

# 医美产业链系列之2022年中国玻尿酸行业概览： 掘金赛道，爱美客、华熙生物、昊海生科如何 挖掘市场无限潜力

2022 China Hyaluronic Acid Industry of the Medical Aesthetic Industry Chain Series  
2022年 中国医疗美容产业チェーンシリーズにおけるヒアルロン酸産業の概要

概览标签：玻尿酸、爱美客、华熙生物、昊海生科

报告主要作者：曾铿淞

2022/06

报告提供的全部内容均属于机密文件，所有数据、图表、图像等均系头豹研究院团队自主研发，除报告中列明出处者外，未经头豹研究院书面许可，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。

# 研究目的&摘要

## 研究目的

本报告为玻尿酸之医美系列报告第一篇，将梳理中国企业爱美客、华熙生物、昊海生科的产品定位，对三家企业的核心竞争力做出分析

研究区域范围：中国地区

研究周期：2022年上半年

研究对象：爱美客、华熙生物、昊海生科

此研究将会回答的关键问题：

- ① 轻医美玻尿酸为什么是掘金赛道？
- ② 爱美客、华熙生物、昊海生科的玻尿酸产品矩阵？各自竞争优势？

## 摘要

- **中国医美玻尿酸终端产品市场规模潜力大**：医美玻尿酸终端产品行业市场规模=总人数\*渗透率\*客单价\*复购率。其中总人数\*渗透率可以看作目标用户；复购率可以看作人均消费医美次数。目标用户群体扩大和玻尿酸项目高复购率是其持续增长主要动力，目标人群增长主要来自于渗透率提升
- **医美玻尿酸终端产品具有高毛利特点**：玻尿酸产业链由上游玻尿酸原料、中游玻尿酸终端产品、下游涵盖医疗机构、获客平台及消费者组成；各环节具备不同的商业模式和竞争格局，价值分配也不尽相同。其中上游医药级玻尿酸原料附加值最高也决定中游医美玻尿酸终端产品价值最高，主要原因是由行业进入壁垒、工艺技术决定
- **执美之风，以御长风**：爱美客通过丰富且完整医美产品矩阵、自主研发和外部合作能力及直销为主销售模式，深挖自身动态护城河；华熙生物以玻尿酸为起点，布局玻尿酸全产业链公司，以确保在产业链、供应链上形成自身的竞争优势；昊海生科则是依托产品线组合优势、外延并购等完善在眼科、医美、骨科、防粘连及止血产品四大领域的产业布局，拓宽消费医疗赛道



# 目录

## CONTENTS

### ◆ 名词解释

### ◆ 中国玻尿酸行业综述

- 定义、分布及应用
- 发展历程
- 制备工艺
- 医美玻尿酸终端产品市场规模

### ◆ 中国玻尿酸行业产业链分析

- 产业链图谱
- 上游分析——玻尿酸原料盈利能力
- 上游分析——玻尿酸原料市场规模
- 上游分析——玻尿酸原料市场格局
- 中游分析——医药级玻尿酸细分市场
- 中游分析——医药级医美玻尿酸技术特点
- 中游分析——医药级医美玻尿酸主要参与者
- 中游分析——医药级骨科治疗玻尿酸市场格局
- 中游分析——医药级眼科治疗玻尿酸市场格局
- 中游分析——化妆品级玻尿酸市场前景
- 中游分析——化妆品级玻尿酸市场格局



# 目录

## CONTENTS

- 中游分析——食品级玻尿酸市场前景
- 下游分析——医疗美容机构市场前景
- 下游分析——医美用户画像
- 下游分析——医美项目市场前景

### ◆ 中国玻尿酸行业宏观分析

- 政策分析
- 玻尿酸终端产品竞争格局
- 行业驱动因素与风险

### ◆ 中国玻尿酸行业企业分析

- 爱美客
- 华熙生物
- 昊海生科

### ◆ 方法论

### ◆ 法律声明



# 目录

# CONTENTS

## ◆ Terms

## ◆ China Hyaluronic Acid Industry

- Definition, Distribution And Application
- Development Path
- Preparation Process
- Market Size Of Medical Beauty Hyaluronic Acid End Products

## ◆ Industry Chain Analysis Of China's Hyaluronic Acid Industry

- Industry Chain Map
- Upstream Analysis—hyaluronic Acid Raw Material Profitability
- Upstream Analysis—hyaluronic Acid Raw Material Market Size
- Upstream Analysis—hyaluronic Acid Raw Material Market Structure
- Midstream Analysis—pharmaceutical Grade Hyaluronic Acid Market Segment
- Midstream Analysis—technical Characteristics Of Medical-grade Hyaluronic Acid
- Midstream Analysis—major Players Of Pharmaceutical Grade Hyaluronic Acid
- Midstream Analysis—pharmaceutical Grade Orthopedic Treatment Hyaluronic Acid Market Pattern
- Midstream Analysis—market Structure Of Pharmaceutical Grade Ophthalmic Treatment Hyaluronic Acid
- Midstream Analysis—market Prospect Of Cosmetic Grade Hyaluronic Acid
- Midstream Analysis—cosmetic Grade Hyaluronic Acid Market Pattern



# 目录

## CONTENTS

- Midstream Analysis——food Grade Hyaluronic Acid Market Prospects
- Downstream Analysis——market Prospect Of Medical Beauty Institutions
- Downstream Analysis——medical Beauty User Portrait
- Downstream Analysis——market Prospect Of Medical Beauty Project

### ◆ Macro Analysis Of China's Hyaluronic Acid Industry

- Policy Analysis
- Competitive Landscape Of Medical Beauty Hyaluronic Acid Terminal Products
- Industry Drivers And Risks

