆ 中国注射医美行业产业链下游分析	-----	36
• 消费者画像	-----	37
◆ 中国注射医美行业发展趋势	-----	38

# 目录

## CONTENTS

• 发展趋势	-----	39
◆ 方法论	-----	40
◆ 法律声明	-----	41

# 目录

## CONTENTS

◆ Terms	-----	11
◆ Overview of China Injection Medical Industry	-----	12
• Industry Status	-----	13
• Stock demand	-----	15
• Incremental Demand	-----	16
• Supply Side	-----	17
• Funding Side	-----	18
◆ Industrial Chain Analysis of China Injection Medical Industry	-----	19
◆ The Upstream Analysis of China Injection Medical Industry Chain	-----	22
• Hyaluronic Acid Market	-----	23
• Botox Market	-----	24
• Business Model	-----	25
• Profitability	-----	26
• Barriers to Entry	-----	27
• Target Company Comparison	-----	28
◆ The Midstream Analysis of China Injection Medical Industry Chain	-----	30
• Industry Status	-----	31
• Competitive landscape	-----	33
• Profitability	-----	34
• Customer Acquisition Method	-----	35
◆ The Downstream Analysis of China Injection Medical Industry Chain	-----	36
• Consumer Portrait	-----	37
◆ The Development Trend of China Injection Medical Industry Chain	-----	38

# 目录

# CONTENTS

• Development Trend	-----	39
◆ Methodology	-----	40
◆ Legal Statement	-----	41

# 图表目录

## List of Figures and Tables

图表1: 全球主要国家医美项目渗透率比较, 2014/2019年	-----	13
图表2: 中日美三国医美总疗程分布, 2019年	-----	13
图表3: 中国注射类医美市场规模及占比, 2015-2024E	-----	13
图表4: 中国注射医美主流项目分布, 2019年	-----	13
图表5: 主要国家注射医美市场比较, 2019年	-----	14
图表6: 中国注射医美行业存量市场	-----	15
图表7: 中国手术用户向非手术类用户转换情况, 2020/2023E	-----	16
图表8: 增量用户测算, 2020年	-----	16
图表9: 当代女性对颜值满意程度, 2019年	-----	16
图表10: 消费者对注射医美的态度, 2019年	-----	16
图表11: 中国非手术类医美市场规模, 2015-2024E	-----	16
图表12: 中国医疗美容企业注册量变化, 2016-2021Q1	-----	17
图表13: 中国正规医美机构数量, 2011/2017/2019年	-----	17
图表14: 中国注射医美产品供给市场, 2020-2021年	-----	17
图表15: 中国医美行业产业链各环节融资情况, 2013-2019年	-----	18
图表16: 中国医美行业主要投融资事件, 2018-2021年	-----	18
图表17: 中国注射医美行业产业链图谱——上游分析	-----	20
图表18: 中国注射医美行业产业链图谱——中下游分析	-----	21
图表19: 中国玻尿酸填充剂市场	-----	23
图表20: 中国玻尿酸填充剂价格段分布, 2020年	-----	23
图表21: 中国肉毒素市场	-----	24
图表22: 中国肉毒素价格段分布, 2020年	-----	24
图表23: “自主研发+经销商”商业模式, 以华熙生物为例	-----	25

# 图表目录

## List of Figures and Tables

图表24: 代理/收购模式, 以华东医药为例	25
图表25: 中国玻尿酸注射剂上游环节价值链分布, 2020年	26
图表26: 中国主要玻尿酸填充剂生产商毛利率比较, 2016-2020年	26
图表27: 肉毒素产品研发生产流程	27
图表28: 玻尿酸上游主要企业研发费用, 2017-2019年	27
图表29: 注射医美产品审批一般流程	27
图表30: 肉毒素认证牌照审核	27
图表31: 注射医美上游环节——标的企业业务和产品布局	28
图表32: 注射医美上游环节——标的企业营收表现和竞争优势	29
图表33: 中国医疗服务市场收益情况, 2015-2023E	31
图表34: 中国医美机构区域集群分布情况, 2020年	31
图表35: 中国医疗美容机构现状, 2019年	32
图表36: 中国医疗美容机构监管措施, 2016-2021年	32
图表37: 中国医疗美容机构竞争格局, 2019年	33
图表38: 中国不同规模医疗美容机构竞争比较, 2019年	33
图表39: 中国医疗美容机构价值链分布, 2019年	34
图表40: 中国医疗美容机构毛利率比较, 2016-2020年	34
图表41: 中国医疗美容机构获客逻辑	35
图表42: 中国注射医美行业消费者画像, 2020年	37
图表43: 中国注射医美行业未来发展趋势	39

# 名词解释

- ◆ **玻尿酸**：也称作为透明质酸 (Hyaluronic acid) 或称醣醛酸，由双糖单位 ( 葡萄糖酸 -N- 乙硫氨基葡萄糖 ) 组成的直链高分子多醣，是一种组织中自然存在的物质。
- ◆ **肉毒素**：也被称为肉毒毒素或肉毒杆菌素，是由肉毒杆菌在繁殖过程中所产生的一种神经毒素蛋白。
- ◆ **人血清白蛋白**：人血浆中的蛋白质，作为血浆容量扩充剂用途是药材积雪草中的主要成分，属于五环三萜类化合物，具有抗溃疡、促进伤口愈合、抗肿瘤、抗炎、免疫调节等多方面的药理作用。
- ◆ **单相交联**：注射用交联透明质酸钠凝胶较高的剪切黏度与合理的复数黏度相结合，具有高凝聚力，可有效抑制外力影响、减少扩散和移动，稳定性更高。
- ◆ **3D交联技术**：包含定向交联、有效交联和交联度的精确控制三过程，可实现不同交联剂轻、中、重度交联和大、中、小粒径的精准控制，利用极少量的交联剂获得质地致密，具有不同黏弹性、内聚性、机械强度、体外酶解性和体内代谢速度的交联凝胶。
- ◆ **聚己内酯 (PCL)**：具有良好的生物降解性、生物相容性和无毒性，是一种生物相容性良好的可降解医用材料，由于其较长的降解时间经常被用于药物的长效缓释剂型，聚己内酯及其复合材料也是骨组织工程支架的备选材料之一。
- ◆ **羧甲基纤维素 (CMC)**：CMC是天然植物萃取制造的水溶性凝胶载体，能提供及时填充及修复功能，以刺激胶原蛋白的增长。
- ◆ **NMPA**：National Medical Products Administration，国家药品监督管理局，注射量医美产品属于第三类医疗器械用品需经国家药品监督管理局审批后进入市场流通使用。
- ◆ **生物发酵技术**：生物发酵提纯就是利用微生物的特定性状和功能，通过现代化工程技术和设备来生产有用物质或将微生物直接用于工业化生产获得目的产物的技术体系。

# 第一部分：中国注射医美行业综述

## Injection Beauty Industry Overview



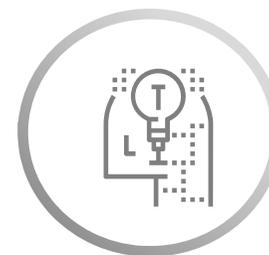
### 中国注射医美行业综述

中国注射医美行业渗透率较低，  
从市场需求、供给和资本市场看  
仍具发展潜力和空间

- 行业现状
- 存量需求
- 增量需求
- 供给端
- 资金端



### 中国注射医美行业产业链



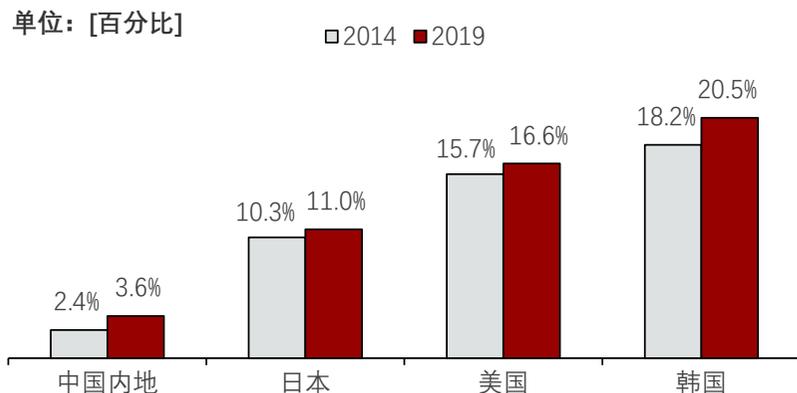
### 中国注射医美行业发展趋势

# 全球与中国注射医美行业现状

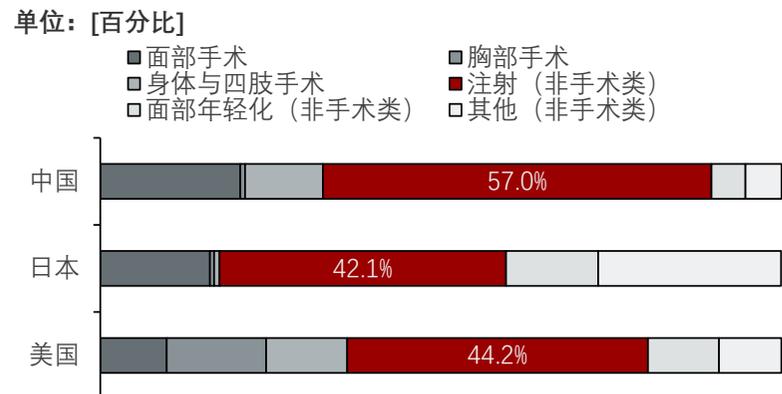
与全球医美市场相比，中国医美消费渗透率低，仍具较大发展空间。中国医美行业消费以注射类医美为主导，注射医美消费占比达57%

## 全球注射医美行业市场现状

全球主要国家医美项目渗透率比较，2014/2019年



中日美三国医美总疗程分布，2019年



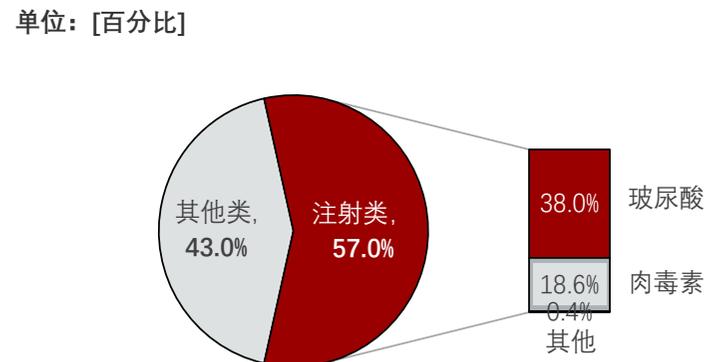
来源：新氧，199It，ISAPS，头豹研究院编辑整理

## 中国注射医美行业市场现状

中国注射类医美市场规模及占比，2015-2023E



中国注射医美主流项目分布，2019年



## 分析师观点

- 与全球相比，中国医美的渗透率较低，仍存在较大发展空间：2019年中国注射医美消费人次仅为14人/千人，远低于其他主流国家，随着医美消费人群的增多，中国注射医美行业仍存在较大发展潜力
- 注射医美占据医美市场半壁江山，玻尿酸与肉毒素为主要消费品类：从整个医美市场看，中国医美行业仍以注射类轻医美为主要形式，注射医美的消费占比达57%。从消费品类看，玻尿酸和肉毒素成为消费者选择注射医美的主要产品。尽管注射新品增多，消费者选择增多的情况下，肉毒和玻尿酸仍将是主流

# 全球与中国注射医美行业现状 —— 中美韩对比

技术革新促使美国在全球注射医美市场领先，因准入门槛高和监管严，中国注射医美市场对外依存度高。审美观念不同造成亚洲市场注射产品以玻尿酸填充为主，肉毒素则是欧美求美者的主要选择

## 主要国家注射医美市场比较，2019年

	中国	韩国	美国
<b>渗透率</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>医疗美容渗透率：3.6%</li> <li>注射医美人次：14人/千人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>医疗美容渗透率：20.5%</li> <li>注射医美人次：80-100人/千人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>医疗美容渗透率：16.6%</li> <li>注射医美人次：140人/千人</li> </ul>
<b>注射产品占比</b>			
<b>本土程度</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>进口玻尿酸产品占比：64.4%</li> <li>本土玻尿酸产品占比：29%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>进口玻尿酸产品占比：50-60%</li> <li>本土玻尿酸产品占比：40-50%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>进口肉毒素产品占比：10-20%</li> <li>本土肉毒素产品占比：80-90%</li> </ul>
<b>发展特点</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>机构：大中小类型机构混合</li> <li>医生：整形医美医生存在缺口</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>机构：以中小型规模机构为主，合伙制专科美容医院为特色</li> <li>医生：培养体系完善，医美医生获取资质考核需12-14年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>机构：联合组织形成连锁门店</li> <li>医生：注册医生需获ASPS认证，考核指标及专业能力要求严苛</li> </ul>
<b>行业监管</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>注射医美产品依照第三类医疗器械标准管理，需获得NMPA认证，审批时间为3-5年</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>具备完善的监管机制，多方机构协同监管，但监督实施中挂牌行为和医疗事故频发</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>监管机制完善且严格，FDA及ASPS认证门槛高</li> <li>注射医美临床试验需完成4期，临床周期长达7年</li> </ul>