### ◆ Analysis Of Chinese Hyaluronic Acid Industry Enterprises

- Imeik
- Bloomage Biotechnology
- Haohai Biological Technology

### ◆ Methodology

### ◆ Legal Statement



# 图表目录

## List of Figures and Tables

- 图表1: 玻尿酸在机体中的分布
- 图表2: 玻尿酸及其衍生物的应用领域
- 图表3: 玻尿酸原料产业发展历程
- 图表4: 玻尿酸原料产业发展历程
- 图表5: 玻尿酸微生物发酵技术制备流程
- 图表6: 微生物发酵法和提取法生产透明质酸对比
- 图表7: 中国医美玻尿酸终端产品行业市场规模, 2017-2026E (终端价口径)
- 图表8: 玻尿酸产业链图谱
- 图表9: 玻尿酸分类 (按原料用途)
- 图表10: 全球玻尿酸原料市场规模, 2016-2025E (按销量计)
- 图表11: 全球玻尿酸原料市占率, 2020 (按销量计)
- 图表12: 中国玻尿酸原料市场规模, 2016-2025E (按销售额计)
- 图表13: 中国玻尿酸原料市场规模, 2016-2025E (按销量计)
- 图表14: 中国医药级玻尿酸终端市场规模, 2015-2019
- 图表15: 中国医药级玻尿酸终端市场细分, 2015-2019
- 图表16: 中国医美玻尿酸终端市场, 2019 (按销售额)
- 图表17: 医美类玻尿酸分类及作用 (按是否交联处理)
- 图表18: 国内外公司首款产品取得国内医疗器械注册证书时间, 截至2021.6.30
- 图表19: 中国骨科玻尿酸终端市场规模, 2019-2023E
- 图表20: 中国骨科类疾病患者年龄结构, 2018
- 图表21: 中国骨科玻尿酸终端市场, 2019 (按销售额)
- 图表22: 中国眼科玻尿酸终端市场规模, 2019-2023E
- 图表23: 中国干眼症、白内障患者数量, 2019-2023E



# 图表目录

## List of Figures and Tables

- 图表24: 中国眼科玻尿酸终端市场, 2019 (按销售额)
- 图表25: 中国玻尿酸化妆品市场规模, 2019-2023E
- 图表26: 中国化妆品类别占比, 2015-2019
- 图表27: 国内外部分化妆品品牌主要玻尿酸终端产品顺理
- 图表28: 中国功能性食品行业市场规模, 2019-2023E
- 图表29: 中国口服美容行业市场规模, 2019-2023E
- 图表30: 功能性食品渗透率及用户粘性情况, 2019
- 图表31: 中国医疗美容机构数量, 2016-2020
- 图表32: 中国医疗美容诊疗人次, 2016-2019
- 图表33: 中国医疗美容机构总收入, 2016-2020
- 图表34: 中国医美用户数量, 2017-2023E
- 图表35: 中国医美消费各年龄段分布, 2020
- 图表36: 中国各级城市医美用户渗透率分布, 2020
- 图表37: 手术类和非手术类部分医美项目指标情况
- 图表38: 医美行业相关政策, 2021-2022
- 图表39: 玻尿酸终端产品竞争力
- 图表40: 中国玻尿酸行业驱动因素之供需侧
- 图表41: 中国玻尿酸行业发展潜在风险





# 名词解释

## TERMS

- ◆ **HA:** Hyaluronic Acid 的简称，即透明质酸，又称玻尿酸，分子式为 $(C_{14}H_{21}NO_{11})_n$ ，是D-葡萄糖醛酸及N-乙酰葡萄糖胺组成的双糖单位糖胺聚糖。
- ◆ **NMPA:** National Medical Products Administration，国家药品监督管理局。
- ◆ **III类医疗器械:** 国家对于医疗器械有着严格的分类，而三类医疗器械是最高级别的医疗器械，也是必须严格控制的医疗器械，是指植入人体，用于支持、维持生命，对其安全性、有效性必须严格控制的医疗器械。
- ◆ **药品注册:** 药品注册申请人（医药企业）向国家药品监督管理局申请并注册药品的过程。



# 第一部分：行业综述

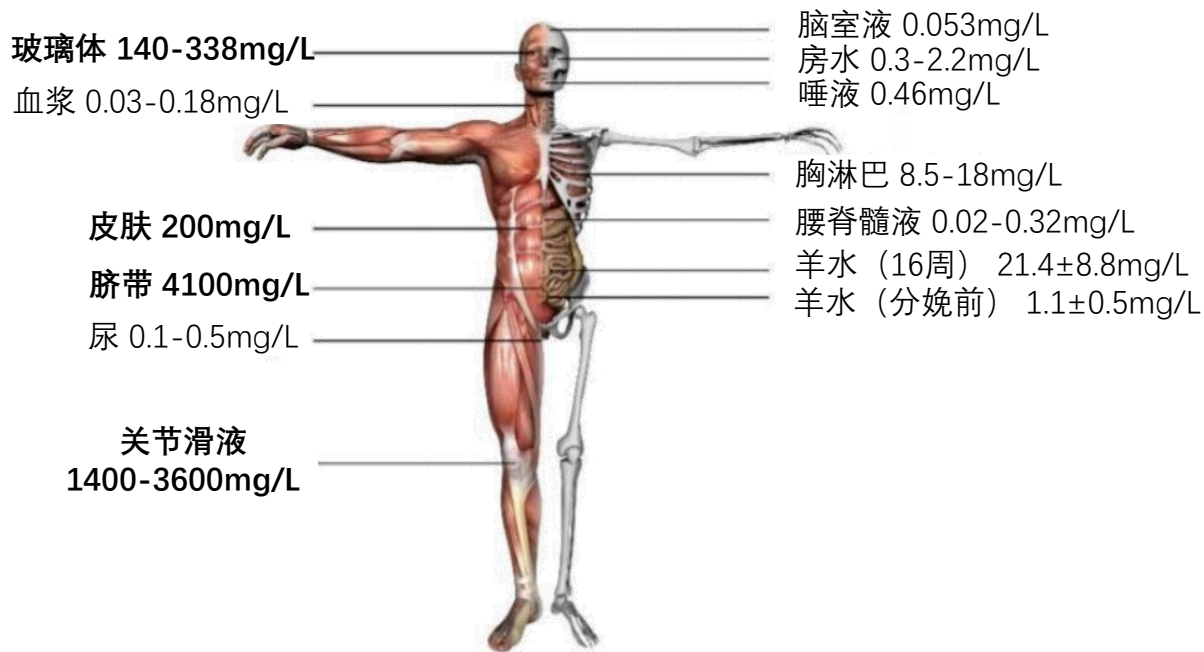
## 主要观点：

- 玻尿酸是人体内不可替代的天然物质，胚胎时期体内的含量最高，随着年龄增长体内含量逐渐减少；玻尿酸独特的分子结构使其广泛应用于医疗领域的肌体修复，皮肤美容
- 中国玻尿酸原料产业发展历程是通过微生物发酵法，开启国产量产化时代。历时30年左右时间，中国已成为玻尿酸原料生产销售第一大国
- 从生产工艺上看，玻尿酸制备方法分为发酵法和提取法，由于原料来源易得、成品率高、纯度高以及成本低，因而微生物发酵法更适合规模化生产
- 医美玻尿酸终端产品行业市场规模=总人数\*渗透率\*客单价\*复购率。其中总人数\*渗透率可以看作目标用户；复购率可以看作人均消费医美次数。目标人群扩大和玻尿酸项目高复购率是其持续增长主要动力

# 中国玻尿酸行业综述——定义、分布及应用

玻尿酸是人体内不可替代的天然物质，胚胎时期体内的含量最高，随着年龄增长体内含量逐渐减少；玻尿酸独特的分子结构使其广泛应用于医疗领域的肌体修复，皮肤美容

## 玻尿酸在机体中的分布



## 玻尿酸及其衍生物的应用领域



□ 玻尿酸是人体内不可替代的天然物质，胚胎时期体内的含量最高，随着年龄增长体内含量逐渐减少：透明质酸（hyaluronic acid，简称HA，又名玻尿酸）是存在于人体和动物组织中的一种天然直链多糖，在人体内主要分布于眼玻璃体、关节、脐带、皮肤等部位，发挥重要生理功能。如果把20岁时人体内的透明质酸相对含量定为100%，则30、50、60岁时分别下降为65%、45%、25%，皮肤老化、关节退化、动脉硬化、眼老花等症状与体内透明质酸含量逐渐减少密切相关

□ 玻尿酸广泛应用于医疗领域的肌体修复和皮肤美容：玻尿酸凭借独特的分子结构使其具有良好的保水性、润滑性、黏弹性、生物降解性及生物相容性等理化性能和生物功能。玻尿酸与人体相容性高，一般不会出现排异的情况，并且可以被人体所分解代谢，安全性高。在医疗应用十分广泛（骨科、眼科、普外科、泌尿外科、胃肠科、耳鼻喉科、口腔科、整形外科、皮肤科等）



# 中国玻尿酸行业综述——医美玻尿酸终端产品市场规模

医美玻尿酸终端产品行业市场规模=总人数\*渗透率\*客单价\*复购率。其中总人数\*渗透率可以看作目标用户；复购率可以看作人均消费医美次数。目标人群扩大和玻尿酸项目高复购率是其持续增长主要动力

中国医美玻尿酸终端产品行业市场规模，2017-2026E（终端价口径）

单位：[亿人民币]

头豹洞察

完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

搜索《2022年医美产业链系列之2022年中国玻尿酸行业概览：掘金赛道，爱美客、华熙生物、昊海生科如何挖掘市场无限潜力》



- 中国医美玻尿酸终端产品市场潜力大：目标用户群体扩大和玻尿酸项目高复购率是其持续增长主要动力，目标人群增长主要来自于渗透率提升。截至2019年，中国医美渗透率为3.6%，相比韩国20.5%、美国16.6%、日本11.0%，与韩国、美国、日本等成熟市场相比仍有较大提升空间。相比手术类项目，非手术类项目具备单次价格低、风险小、创伤小、复购率高的特点，在医美消费市场接受度更高；而玻尿酸项目一般需要每3-6个月进行重复消费，以保持效果。当前中国主力医美消费人群是90后群体，随着消费升级趋势下，他们消费能力逐渐提升，以及强监管下合规产品供给不断的丰富，长期而言中国医美玻尿酸终端产品渗透率提升趋势较为明确，空间较为可观，行业市场规模有望持续扩容

## 第二部分：产业链分析

### 主要观点：

- 玻尿酸产业链由上游玻尿酸原料、中游玻尿酸终端产品、下游涵盖医疗机构、获客平台及消费者组成；各环节具备不同的商业模式和竞争格局，价值分配也不尽相同
- 玻尿酸按原料用途和技术要求可分为医药级、化妆品级和食品级，主要的行业壁垒体现在技术方面。医药级玻尿酸对于质量和纯度的要求最高，产品附加值最高
- 中国医美玻尿酸终端产品市场仍以海外企业为主导，国产替代空间大，受医疗美容细分市场拉动，医药级玻尿酸产品终端市场规模增长稳健
- 在消费升级趋势下，医美消费需求将逐渐释放，医疗美容机构发展前景良好，其中美容医院相比整形外科医院市场潜力更大