来源：新氧，FDA，ISAPS，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## 分析师观点

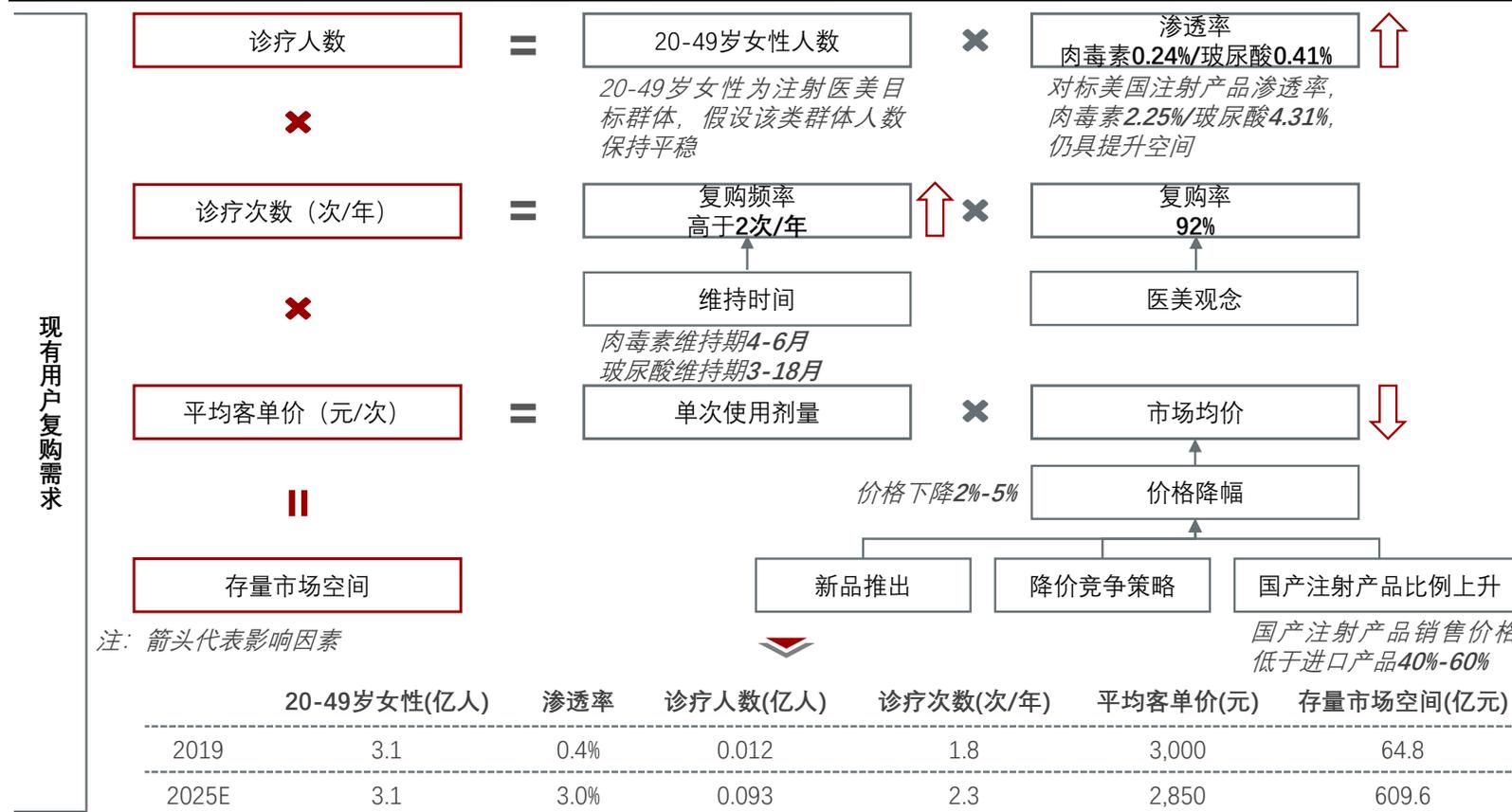
- 从全球市场看，美国注射医美发展先进，韩国医美市场渗透率高，中国注射医美市场正加速成长：技术进步是推动美国注射医美行业发展的核心力量，美国艾尔建公司推出后保妥适肉毒素产品，使美国在医美领域的影响力迅速扩展。韩国注射医美市场则由政府主导，以发展医美产业链为核心，国家支持和消费者求美意识强烈的共同推动下，韩国医美渗透率居高不下。中国注射医美市场在颜值经济和进口品牌推动下，正处于高速发展阶段
- 与美韩相比，中国注射医美市场本土化程度较低，对外依存度高：进口产品在致敏性、维持时间、代谢率等方面优于国产产品。此外，注射产品的研发和生产存在较高的准入门槛，国家药品监督管理局管理相对严格，因此中国从事研发生产注射产品的参与者较少
- 受审美观念影响，美国与亚洲市场注射产品结构形成差异：欧美人群因面部骨骼突出，皮肤易衰老产生皱纹，通过注射肉毒素达到去皱效果的消费者居多。亚洲人群五官不够立体，追求年轻饱满状态，填充凹陷为主要需求，因此注射玻尿酸成为消费者的主要选择

# 中国注射医美行业现状 —— 存量需求

存量市场中，因现有用户对注射医美产品的渗透率和复购频率的提升，中国注射类医美市场在复购需求影响下仍存在较大存量增长空间

## 中国注射医美行业存量市场

## 分析师观点



□ 从现有用户出发，渗透率和复购频率的提升将驱动注射医美存量市场空间增长：渗透率方面，美国玻尿酸注射填充的渗透率达2.25%，而中国玻尿酸注射填充渗透率仅为0.41%，对标美国市场，中国注射医美的渗透率仍存在可提升的空间。复购频率方面，注射产品因可被人体吸收或代谢，需重复注射以维持效果，因此注射医美产品具备高复购的特征，高复购频率促使现有用户粘性强，在现有用户的复购需求推动下，注射医美存量市场具备较大增长空间

注：假设2019-2025年，20-49岁女性人数不变，表格仅计算玻尿酸注射产品存量空间

来源：新氧，ISAPS，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

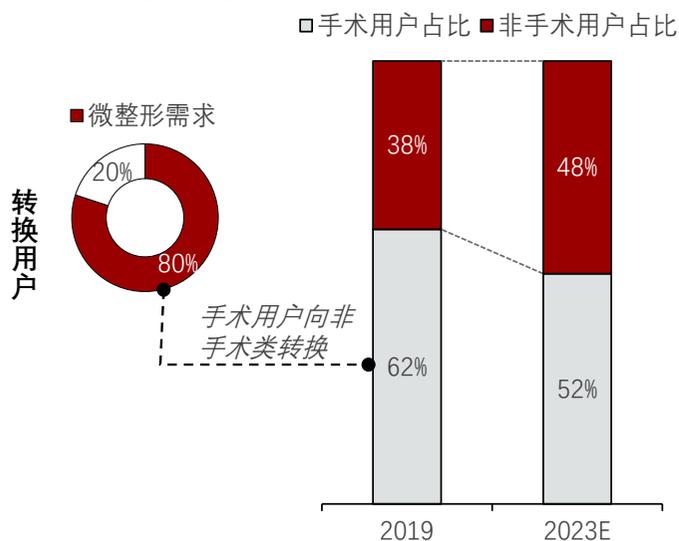
# 中国注射医美行业现状 —— 增量需求

80%的手术整形消费者具备微整需求，随着消费者对医美接受程度提高，在现存手术整形的转换用户和新增用户的共同推动下，中国注射医美增量市场将持续扩大

## 中国注射医美行业增量市场

中国手术用户向非手术类用户转换情况，2020/2023E

单位：[百分比]

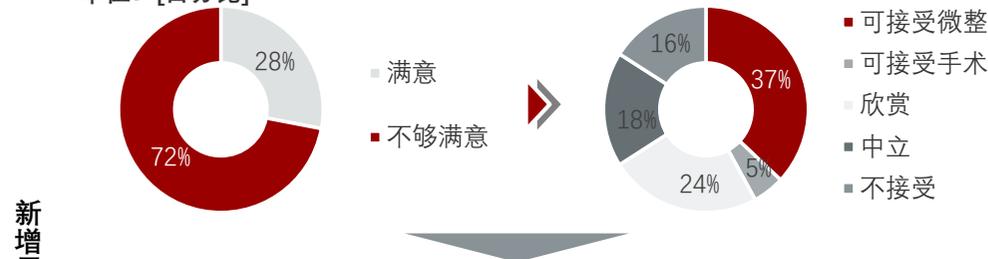


增量用户测算，2020年



当代女性对颜值满意程度，2019年

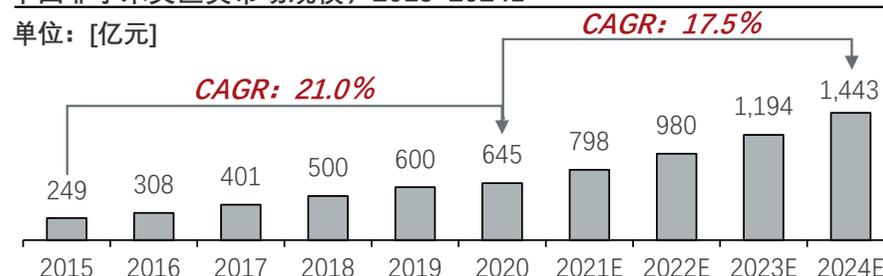
单位：[百分比]



新增用户

中国非手术类医美市场规模，2015-2024E

单位：[亿元]



□ 从需求端看，转换用户量和新增用户量的提高共同促成注射医美增量市场：用户量是促使中国注射医美市场发展的主要驱动力，依照用户类型不同注射医美新消费者分为现存的转换用户和新用户。手术整形类的维持周期长，相对于注射医美类其消费复购率较低。由于手术整形类用户对自身外在形象要求高，通过手术的方式维持医美效果的时间和金钱成本较高，且具备一定的危险系数。因此手术整形用户选择安全性较高的注射医美以达到微调的需求，80%的手术整形消费者具有注射类医美需求

□ 消费者对微整形的接受程度提高，催生注射医美市场新需求：当代女性因社交和社会压力对外在颜值要求高，对自身颜值不满意和高要求催生繁荣的医美市场。其中66%的消费者持积极态度，随着消费者对微整形的接纳程度提高，将带动中国注射医美市场的渗透率进一步提高

来源：新氧，CIO时代，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

# 中国注射医美行业现状 —— 供给端

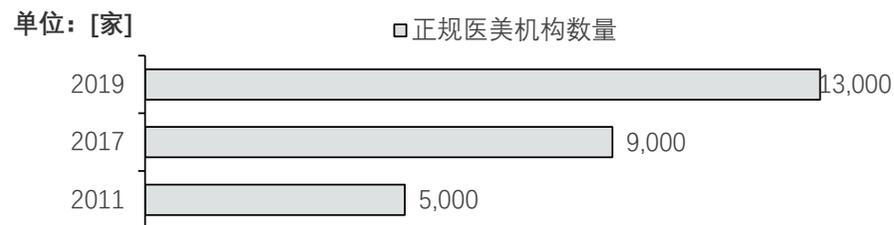
逐渐趋严的国家监管政策影响下，中国注射医美行业朝向规范化发展，合规合法的医美机构数量明显增多。技术革新促使注射医美产品的安全性和维持时效显著提升

## 中国医美机构数量分布情况

中国医疗美容企业注册量变化，2016-2021Q1



中国正规医美机构数量，2011/2017/2019年



- 监管政策趋严，医美行业由非合规向正规化方向发展，合规合法的医美机构明显增多：在国家政策的严厉打击下，行业内“黑”诊所乱象得到有效改善。合规医美机构的增多，使得医疗事故发生频率降低，消费者的安全保障性得到进一步提升
- 相对于发达国家，中国医美市场的渗透率低，医美行业受到资本青睐成为热门的投资赛道，资本的介入将促使行业内医美机构得到高速增长

来源：企查查，新氧，头豹研究院编辑整理

## 中国注射医美产品供给市场，2020-2021年

产品类别	产品名称	技术/成分	维持时效	审核批准进度
玻尿酸	瑞蓝 Restylane Vital	NASHA LYFT 立体精塑技术	15个月	2020年 获NMPA认证
	乔雅登 VOLIFT	Vycross交联技术	18个月	2020年 获NMPA认证
肉毒素	Dysport吉适	人血清白蛋白 乳糖	6个月	2020年 获NMPA认证
	Letybo乐提葆	人血清白蛋白	6-9个月	2020年 获NMPA认证
其他类	少女针“Ellanse”	聚己内酯 (PCL) 羧甲基纤维素 (CMC) 专利STAT技术	18-24个月	2021年 获NMPA认证