# 中国玻尿酸行业产业链分析——产业链图谱

玻尿酸产业链由上游玻尿酸原料、中游玻尿酸终端产品、下游涵盖医疗机构、获客平台及消费者组成；各环节具备不同的商业模式和竞争格局，价值分配也不尽相同

## 玻尿酸产业链图谱



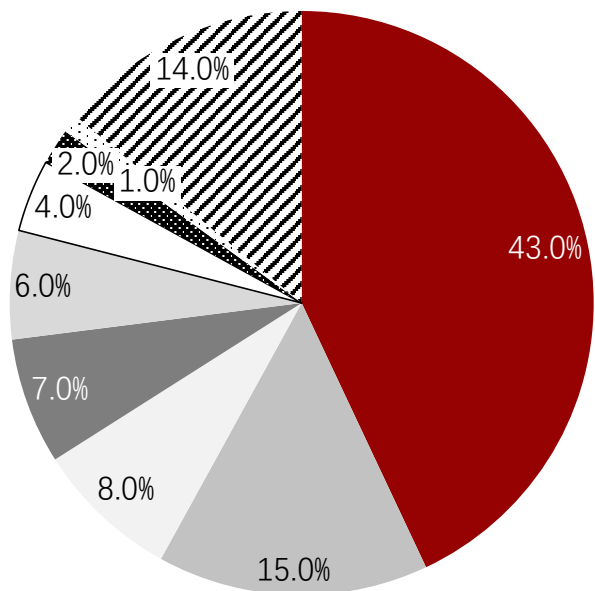


# 中国玻尿酸行业产业链分析——上游玻尿酸原料市场格局

中国是全球最大的玻尿酸原料市场，国内企业占据头部市场，高市场集中度赋予头部企业规模化生产与成本优势，使其在国际市场中具备较强的竞争力

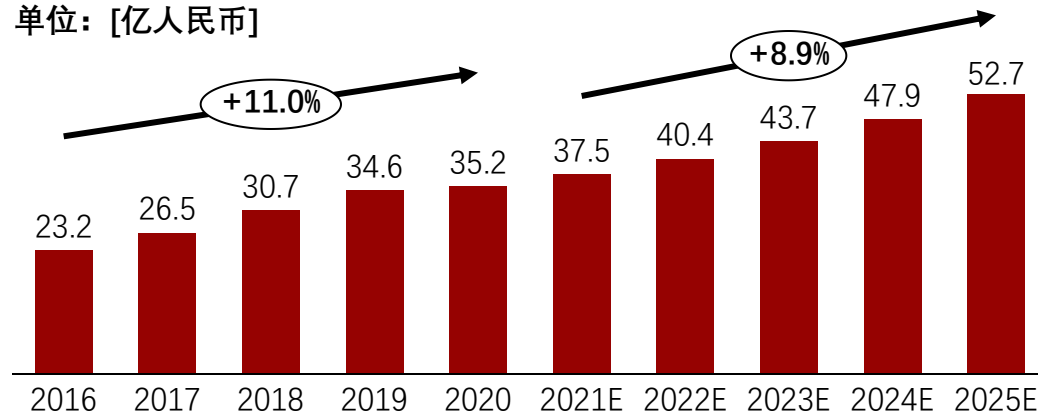
### 全球玻尿酸原料市占率，2020（按销量计）

单位：[%]



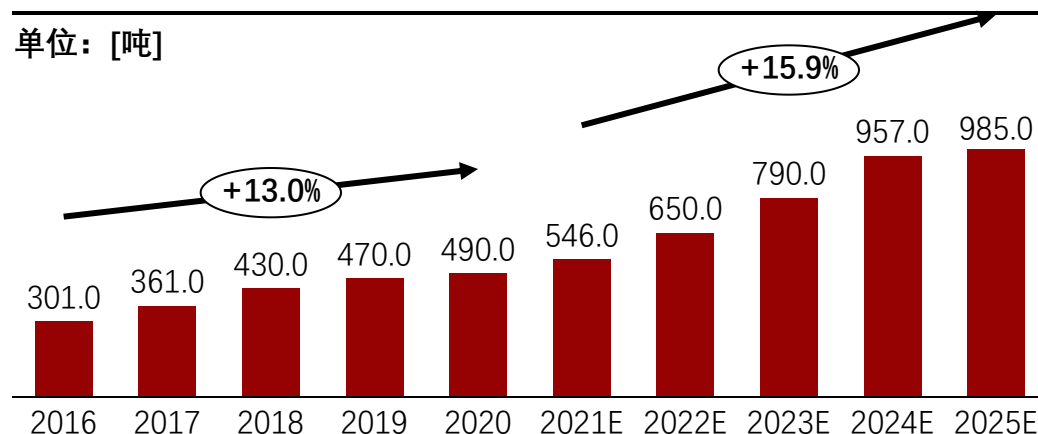
### 中国玻尿酸原料市场规模，2016-2025E（按销售额计）

单位：[亿人民币]



### 中国玻尿酸原料市场规模，2016-2025E（按销量计）

单位：[吨]



### 头豹洞察

中国是全球最大的玻尿酸原料市场，国内企业占据市场，市场集中度高：从销售额看，2016-2020年，中国玻尿酸原料销售额由23.2亿元增长至35.2亿元，CAGR为13%。从销量看，国内玻尿酸市场规模占全球销售一直稳定于80%左右。从市占率看，中国在全球玻尿酸原料产业集中度高。2020年，全球玻尿酸原料排名前五的企业中，中国企业占据前4个席位，分别是华熙生物43%、鲁商发展生物15%、阜丰生物8%以及安华生物7%，CR5高达79%，中国企业占比为73%。高的市场集中度赋予头部企业规模化生产与成本优势，使其在国际市场中具备较强的竞争力，这是国内企业占据市场的重要原因

# 中国玻尿酸行业产业链分析——中游医药级玻尿酸细分市场

中国医美玻尿酸产品市场仍以海外企业为主导，国产替代空间大，受医疗美容细分市场拉动，医药级玻尿酸产品终端市场规模增长稳健

中国医药级玻尿酸终端市场规模，2015-2019

单位：[亿人民币]

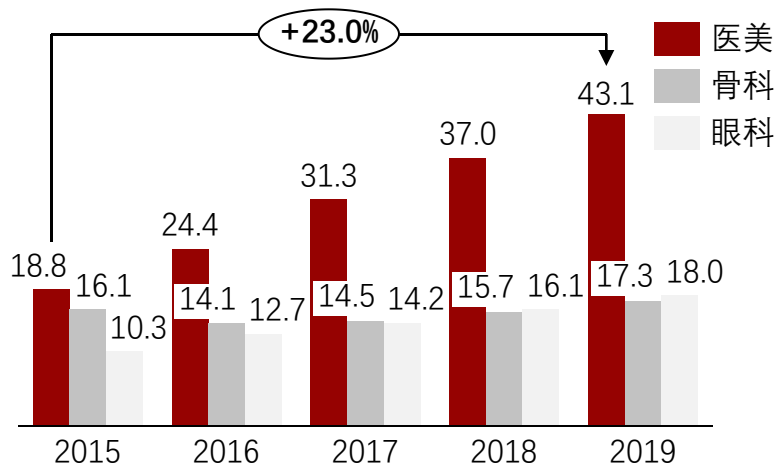


搜索《2022年医美产业链系列之2022年中国玻尿酸行业概览：掘金赛道，爱美客、华熙生物、昊海生科如何挖掘市场无限潜力》

中国医药级透明质酸终端市场规模增长稳健：2019年，中国医药级玻尿酸产品终端市场规模已达到78.4亿元，2015-2019年复合增速为14.8%。医药级产品市场可进一步细分为医疗美容、骨科治疗和眼科治疗三个领域。2019年，中国医疗美容类玻尿酸终端产品的市场规模仍大于其它医药级终端应用领域。

中国医药级玻尿酸终端市场细分，2015-2019

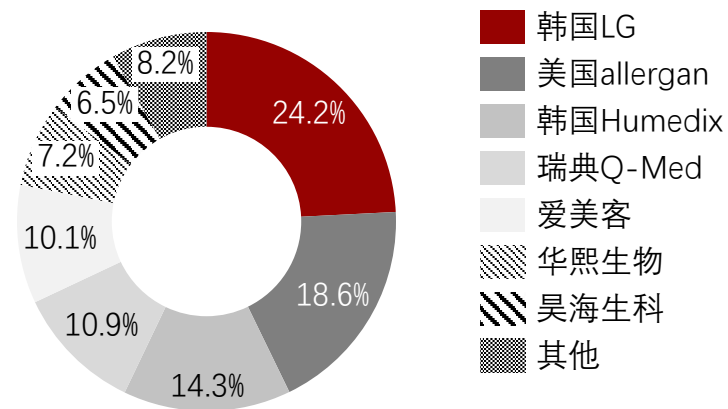
单位：[亿人民币]



中国医美类玻尿酸终端产品市场在快速扩容：玻尿酸作为轻医美针剂注射项目的经典，在我国备受青睐。相比手术类，以注射类为代表的轻医美，恢复时间快、价格及风险相对较低，因此有更高的市场接受度和复购率。根据新氧大数据，2019年中国玻尿酸项目约占国内整体医美注射项目的66.7%。受益于医美渗透率持续提升等因素，我国医疗美容类玻尿酸终端产品市场发展潜力大

中国医美玻尿酸终端市场，2019（按销售额）

单位：[%]



中国医美类玻尿酸终端产品的进口替代空间可观：从销售额上看，海外品牌在中国医美类玻尿酸终端产品市场上占据主导地位。根据Frost&Sullivan数据，2019年中国医美类玻尿酸终端产品市场上销售额排名前四的企业均为外国企业，CR4达到68.0%，其中韩国LG排名第一，市占率为24.2%；而国产品牌中靠前的有爱美客、华熙生物和昊海生科，销售额占比分别为10.1%、7.2%和6.5%

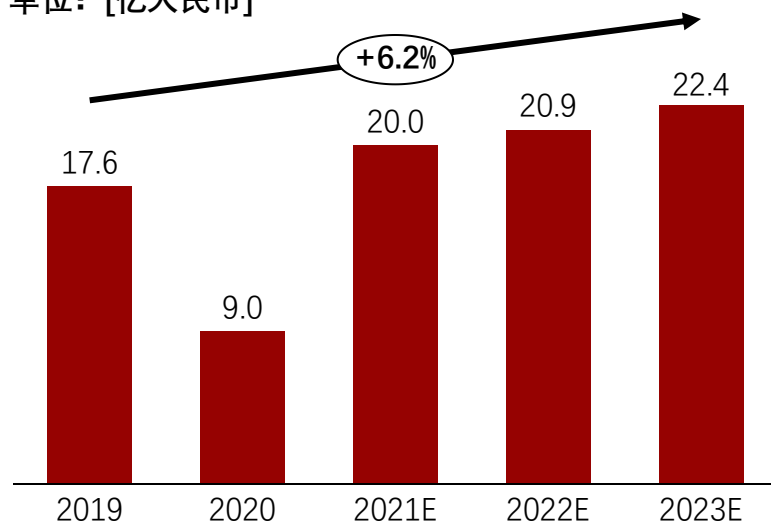


# 中国玻尿酸行业产业链分析——中游医药级骨科治疗玻尿酸市场格局

“银发经济”背景下，中国骨科治疗类玻尿酸终端产品市场需求可观，中国企业在中国骨科治疗类玻尿酸终端产品市场上市占率有望进一步提高

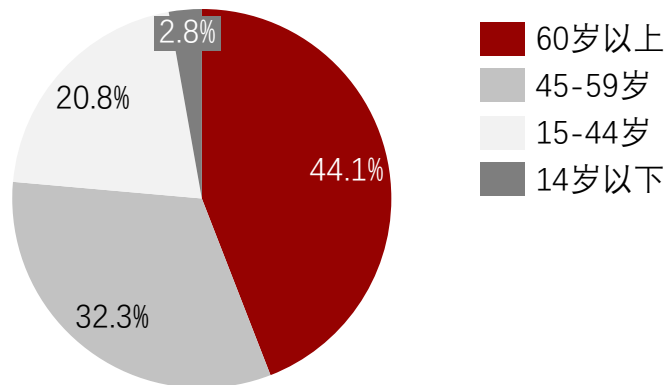
### 中国骨科玻尿酸终端市场规模，2019-2023E

单位：[亿人民币]