注射产品技术革新、成分安全性提高、维持时效延长

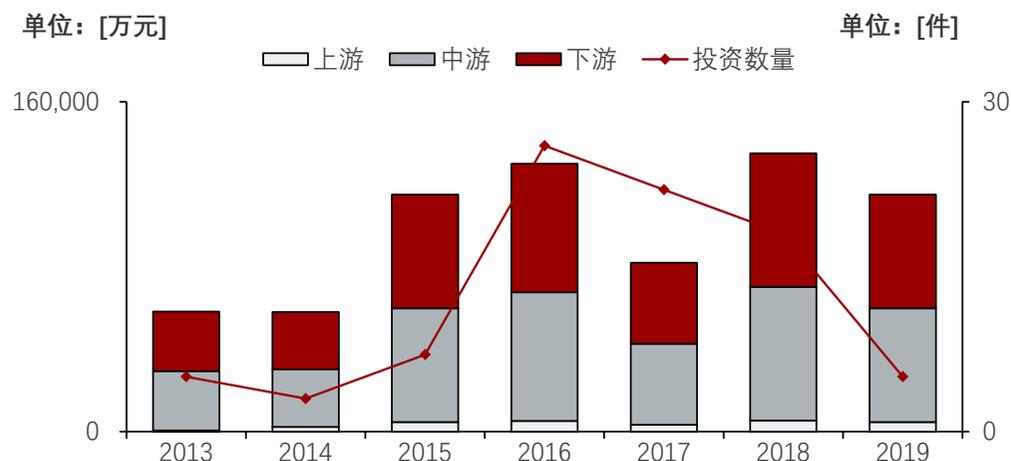
- 从注射医美产品供给端来看，产品安全性和维持时效不断提高，患者对注射医美的接受程度提升：2020-2021年获批的注射医美产品明显可看出，注射产品在成分技术、安全性及维持时效上均有不同程度的提高。技术层面，不断进步的技术使注射医美由有创到微创再到无创，且注射期间疼痛感明显缓解，极大地提升了潜在消费者的消费信心；维持时效层面，医美厂商注重研发产品的即刻效果和长期效果，代谢率降低，维持时效从半年延长至18个月

# 中国注射医美行业现状 —— 资本端

随着资本介入医美行业，利于医美行业形成头部玩家重塑格局。医美行业高热度投资背景下，注射医美生产商二级市场热度持续升温，市场表现良好

## 中国医美行业融资趋势

中国医美行业产业链各环节融资情况，2013-2019年



□ 医美行业融资热度重点集中在中游和下游环节，2019年受监管加强的影响，资本市场有所降温：上游生产商玩家较为集中，造成线下医美机构和线上医美服务平台成为投资重点。资本涉足医美行业，加速行业形成头部玩家从而带动全行业发展

□ 医美行业高热度投资背景下，上游注射医美生产商二级市场热度持续升温，国产注射医美三巨头纷纷上市：透明质酸行业原料龙头华熙生物于2019年在科创板上市，从事玻尿酸注射剂生产商昊海生科也于同年登陆科创板。2020年9月，专注医美领域的爱美客登陆创业板

来源：IT桔子，头豹研究院编辑整理

## 中国医美行业主要投融资事件，2018-2021年

时间	企业名称	企业类型	轮次	金额	投资方
2021.04	蛋壳肌因	医美获客平台	A轮	4,000万人民币	真格基金 五岳资本
2020.12	瑞丽医美	医美机构	基石轮	3,000万港元	昊海生科 途屹控股
2020.03	纽睿医美	医美服务平台	天使轮	1,000万人民币	广州初心洪泰
2019.12	鹏爱医疗美容	医美机构	IPO	2.37亿美元	-
2019.10	肌肤管家	医美数据服务	A轮	数千万人民币	泽厚资本
2019.03	愿美	医美直播电商	Pre-A轮	数千万人民币	未披露
2018.05	美美咖	医美服务平台	A轮	3,000万美元	未披露
2018.04	繁星轻医美	轻医美机构	Pre-A轮	数千万人民币	洪泰基金 (领投) 信天创投
2018.02	颜术科技	医美服务平台	A轮	数千万人民币	国药资本

□ 随着资本介入医美行业，未来行业内将实行整合，品牌效应逐渐加强：目前医美行业品牌的认可度较低，随着资本市场的看好和介入，行业格局有望重塑，易于形成规模化效应

## 第二部分：中国注射医美行业产业链

### Injection Beauty Industry Chain



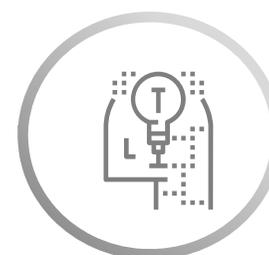
中国注射医美行业综述



中国注射医美行业产业链

上游高度集中的市场格局对新竞争者存在进入壁垒，中游环节获客成本高，盈利能力与上游相比较弱，下游消费者以25-35岁居多

□ 产业链图谱



中国注射医美行业发展趋势

# 中国注射医美行业产业链图谱

中国注射医美市场以玻尿酸和肉毒素两大注射产品为主，上游生产商盈利能力强劲，高度集中的市场竞争格局对于新竞争者存在进入壁垒

## 中国注射医美行业产业链图谱——上游分析

### 产业链上游

#### 注射医美产品市场

##### 玻尿酸市场

CR5销量占比, 2019年



CR5销售额占比, 2019年



进口厂商: Allergan, YVOIRE 伊婉, Radiesse 瑞蓝2  
 国产厂商: 昊海生科, 华熙生物, IMEiK  
 玻尿酸品牌国产替代化进程加速

##### 肉毒素市场

肉毒素销量占比, 2019年



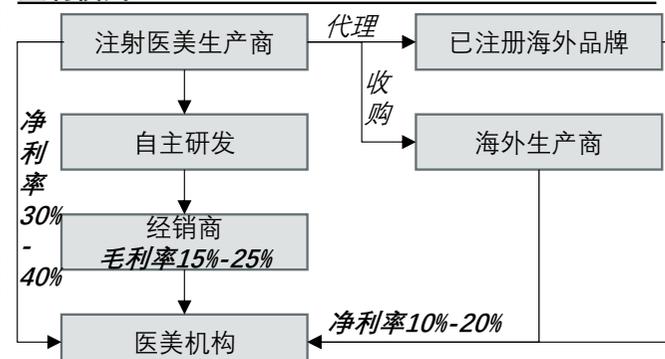
肉毒素销售额占比, 2019年



**竞争市场:** 中国肉毒素市场保妥适一家独大, 随着国产衡力品牌的出现, 肉毒素市场由一家独大转变为两家平分的竞争格局  
**水货市场:** 中国肉毒素市场水货现象普遍, 水货被韩国品牌垄断, 2019年粉毒占比达43%、白毒37%、绿毒18%, 水货市场是肉毒素的主要痛点

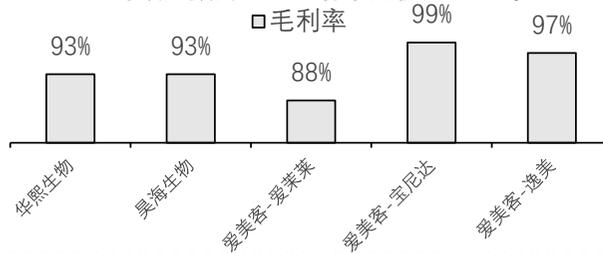
#### 注射医美产品生厂商

##### 盈利模式

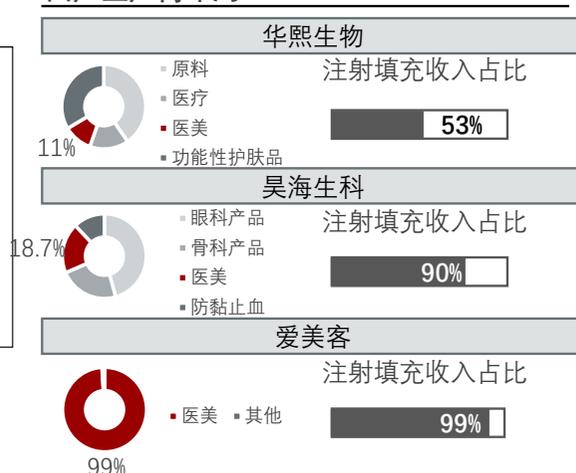


##### 盈利能力

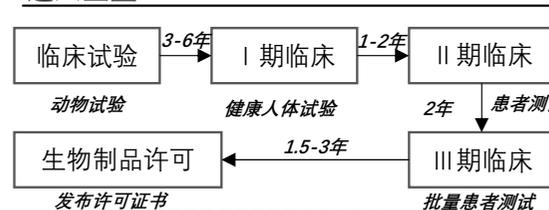
注射玻尿酸剂企业毛利率比较, 2020年



##### 国产生产商布局



##### 进入壁垒



来源: 头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

# 中国注射医美行业产业链图谱

中国注射医美中游机构以小型民营机构为主要形式，由于获客成本较高毛利率水平低于上游环节。下游消费者则以25-35岁群体为主

## 中国注射医美行业产业链图谱——中下游分析



来源：头豹研究院编辑整理  
©2021 LeadLeo

## 第二部分：中国注射医美行业产业链

### Injection Beauty Industry Chain



#### 中国注射医美行业综述

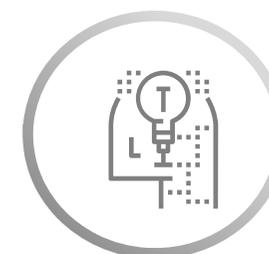


#### 中国注射医美行业产业链

##### 产业链上游：

高度集中的竞争格局，导致上游生产商议价能力强盈利水平高，对新进入者而言存在研发壁垒和审批壁垒

- 玻尿酸
- 肉毒素
- 商业模式
- 盈利能力
- 进入壁垒
- 标的企业



#### 中国注射医美行业发展趋势

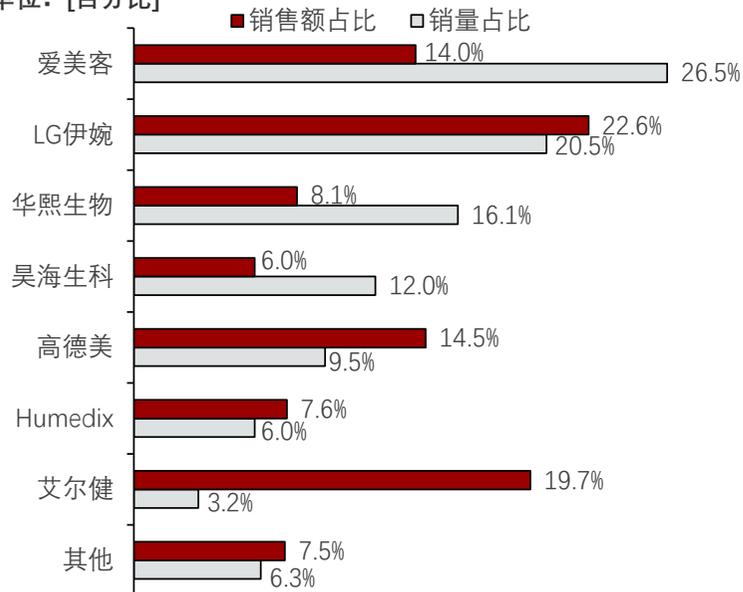
# 中国注射医美产业链上游 —— 玻尿酸

进口品牌占据注射玻尿酸填充剂的高端市场，国产品牌凭借价格优势销量领先。国产玻尿酸品牌切入中低端市场，医美大众化趋势下其市场份额有望进一步提升

## 中国玻尿酸填充剂市场

中国玻尿酸填充剂销量和销售额占比，2019年

单位：[百分比]



中国玻尿酸填充剂市场集中度(按销售额计)，2018-2019年

单位：[百分比]

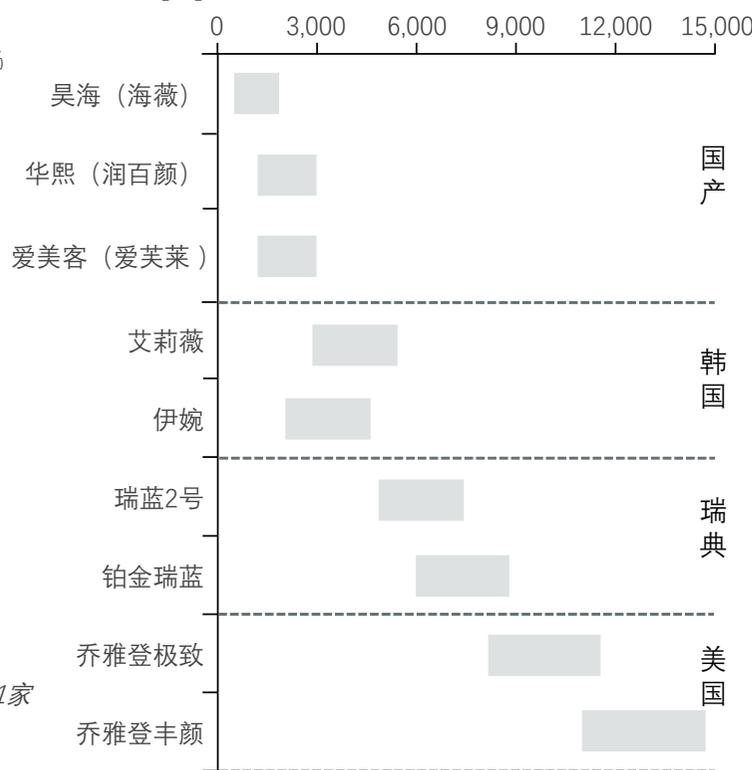


来源：Frost&Sullivan，新氧，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国玻尿酸填充剂价格段分布，2020年

单位：[元]



## 分析师观点

- 进口品牌占据中国玻尿酸填充剂市场半壁江山，国产品牌的市场份额逐步提升：从注射玻尿酸行业的竞争格局看，由于进口品牌进入中国市场时间早，且发展注射医美产品的技术领先，进口品牌市场地位高于国产品牌。随着国产生厂商技术的进步，注射医美大众化的普及，中低位价格的国产品牌受到消费者青睐，医美大众化趋势下国产玻尿酸品牌市场份额将进一步提升
- 进口品牌占据玻尿酸填充剂高端市场，国产品牌占据平价市场，韩国品牌则切入中端市场：进口品牌尤其是美国品牌，其市场认可度高，消费者对该类品牌购买意愿高，进口品牌溢价能力更强。国产玻尿酸产品具备原料生产优势，原料成本较低，相对于进口品牌更具备价格竞争优势。技术优势使得进口玻尿酸产品维持时效长，高价值铸就进口品牌高价格的特征

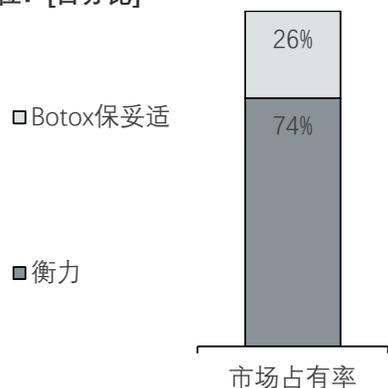
# 中国注射医美产业链上游 —— 肉毒素

随着肉毒素新产品获批上市，新玩家的进入将改变保妥适与衡力两家垄断的竞争格局。与此同时，消费者可选择的肉毒素产品增多，行业发展规范，水货肉毒素市场将受到冲击

## 中国肉毒素市场

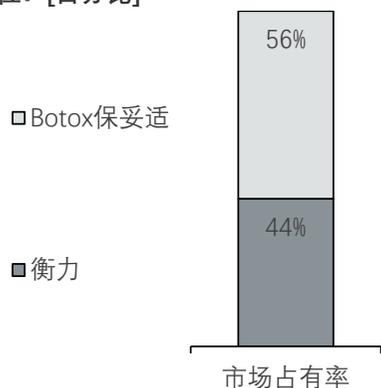
中国肉毒素市场按销量计，2019年

单位：[百分比]



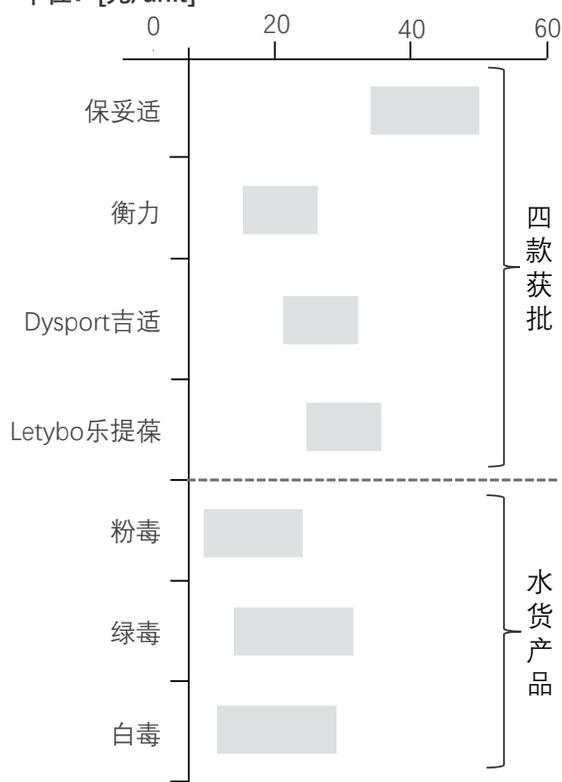
中国肉毒素市场按销售额计，2019年

单位：[百分比]



中国肉毒素价格段分布，2020年

单位：[元/unit]



## 肉毒素产品在研进度

产品名称	原厂家	合作厂家	审核进展
Xeomin	德国Merz	精鼎医药	已完成临床
绿毒Nabota	韩国Daewoong	-	已完成临床
橙毒Hutox	韩国Huons	爱美客	临床阶段
RT002	美国Revance	复星医药	临床阶段
The Toxin	韩国Jetema	华东医药	计划临床

## 分析师观点

- 国产衡力品牌与进口品牌保妥适“双雄争霸”，新玩家进入有望冲击双巨头格局：国产品牌和进口品牌平分肉毒素市场，2020年Dysport吉适和Letybo乐提葆产品获批，目前两大品牌正处于市场推广阶段，后续多家厂商在研发肉毒素产品，随着肉毒素新产品的陆续上市，“双雄争霸”的竞争市场格局有望改变，衡力和保妥适市场份额预计将下降
- 由于肉毒素批准严格，导致水货市场泛滥，水货肉毒素市场被韩国品牌垄断：水货肉毒素是指经国外审核认证在海外市场流通，但未经国家药品监督管理局批准获准进入中国市场的肉毒素产品。肉毒素市场中，韩国品牌的“粉毒”、“绿毒”和“白毒”占据水货市场98%的市场份额，随着行业政策趋严，肉毒素市场发展将逐渐规范化，水货市场将受到打击

来源：新氧，国家药品监督管理局，头豹研究院编辑整理

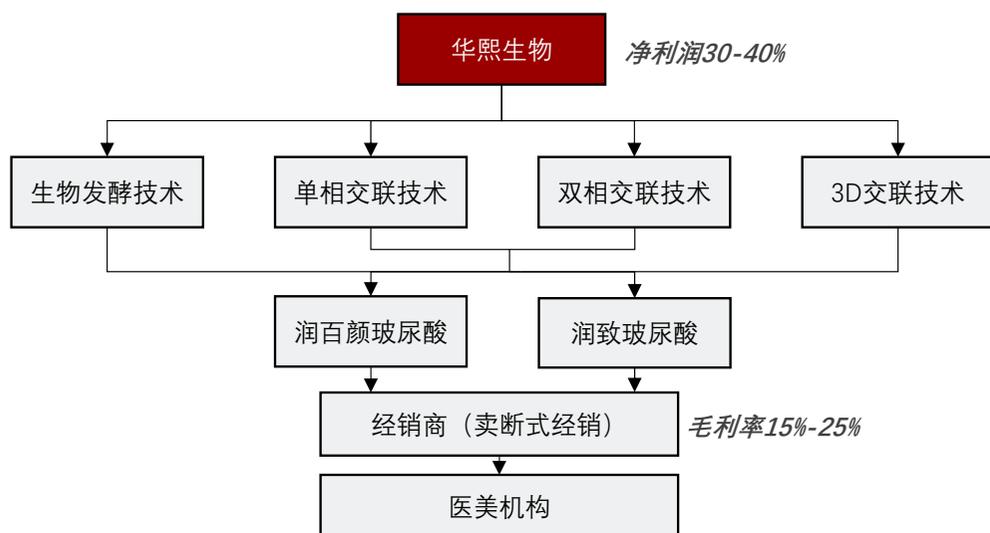
©2021 LeadLeo

# 中国注射医美产业链上游 —— 商业模式

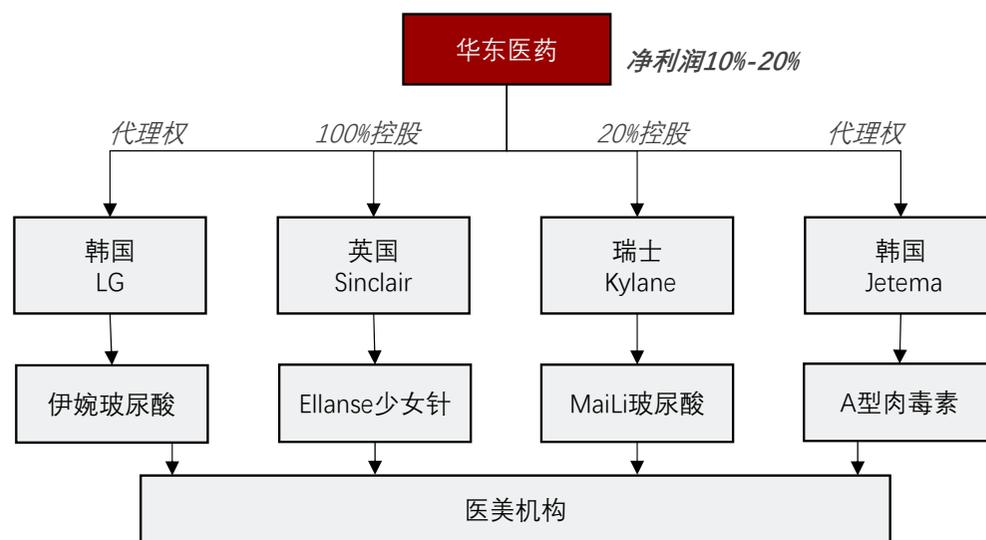
“自主研发+经销商”模式下成本较低，盈利能力优于代理收购模式。医药背景企业因具备渠道优势多选择代理收购模式，以达到降低研发费用和时间成本的目的

## 中国注射医美上游生产商盈利模式

“自主研发+经销商”商业模式，以华熙生物为例



代理/收购模式，以华东医药为例



- 注射医美上游生产商盈利模式分为“自主研发+经销商”模式和代理收购模式，“自主研发+经销商”模式因成本较低盈利水平显著高于代理收购模式：以华熙生物、昊海生科和爱美客为代表的注射产品生产商，由于掌握生产注射产品技术和原料因此生产成本较低，代理收购模式下则因需要支付较高代理或收购费用，其利润空间显著低于“自主研发+经销商”模式
- 为缩短研发周期和降低获批时间，代理收购模式将是未来主流形式：注射产品规模化生产及新品研发壁垒高，以注射玻尿酸为例，其监管依照第三类医疗器械标准实施，产品需临床观察且获批时间长达3年及以上，新竞争者因进入壁垒高而选择代理收购模式。具备医药背景企业多采用代理收购模式，该类公司深耕医药领域多年，在临床和批文方面经验丰富，且拥有医疗机构或整形医院端丰富的资源，旗下注射医美产品切入机构或整形医院更具渠道优势

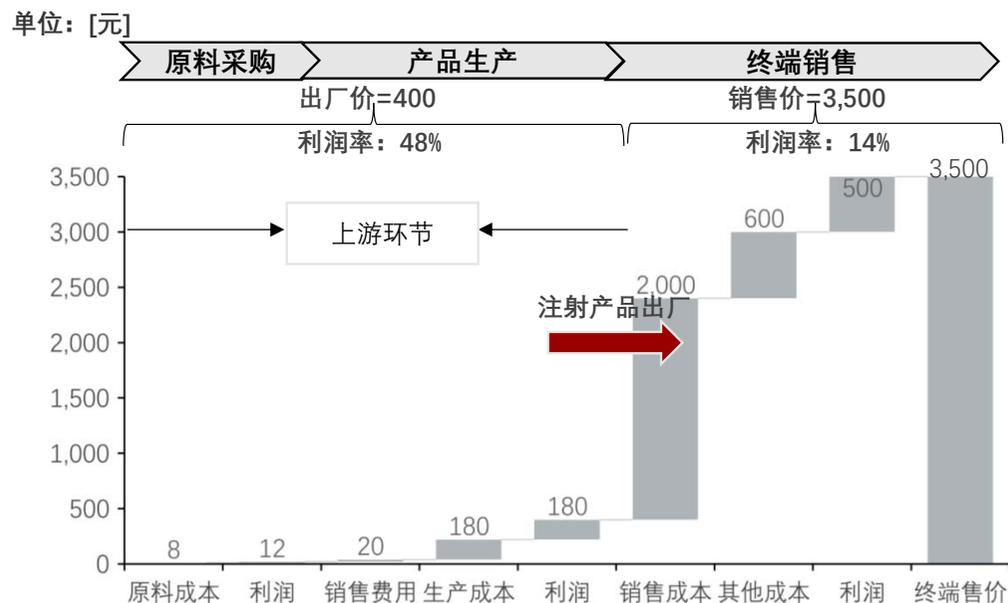
来源：搜狐财经，华熙生物公告，华东医药公告，Wind，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## 中国注射医美产业链上游 —— 盈利能力