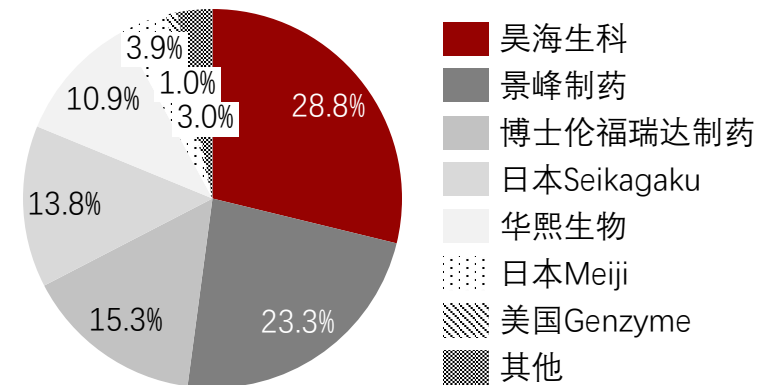
### 中国骨科类疾病患者年龄结构，2018

单位：[%]



### 中国骨科玻尿酸终端市场，2019（按销售额）

单位：[%]



□ 中国骨科治疗类玻尿酸终端产品市场需求有望恢复：根据Frost&Sullivan数据，中国骨科治疗类玻尿酸终端产品市场规模在2019年达到17.6亿元，2020年受到疫情影响，供给受到冲击，终端需求出现收缩，因此市场规模下降至9.0亿元。随着疫情影响逐渐减弱，供应链恢复，需求复苏，预计到2023年中国骨科治疗类玻尿酸终端产品市场规模将达到22.4亿元

□ “银发经济”下，中国骨科治疗类玻尿酸终端产品市场需求可观：世界卫生组织统计数据显示，全球关节炎患者约3.6亿人；在中国，现有骨关节炎患者超过1.2亿。中老年群体是骨关节病（OsteoArthritis，简称OA）的好发对象，常见部位包括膝、髋、踝、手和脊柱等，年龄与骨科类疾病发病率呈正相关，约44.1%的患者为60岁以上

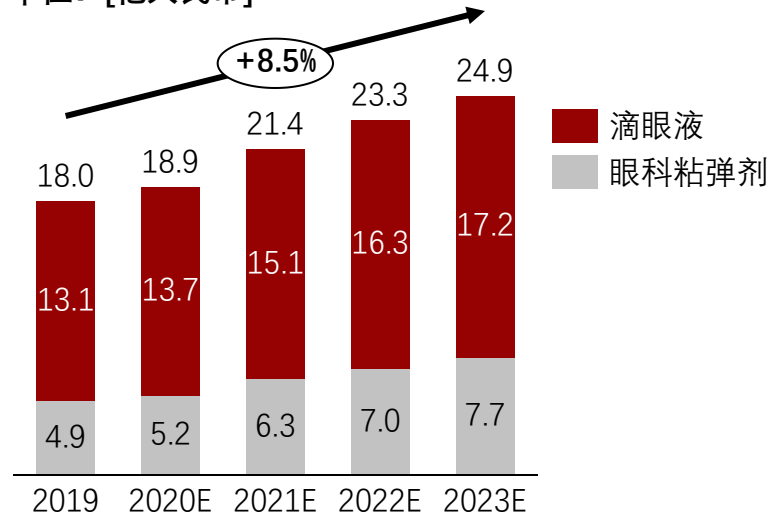
□ 中国骨科治疗类玻尿酸产品市场由国产品牌占据主导地位：根据Frost&Sullivan数据，中国骨科治疗玻尿酸终端产品市场上，2019年销售收入前三的企业均为中国企业，合计占比高达67.4%。其中昊海生科在国内稳居第一，占比达到28.8%。全球范围来看，全球骨科治疗类透明质酸终端产品市场上，2019年销售收入排名前十的企业中有一半是中国企业，合计占比为29.06%

# 中国玻尿酸行业产业链分析——中游医药级眼科治疗玻尿酸市场格局

干眼症、白内障是常见的眼科疾病，患者群体大，中国眼科治疗类玻尿酸终端产品市场潜力大。昊海生科借助在人工晶体产业链的渗入进一步提高了市占率，是中国眼科治疗类玻尿酸终端产品市场龙头

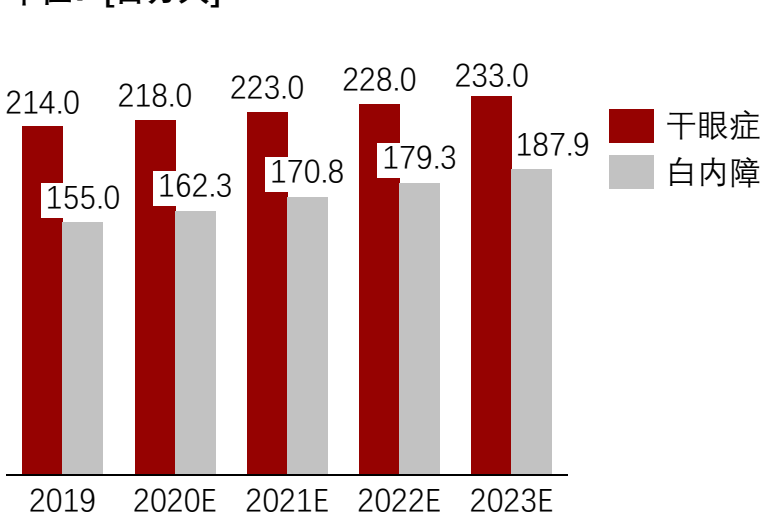
中国眼科玻尿酸终端市场规模，2019-2023E

单位：[亿人民币]