从价值链分布看，由于上游环节生产成本低，利润率高于中游环节。注射医美上游厂商数量少，高度集中的市场竞争格局促使上游生产商议价能力强，高毛利率铸就强劲盈利能力

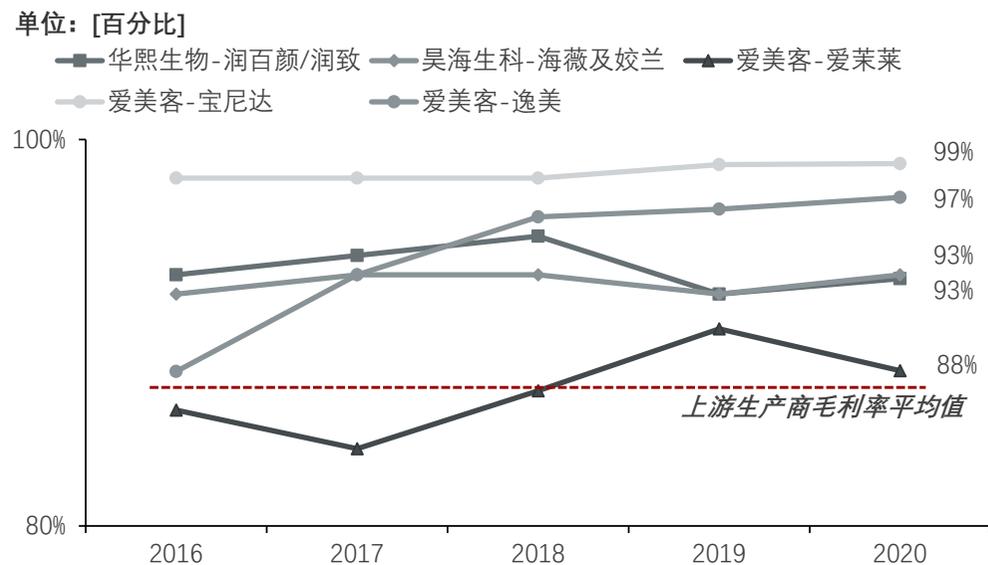
中国玻尿酸注射剂上游环节价值链分布，2020年



□ 从玻尿酸注射剂价值链看，上游生产环节成本低，利润率高于中游环节：从上游利润和成本构成看，尽管上游的利润值低于中游医疗机构，但中游竞争的医疗机构众多且销售成本高，其利润空间较为分散，对于单个医美机构或企业而言，其盈利能力较低。上游生产商的竞争参与者则较少，且原料及生产成本处于低位，单个注射产品生产更具获利能力

来源：华熙生物公告，昊海生科公告，爱美客公告，Wind，头豹研究院编辑整理

中国主要玻尿酸填充剂生产商毛利率比较，2016-2020年



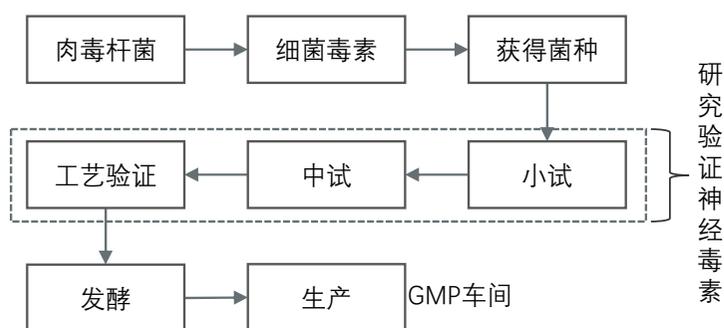
□ 因生产壁垒高形成高度集中的竞争格局，上游生产商具备强议价能力，从而毛利率水平高：中国本土生产注射玻尿酸的厂商仅为3家，肉毒素厂商仅为1家，生产厂商数量少造成注射医美市场供小于需。高度集中的市场竞争格局促使厂商对中下游具备较强话语权，上游生产商在产业链各环节中具备高毛利特征，其毛利率高达70%-90%。随着更多进口品牌和注射新品获国家批准进入中国市场，消费者及医美机构选择增多，将对上游生产商的话语权具备一定削弱作用

# 中国注射医美产业链上游 —— 进入壁垒

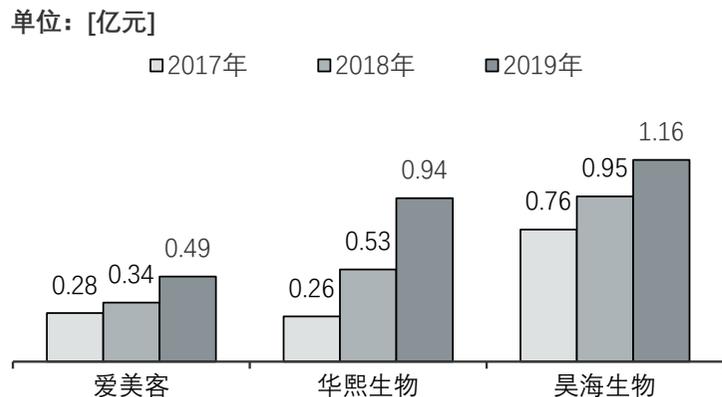
上游注射医美产品的生产需要各类生产资质，申请和审批周期长，对新进入者具备较高的进入壁垒。上游龙头生产商因具备先发优势形成强者恒强的市场地位

## 研发壁垒

肉毒素产品研发生产流程



玻尿酸上游主要企业研发费用，2017-2019年

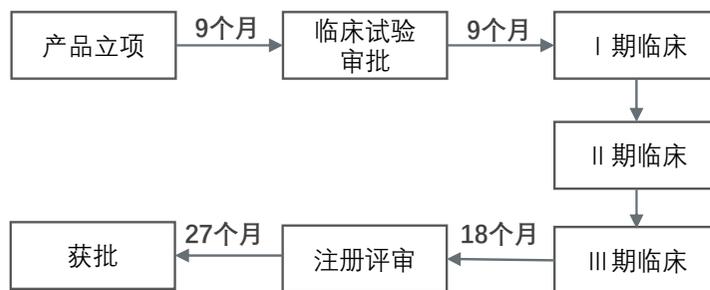


来源：国家药品监督管理局，Wind，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## 审批壁垒

注射医美产品审批一般流程



肉毒素认证牌照审核

认证阶段	周期	内容
临床试验	3-6年	动物试验，检测安全性和有效性
I期临床	1-2年	人体试验，测试安全性和有效性
II期临床	2年	患者测试，测试有效性和副作用
III期临床	1.5-3年	批量患者测试，测试长期有效性和长期副作用
生物制品许可	1年	获批证书

## 分析师观点

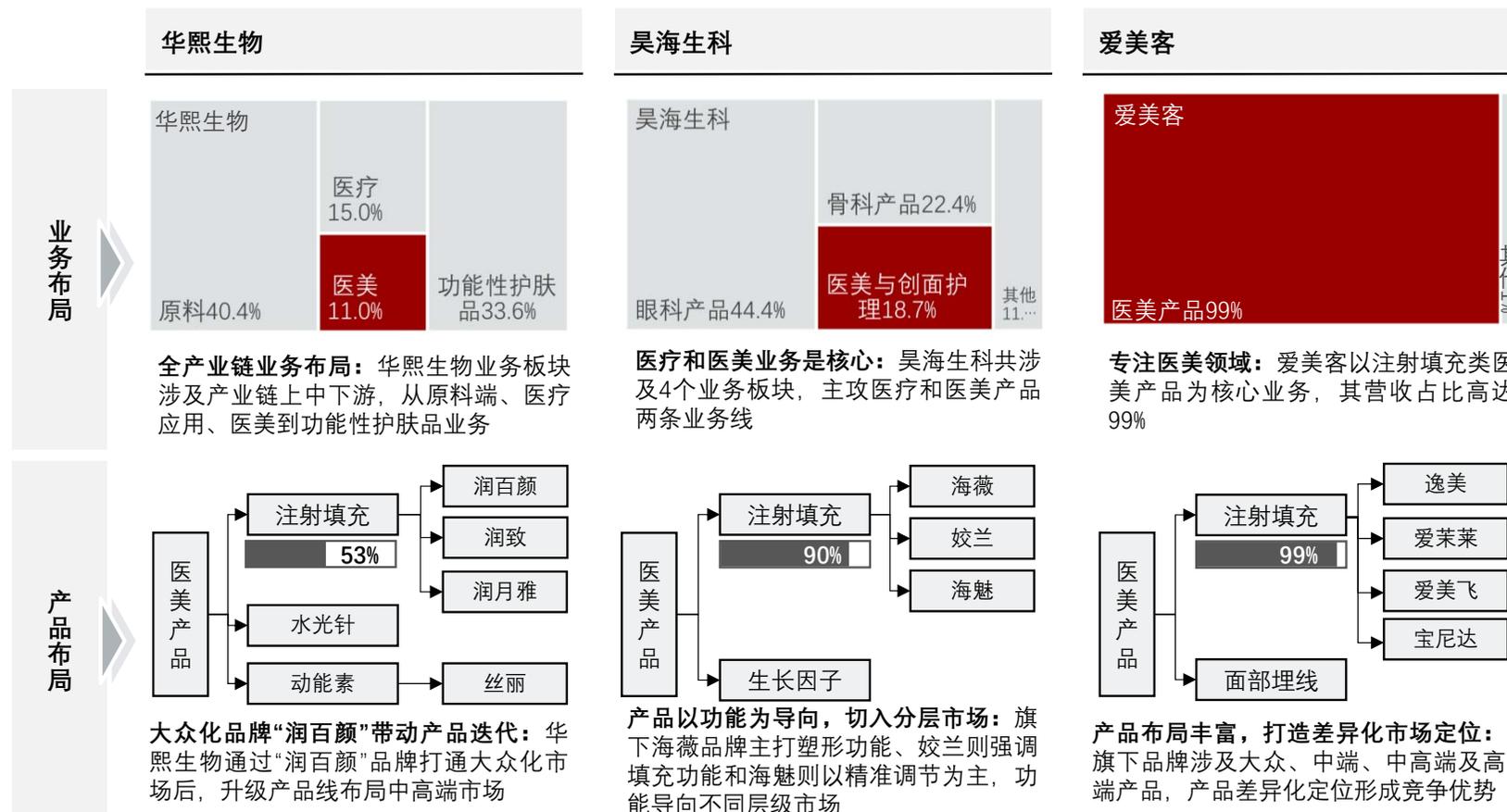
- 注射医美产品研发费用高，且研发具备高技术门槛：以玻尿酸上游龙头企业为例，华熙生物、昊海生科和爱美客其研发人数占比分别达16.8%、19.7%和22.9%，长期来看，研发投入和研发能力成为企业竞争重要指标之一。此外，肉毒素的研发不仅需要采购活性成分，其作为神经毒类生物药，存在菌种难获得、危险性高和生产设备环境要求高等壁垒
- 审批流程耗时长、成本高是上游生产商另一高准入门槛：以玻尿酸注射产品为例，国产注射类玻尿酸产品从临床试验到获批需历经3年及以上，进口玻尿酸品牌则需4年及以上。注射医美产品审批阶段花费费用高且风险大，产品在临床试验阶段需花费几百万至千万不等。此外，医美产品适应症评审过程具备较强主观性，临床适应证需得到学术认证和专家认可。审批流程对于新进入厂商及后发产品而言无疑是难以避免的难度

# 中国注射医美产业链上游——标的企业比较 (1/2)

业务布局方面，国产生产商多领域布局，仅爱美客专注于医美领域。产品布局方面，国产生产商打造差异化产品市场定位是共同趋势

## 注射医美上游环节——标的企业业务和产品布局

## 分析师观点



□ 从业务板块布局来看，上游国产生产商仅爱美客专注医美领域，华熙生物和昊海生科布局多领域业务：华熙生物和昊海生科因自身具备原料或医疗资源，逐渐向医美业务扩展。爱美客仅从事医美业务，其医美业务规模大

□ 从产品板块布局来看，打造差异化产品市场定位是生产商的共同趋势：国产注射填充剂生产商以大众普通价格的玻尿酸产品切入市场，随着品牌知名度的提升，进行产品升级迭代打造差异化产品是生产商的共同选择。国产注射填充剂生产商逐渐向高端市场发展，缩小与进口品牌的差距

来源：华熙生物年报，昊海生科年报，爱美客年报，Wind，头豹研究院编辑整理



400-072-5588

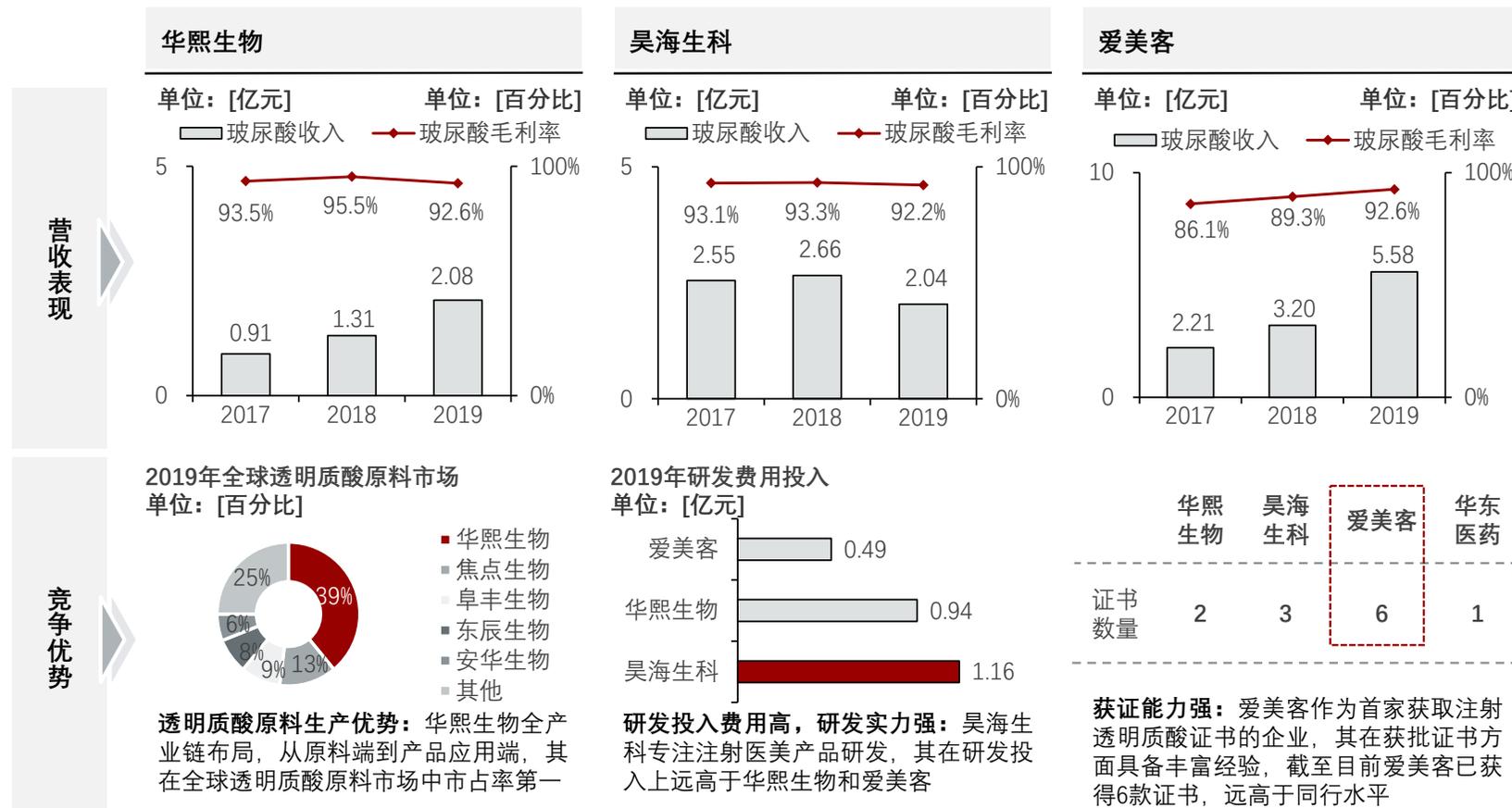
www.leadleo.com

# 中国注射医美产业链上游——标的企业比较 (2/2)

注射医美上游生产商毛利率均处于高位，华熙生物凭借原料生产优势毛利率水平最高。上游生产商未来竞争的重点将是企业的获证能力

## 注射医美上游环节——标的企业营收表现和竞争优势

## 分析师观点



□ 由于具备透明质酸原料生产优势, 华熙生物上游毛利率高于同行: 从毛利率表现来看, 注射医美上游企业毛利率水平均保持较高水平, 其中华熙生物毛利率最高。华熙生物从玻尿酸全产业链领域出发, 在上游透明质酸原料市场中拥有较强的生产优势。华熙生物在原料市场具有规模化优势, 使得其原料市场的成本逐渐下降, 毛利率水平最高

□ 上游生产商的研发能力和获证能力将是竞争重点: 与其他生产商相比, 爱美客旗下6款注射产品已获得NMPA认证。从长远布局看, 注射医美领域具备先发优势, 获证能力是未来上游厂商赢得市场的主要优势之一

来源: 华熙生物年报, 吴海生科年报, 爱美客年报, Wind, 头豹研究院编辑整理



400-072-5588

www.leadleo.com

## 第二部分：中国注射医美行业产业链

### Injection Beauty Industry Chain



#### 中国注射医美行业综述

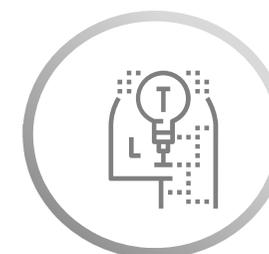


#### 中国注射医美行业产业链

##### 产业链中游：

医美机构存在乱象丛生的现象监管趋严下，行业逐渐规范化  
获客营销成本高，导致中游医美机构盈利水平落后于上游

- 行业现状
- 竞争格局
- 盈利能力
- 获客方式



#### 中国注射医美行业发展趋势

## 中国注射医美产业链中游——行业现状（1/2）

医美需求旺盛影响下，由于公共医美机构因接待量有限，催生私营医美机构成为主要的机构形式。中国医美机构区域性集群分布特征明显，四大核心城市辐射周边地区医美机构发展

### 中国医疗服务市场收益情况，2015-2023E

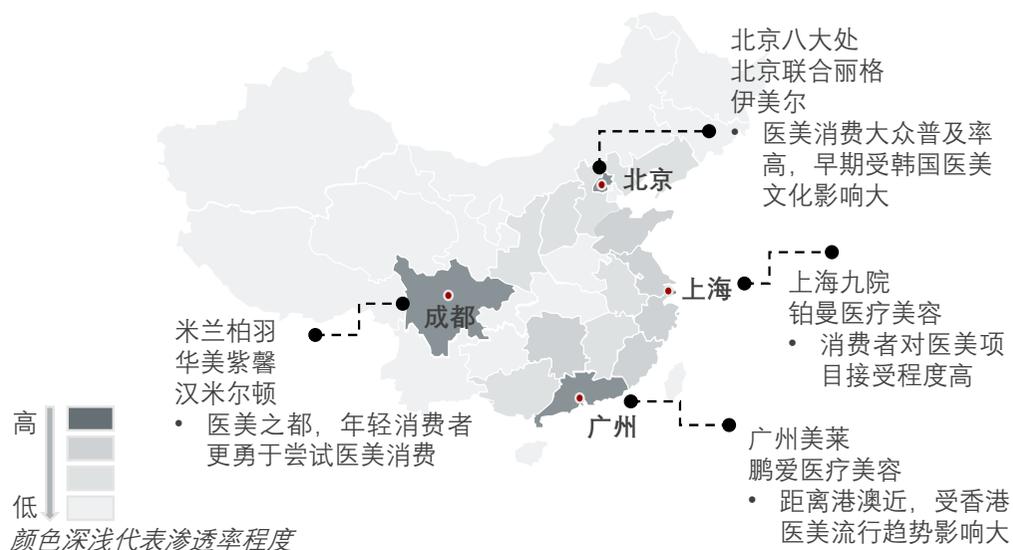
单位：[十亿元]



□ 受医疗美容需求旺盛和公共医美机构负荷过重影响，私营机构占据80%以上的市场份额，私营仍将是医美机构的主要形式：随着消费者医美需求增长，公共机构因接待量受限，私营机构分流公立机构的绝大部分消费者。另一方面，与私营机构市场相比，公共机构医疗美容服务市场较为缓慢，2015-2019年其年复合增长率为14.4%。其增长缓慢的原因在于公共医美机构获得医疗资质需满足手术室、医师、麻醉、规模等多项标准条例，对于新进入市场的公共机构而言其获得资质的要求更为严苛，因牌照和资质难度导致新公共医美机构增长较为缓慢

来源：Frost&Sullivan，头豹研究院编辑整理

### 中国医美机构区域集群分布情况，2020年



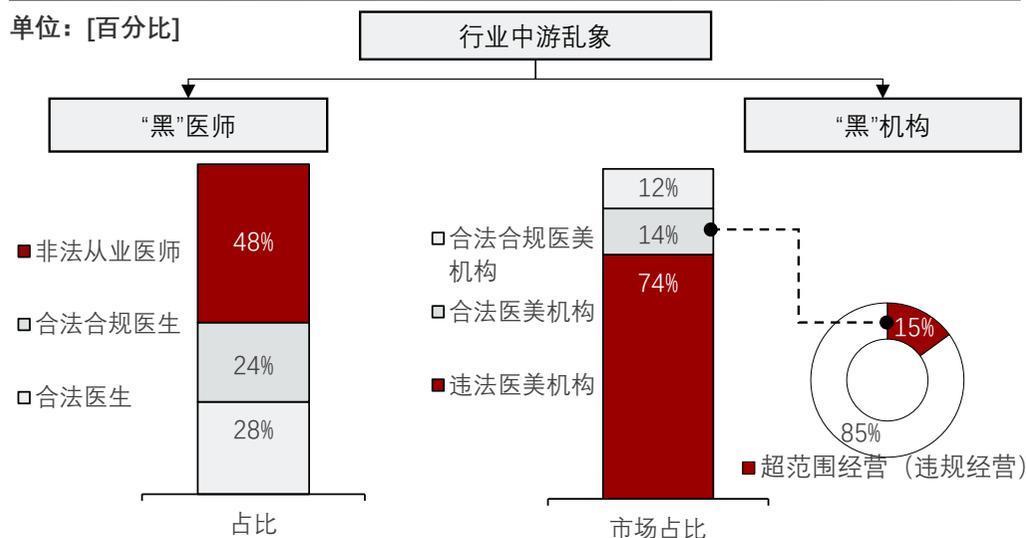
□ 医美机构产业分区域集群，形成以四大核心城市为辐射的局面：华东地区以上海为核心，江浙沪等地在其辐射作用下发展较好，华东地区凭借丰富的医疗资源，使其医美机构在全国范围实力和口碑位居前列。华北地区则以北京为核心，公立整形医院声誉高、技术实力强。华南地区以广州、深圳两大城市为核心，因距离港澳距离近，医美机构发展特点及流行趋势与港澳地区存在相似之处。西南地区成都政策优势明显，成为全国首个以医美产业为规划的城市，政策支持背景下医美机构发展较为迅速

## 中国注射医美产业链中游 —— 行业现状 (2/2)

中游医美机构经营乱象丛生成为主要痛点，合法合规的机构仅占12%。第三方监管方介入联合多方整治，非正规医美机构将逐步被取缔，市场逐步走向正规化

中国医疗美容机构现状，2019年

单位：[百分比]



- ❑ 违规经营乱象是中游环节主要痛点，经国家政策监管和打击下，医疗美容机构的不合规情况有望改善：医美机构方面，中国生活美业店铺中存在超过80,000家非法经营注射医美的店铺。在具备医疗美容资质的合法机构中，仍存在15%的违规机构从事超范围经营的情况，如医疗美容诊所在不具备专业麻醉师的情况下却开展注射医美项目。注射医师方面，由于行业乱象经营，滋生了大批“无证上岗”的非法注射医师，据统计非法从业者至少达10万人，尽管在合规机构中，非合规注射医师存在的数量也达近五千人

来源：中国整形美容协会，国家卫健委，头豹研究院编辑整理

中国医疗美容机构监管措施，2016-2021年

政策名称	颁布日期	相关政策及行动影响
《医疗美容机构评价标准实施细则2021》	2021年	进一步推动医疗美容机构评价工作
《医疗美容机构评价标准实施细则2020》	2020年	规范医美行业发展，推动机构资质考核评价， <b>监管体系逐渐健全化</b>
《关于开展医疗乱象专项整治的专项行动的通知》	2019年	开展为期一年的医疗乱象专项整治行动， <b>打击违法违规执业行为</b>
《医疗美容管理办法》	2018年	对医疗美容机构的执业、服务和管理水平进行执业管理，行业管理规范性加强
《严厉打击非法医疗美容专项行动方案》	2017年	多个省市开展打击非法医疗美容机构行动， <b>有力地改善非法经营现象</b>