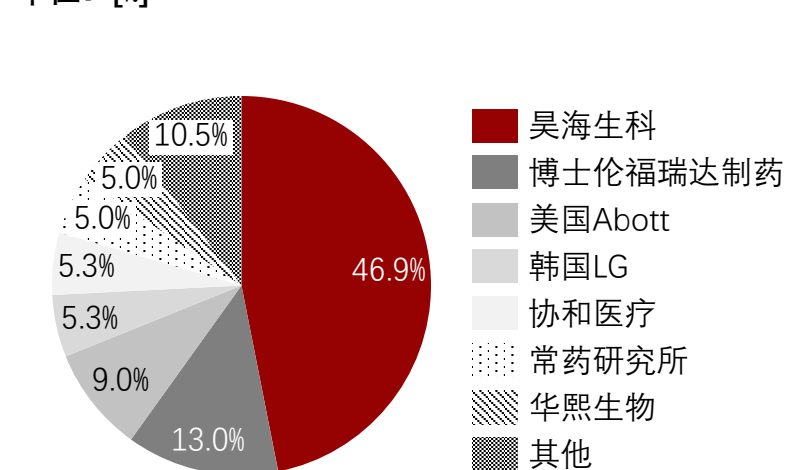
中国干眼症、白内障患者数量，2019-2023E

单位：[百万人]



中国眼科玻尿酸终端市场，2019（按销售额）

单位：[%]



中国眼科治疗类玻尿酸终端产品分滴眼液和眼科粘弹剂两部分，滴眼液约占72.8%市场，但是眼科粘弹剂市场增速较快：滴眼液主要用于治疗干眼症、角膜灼伤等；眼科粘弹剂主要用于青光眼、白内障手术等眼科手术。2019年滴眼液和眼科粘弹剂市场规模分别为13.1和4.9亿元，占比分别为72.8%和27.2%。从复合增速来看，2015-2019年的CAGR分别为13.8%、18.3%，眼科粘弹剂增速略快

中国眼科治疗类玻尿酸终端产品市场潜力大：干眼症、白内障是常见的眼科疾病。干眼症是我国眼科最大的患者群体，随着滴眼液渗透率不断提高，中国滴眼液市场规模将进一步增长；眼科粘弹剂被广泛应用于白内障、青光眼等手术。随着中国眼科手术治疗覆盖率的不断增加，眼科粘弹剂产品的需求逐年提升，我国眼科粘弹剂市场规模也将保持稳健的增长态势

中国眼科治疗类玻尿酸终端产品市场由国产品牌昊海生科一家独大：从竞争格局上看，昊海生物占据约46.9%的市场份额，为行业绝对龙头，其余博士伦福瑞达制药、美国Abott、韩国LG等2019年分别占有13.0%、9.0%和5.3%的市场份额。昊海生科在人工晶体产业链的渗入，与公司的眼科治疗类玻尿酸产品销售网络形成强强联合，进一步提高了公司的市场占有率

来源：昊海生科招股书，东方证券，头豹研究院

# 中国玻尿酸行业产业链分析——中游化妆品级玻尿酸市场格局

国际化妆品品牌的资金雄厚，技术水平更为先进，营销手段更为成熟，渠道布局相对完善，因此在化妆品市场竞争中的综合优势强劲，国产替代任重道远

## 国内外部分化妆品品牌主要玻尿酸终端产品梳理

公司名称	品牌	国家	主要玻尿酸终端产品
花王	碧柔	日本	• 水活防晒系列
宝洁	SK-II	日本	• 微肌因赋活修复系列
资生堂	资生堂	日本	• 红妍肌活系列、臻效水动力防晒系列
联合利华	AHC	韩国	• B5玻尿酸臻致系列、透明质酸补水保湿系列
爱茉莉太平洋	雪花秀	韩国	• 滋盈肌本系列、滋盈生人参系列、润致焕活系列
拜尔斯道夫	妮维雅	德国	• Hyaluron Cellular Filler 系列等
欧莱雅	欧莱雅	法国	• 复颜玻尿酸、水光充盈导入系列
雅诗兰黛	雅诗兰黛	法国	• 小棕瓶修护系列
强生	城野医生	日本	• Labo毛孔系列、水活盈透系列
	露得清	美国	
华熙生物	润百颜	中国	• 润百颜玻尿酸复合果酸净肤面膜等
	米蓓尔	中国	• 蓓尔粉水修护润养精华化妆水乳等
	夸迪	中国	• 夸迪5D玻尿酸水活修护喷雾等
贝泰妮	薇诺娜	中国	• 薇诺娜玻尿酸多效修护精华液
珀莱雅	珀莱雅	中国	• 珀莱雅解渴补水涂抹面膜
百雀羚	百雀羚	中国	• 百雀羚水光弹面精华肌底玻尿酸原液

## 头豹洞察

国际化妆品品牌在中国大陆占据主要地位，随着国内化妆品品牌的崛起，国产替代任重道远。目前全球透明质酸化妆品主要以日韩系和欧美系为主，代表企业有花王、宝洁、资生堂、联合利华、爱茉莉太平洋、拜尔斯道夫、妮维雅、欧莱雅、雅诗兰黛、强生、城野医生、露得清、润百颜、米蓓尔、夸迪、贝泰妮、珀莱雅、百雀羚等。随着国内化妆品品牌的崛起，国产替代任重道远。未来，随着国内化妆品品牌的崛起，国产替代任重道远。未来，随着国内化妆品品牌的崛起，国产替代任重道远。