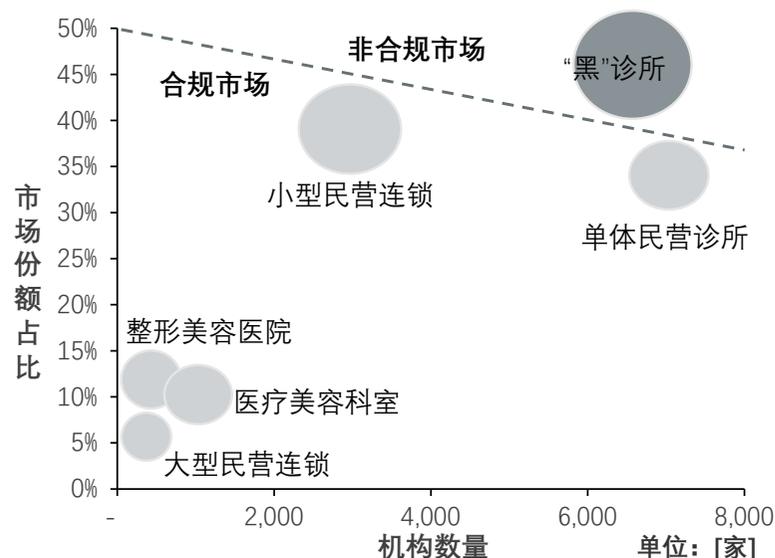
- ❑ 针对中游医疗美容机构的乱象，第三方监管参与引导行业向合规合理化方向发展：医美机构经营需要合规的资质，合格的注射医生需要具备职业资格证书和职业年限要求。“无证”经营则是医美机构乱象的根本原因，自2017年，国家重点实施打击非法经营的医疗美容机构，非法机构被关停，行业得到有效整顿
- ❑ 构建多方参与的监管体系是国家整治和打击医美机构乱象的重要手段：政府方面，建立打击非法的团队，加大惩治黑机构的力度。协会方面，建立可供消费者查询的透明信息机制。机构方面，合规合法经营，构建行业良性竞争

# 中国注射医美产业链中游 —— 竞争格局

中游医美机构竞争格局极为分散，中小型民营机构占据主导地位。不合规的医美机构仍占较大比例，小微机构因进入门槛较低，成为黑诊所扎堆经营的类型

中国医疗美容机构竞争格局，2019年

单位：[百分比]



注：圆圈大小代表市场规模大小

中国不同规模医疗美容机构竞争比较，2019年

机构类型	市占率	经营面积	注射医生数量	客流量	代表机构
公立医院	17%	>5,000平米	20-30位	>300位/天	北京八大处 上海九院
大体量机构	8%	约3,000平米	10-20位	100-300位/天	美莱、艺星、华美、 鹏爱医疗美容、伊美尔
中小型机构	60%	500-2,000平米	3-10位	50-100位/天	珈禾、时光医疗美容、 智美颜和、颜术医美
小微机构	15%	<500平米	1-5位	10-20位/天	仅包含门诊部小型 医美机构

□ 中游医美机构竞争格局较为分散，不合规机构在市场仍占较大比例，随着行业发展规范性增强，流向合规机构的消费者将逐渐增多：合规医疗美容市场中民营机构占据71%的市场份额，民营机构占据医美机构市场的主导地位。除合规市场外，“黑诊所”市场的体量占比仍较大，自国家开始严打击非法机构和倡导医疗机构合法化后，随着求美者对注射医美机构合法性的认知加强，合法合规机构将成为消费者的选择

□ 中小型规模的注射医美机构仍是市场主要形式：大体量机构多为连锁医美医院，据统计2010-2019年，因医疗资质审批难度大和投入成本高，医美医院数量增长较为缓慢，仅从38家增长至53家。而2019年小微机构的数量达8,000家，由于规模小准入门槛较低，小微机构中“黑诊所”的占比较大

来源：新氧，中国卫生健康统计年鉴，头豹研究院编辑整理

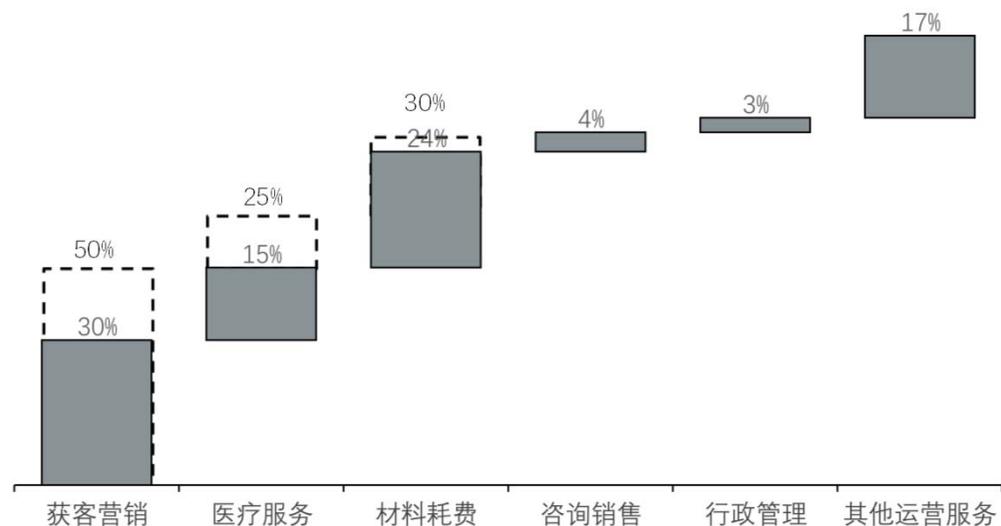
©2021 LeadLeo

## 中国注射医美产业链中游 —— 盈利能力

受上游生产商及经销商挤压利润空间的影响，中游医美机构的盈利空间有限。获客营销成本高是中游医美机构利润率低的另一主要原因

中国医疗美容机构价值链分布，2019年

单位：[百分比]



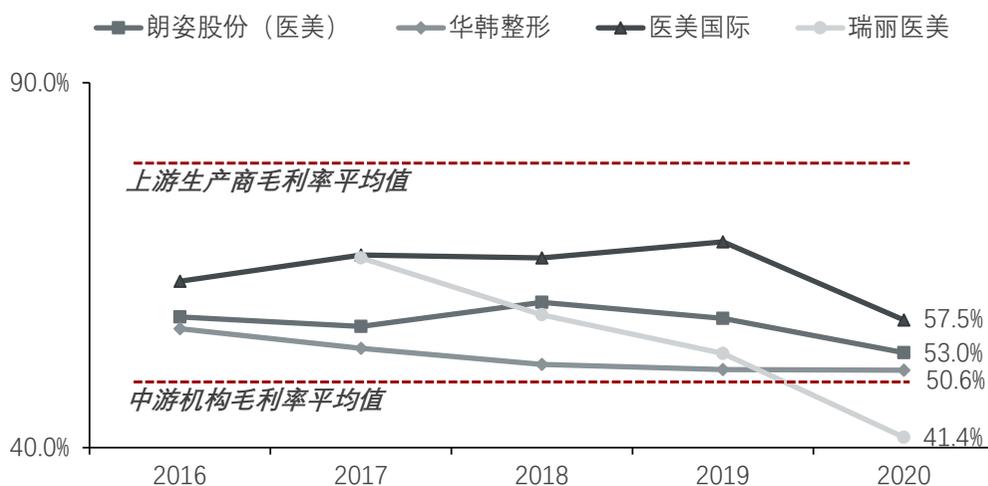
□ 医美机构当前盈利空间较为狭窄，获客营销费用、医疗服务和材料耗费是主要成本，其中营销成本高是中游医美机构的主要痛点：对于注射医美产品而言，需要多次复购的特征导致维系客源成本低，但其获取新客源的成本和难度较大。获客营销费用占据医美机构绝大部分成本，参考代表性医美机构，华韩整形和丽都整形等机构销售费用率占收入比例25%-48%，扣除所有成本中游机构的利润率仅为7%-15%左右

来源：Wind，各公司公告，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国医疗美容机构毛利率比较，2016-2020年

单位：[百分比]



注：2020年毛利率中医美国际为2020年Q3数据，其余企业为2020年H1数据

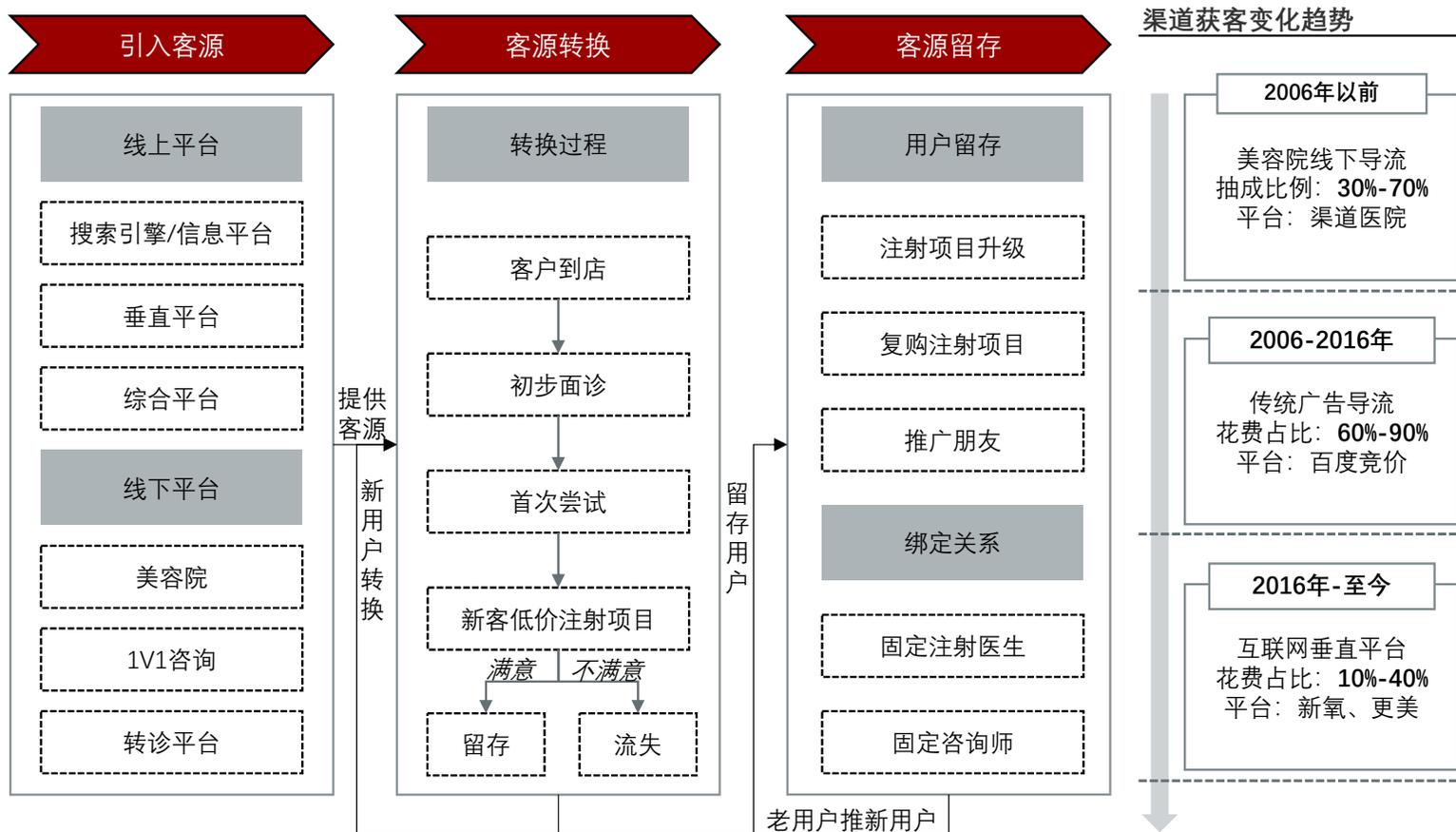
□ 由于上游议价权强和经销商占据部分利润空间，中游医疗机构毛利率较低：经销模式下，经销商享有的毛利率区间为15%-25%，受上游生产商和经销商挤压利润空间的影响，中游医疗机构盈利空间有限

□ 随着垂直医美获客平台的使用率提升，中游医美机构获客成本有望降低，利润空间有望得到释放：高昂营销费用造成中游医美机构的净利率普遍偏低，新氧、更美和悦美等医美服务平台的出现，其获客投产比远高于传统广告宣传获客方式，中游机构获客转换成本能有效降低，利润空间得到进一步释放

# 中国注射医美产业链中游 —— 获客方式

引入客源，客源转换和客源留存是注射类医美机构获客的重要步骤，获客渠道历经线下导流，广告导流和垂直医美平台三阶段，获客方式多样且获客成本降低

## 中国医疗美容机构获客逻辑



## 分析师观点

- 新用户流量的转换对于注射类医美机构而言是获客关键：手术类医美因维持时间长和安全性较低，具备低频率低复购的特征。而注射类医美因维持时效短，首次注射后需多次复购维持状态，其具备高频率高复购的循环特征，因此拓展新用户首次尝试使用成为医美机构获客的关键节点
- 随着垂直医美平台的出现，注射类医美机构获客成本逐步降低，获客投入产出比提高：与传统线下美容院和百度引流平台相比，垂直医美平台的花费成本更低，具有信息透明、转换率和可信度更高的优势，垂直平台引流有利于降低医美机构的获客成本。另外，垂直医美获客方式也存在劣势，以新氧为例，其用户普遍为年轻90后居多，通过该渠道引流的用户，其消费能力和客单价较低，低价消费群体导致医美机构利润空间有限

来源：新氧，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

35

## 第二部分：中国注射医美行业产业链

### Injection Beauty Industry Chain



#### 中国注射医美行业综述

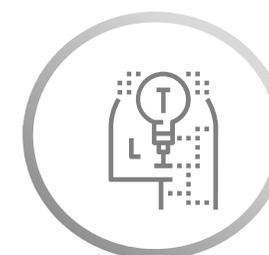


#### 中国注射医美行业产业链

##### 产业链下游：

消费人群集中在25-35岁，中年年龄层的消费者购买力更强，玻尿酸仍然是消费者使用频率最高的注射产品

##### □ 消费者画像



#### 中国注射医美行业发展趋势

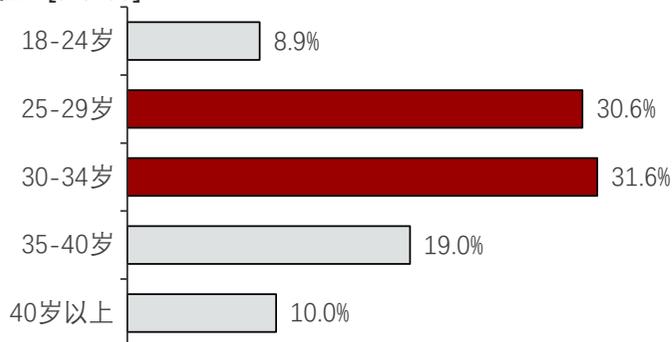
# 中国注射医美产业链下游 —— 消费者画像

25-35岁女性是注射医美的主力消费群体，且用户花费与年龄呈现正相关。玻尿酸填充剂仍然是消费者的首选，机构和医生端是生产商切入市场的关键环节

## 中国注射医美行业消费者画像，2020年

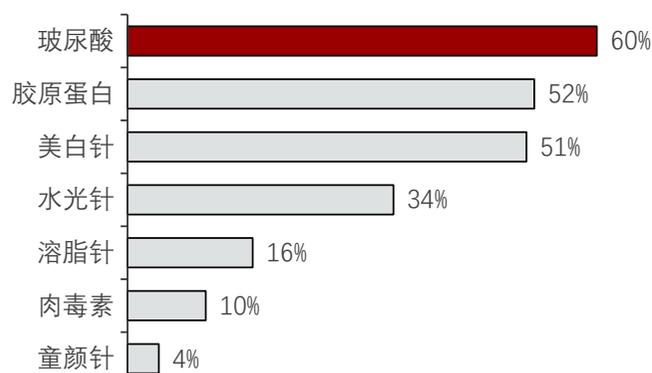
### 注射医美消费者年龄分布

单位：[百分比]



### 医美用户使用的注射针剂情况

单位：[百分比]

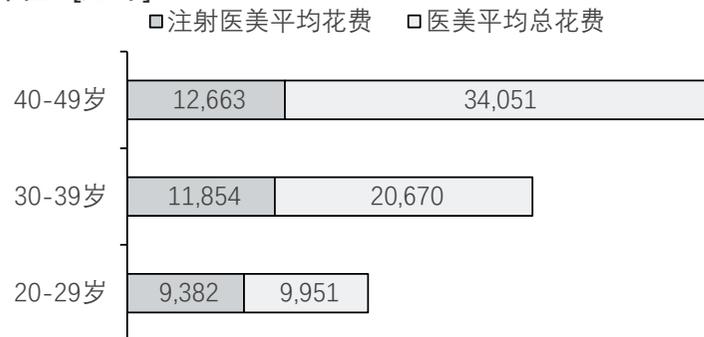


来源：新氧，柠檬爱美，艾莉薇，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

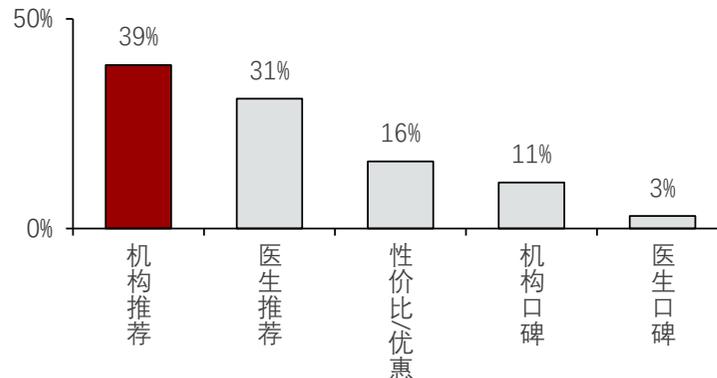
### 医美用户在注射类产品花费

单位：[元/年]



### 注射医美消费者决策购买阶段关注点

单位：[百分比]



## 分析师观点

- 25-35岁女性是注射医美主力消费群体，中年年龄层的消费者购买力更强：从单次花费上看，注射医美产品单次注射量为1-2支，单次花费单价均在1万元左右。注射医美花费与年龄增长成正相关，随着年龄增长面部凹陷和皱纹问题日益严重，用户依赖产品解决问题的需求增长
- 机构和医生成为注射医美求美者决策的关键因素：在决策购买阶段，消费者依赖于寻求机构或医生的推荐，对于生产商而言，通过机构或医生对消费者进行市场教育将是重要途径
- 从偏好的注射针剂看，玻尿酸仍然是消费者使用频率最高的注射产品，胶原蛋白注射产品市场地位将逐渐提高：凭借产品可塑形强，可注射部位多，玻尿酸依旧是注射医美市场中的主流产品。2020年胶原蛋白填充剂成为消费者青睐的新产品。对于注射医美生产商而言，开展新成分注射填充剂将是发展趋势

## 第三部分：中国注射医美行业发展趋势

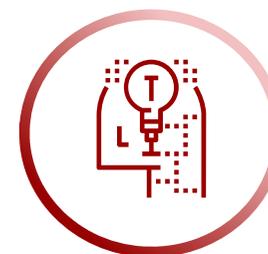
### Injection Beauty Development Trend



中国注射医美行业综述



中国注射医美行业产业链



中国注射医美行业发展趋势

上游：国产替代化进程加速，国产品牌与进口品牌的差距逐渐缩小

中游：高昂的获客影响成本将逐渐降低，行业信息透明化程度提高

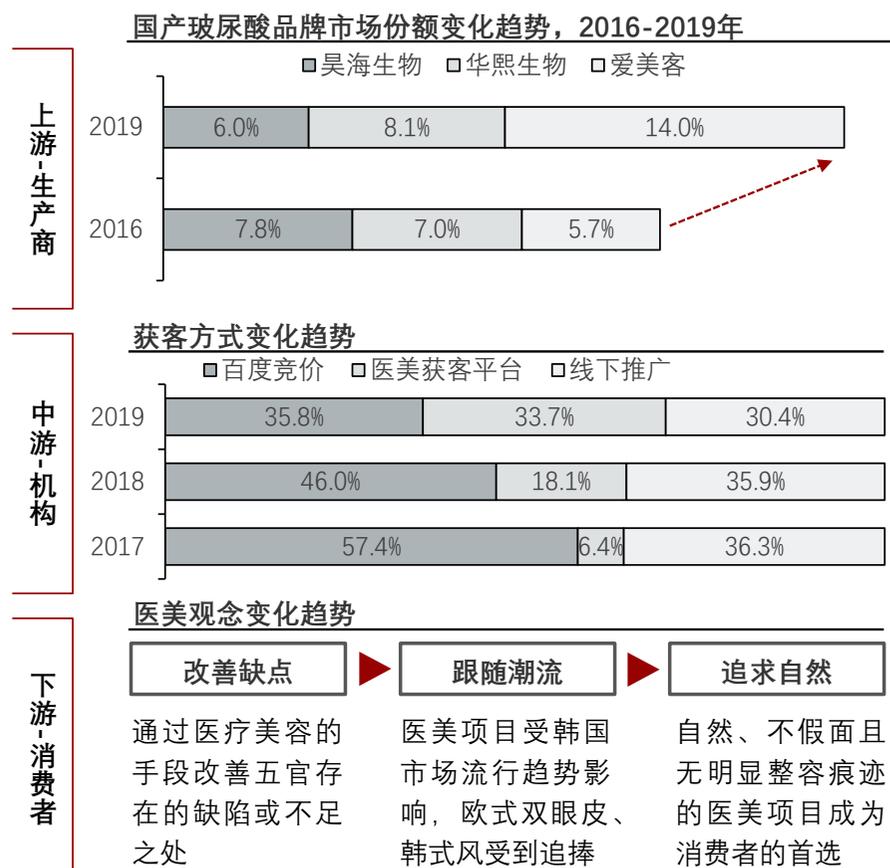
下游：消费者医美观念改变推动注射医美行业发展

□ 发展趋势

# 中国注射医美行业 —— 发展趋势

上游环节，国产注射品牌替代进口是必然趋势。中游环节，医美机构营销获客成本逐渐降低，行业信息透明化进程加速。下游消费者需求升级将带动注射医美产品形式丰富

## 中国注射医美行业未来发展趋势



来源：爱美客招股说明书，头豹研究院编辑整理

### 国产品牌具备的优势及未来发展趋势

- **国产品牌更具性价比优势：**进口注射产品受进口关税和品牌溢价的影响，其销售价格普遍较高，高于国产品牌价格60%及以上
- **国产注射产品技术逐步提升，与进口产品差距缩小：**国产品牌积极开展技术研发，以华熙生物为例，其采用“3D梯度交联技术”有效地解决了玻尿酸精准控制的问题
- **国产注射品牌更具开拓本土渠道优势：**国产品牌如华熙生物、昊海生科与大型医美机构已构成稳定合作关系，且在公立医院渠道其仍具丰富资源
- **国产替代化进程加速：**国产品牌的高性价比优势使其在注射医美市场地位逐步提高

- **营销获客成本有望降低：**针对中游机构获客成本高的痛点，垂直医美平台出现后，其成本花费占比降至10%-40%，提高了用户转换率的同时也降低了投入成本
- **信息透明化程度将提高：**医美机构过去存在信息不对称、价格不透明等问题，消费者评价机构的体系不健全，随着消费者获取信息的渠道增多，该类问题有望得到改善，行业内逐渐朝着透明化方向发展

### 未来发展趋势

- **具有注射医美需求的消费者增多，注射医美市场将进一步增长：**随着求美者审美观念的改变，由过去较为夸张感的医美效果转变为无痕迹的自然脸，消费者摒弃手术方式改为非手术类医美项目以达到自然效果，微整形注射医美方式将成为消费者的首选
- **注射医美产品线将逐渐丰富：**目前注射医美市场以玻尿酸和肉毒素为主导，随着生产商技术的革新和消费者需求升级下，注射填充类新产品将不断推出

# 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，从医美行业、注射医美行业等领域着手，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。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。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告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。本文所载的资料、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，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹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。

# 头豹领航者计划介绍

头豹共建报告



每个季度，头豹将于网站、公众号、各自媒体公开发布**季度招募令**，每季公开**125个**招募名额

2021年度  
特别策划



头豹诚邀各行业**创造者、颠覆者、领航者**，知识共享、内容共建

Project  
Navigator  
领航者计划



头豹诚邀**政府及园区、金融及投资机构、顶流财经媒体及大V**推荐共建企业

沙利文担任计划首席增长咨询官、江苏中科院智能院担任计划首席科创辅导官、财联社担任计划首席媒体助力官、无锋科技担任计划首席新媒体造势官、iDeals担任计划首席VDR技术支持官、友品荟担任计划首席生态合作官……



1

企业申请共建

2

头豹审核资质

3

确定合作细项

4

信息共享、内容共建

5

报告发布投放

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。

©2021 LeadLeo

 **头豹**  
LeadLeo 400-072-5588

www.leadleo.com

# 头豹领航者计划与商业服务

## 研报服务

共建深度研报  
撬动精准流量



## 传播服务

塑造行业标杆  
传递品牌价值



## FA服务

提升企业估值  
协助企业融资



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，依托**传播服务**、**FA服务**、**资源对接**、**IPO服务**、**市值管理**等，提供精准的商业管家服务解决方案

## 资源对接

助力业务发展  
加速企业成长



## IPO服务

建立融资平台  
登陆资本市场



## 市值管理

提升市场关注  
管理企业市值



扫描二维码  
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