**完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)**

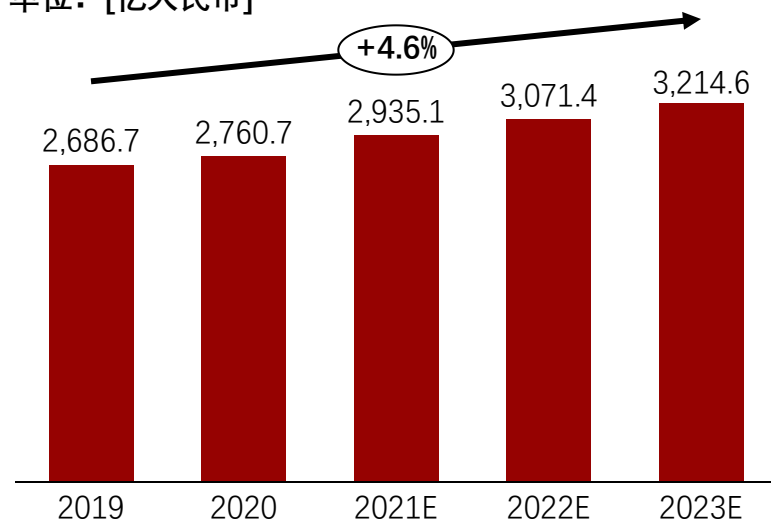
**搜索《2022年医美产业链系列之2022年中国玻尿酸行业概览：掘金赛道，爱美客、华熙生物、昊海生科如何挖掘市场无限潜力》**

# 中国玻尿酸行业产业链分析——中游食品级玻尿酸市场前景

相较于海外，中国功能性食品渗透率处于较低水平，未来市场前景可期，其中口服美容产品是功能性食品的重要部分，有望享受行业快速增长的红利

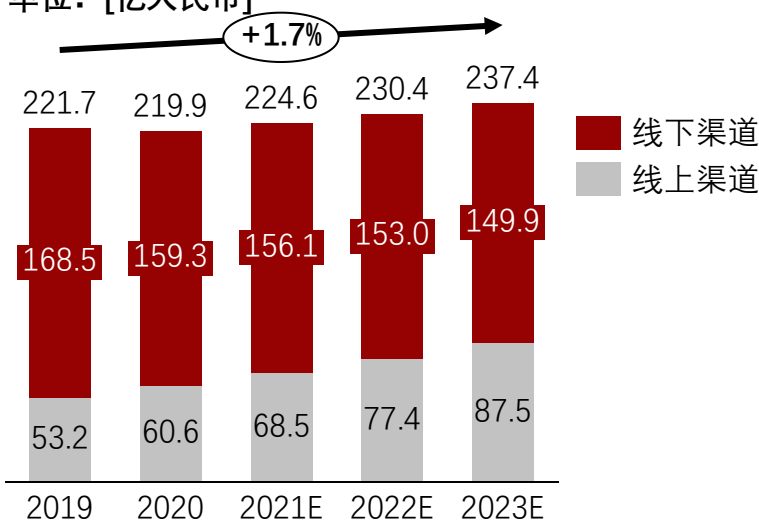
### 中国功能性食品行业市场规模，2019-2023E

单位：[亿人民币]



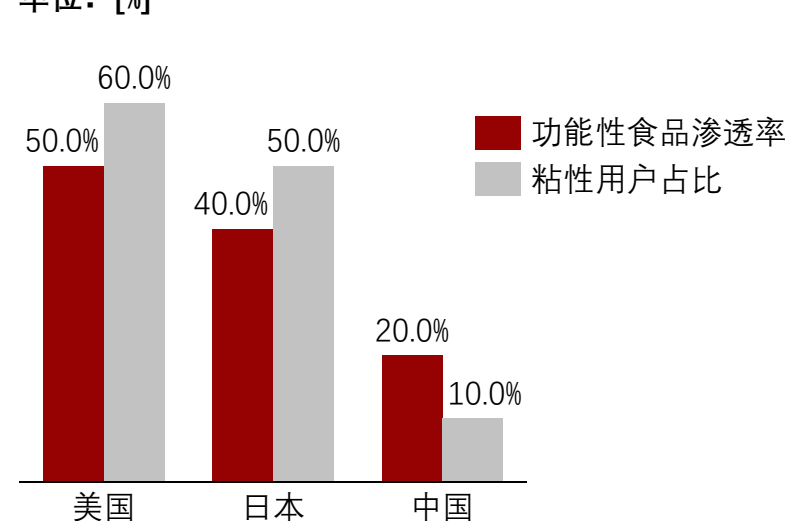
### 中国口服美容行业市场规模，2019-2023E

单位：[亿人民币]



### 功能性食品渗透率及用户粘性情况，2019

单位：[%]



中国功能性食品市场发展态势良好：功能性食品是具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品。2020年，中国功能性食品市场规模达2,686.7亿元。在人口老龄化背景下，中国消费者对养生、保健的需求将不断提升，因此市场规模具备持续稳定扩张的态势，预计2023年达到3,214.6亿元

后疫情时代，线上渠道销售口服美容产品比重或将提高：2020年受新冠疫情影响，中国口服美容行业市场规模达221.7亿元。整体市场规模略微下滑0.8%，其中线下渠道同比增速下降5.5%，线上渠道同比增长13.9%。疫情冲击使线上渠道快速发展，未来线上渠道占比有望进一步提升

对比海外，国内功能性食品消费仍处在发展初期阶段，市场前景可期：受益于国民经济水平提高、人口老龄化加剧和健康意识的增强，功能性食品在我国迅速发展，但我国功能性食品市场仍处于发展初期。从渗透率情况看，2019年中国功能性食品渗透率为20.0%，约为日本和美国人均消费的20.0%和40.0%



# 中国玻尿酸行业产业链分析——下游医美用户画像

医美消费者规模处于快速增长期，其中90后为医美消费群体主力军，随着医美渗透率提升，医美用户下沉到二三线城市

### 中国医美用户数量，2017-2023E

单位：[万人]



完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

搜索《2022年医美产业链系列之2022年中国玻尿酸行业概览：掘金赛道，爱美客、华熙生物、昊海生科如何挖掘市场无限潜力》

### 中国医美消费各年龄段分布，2020

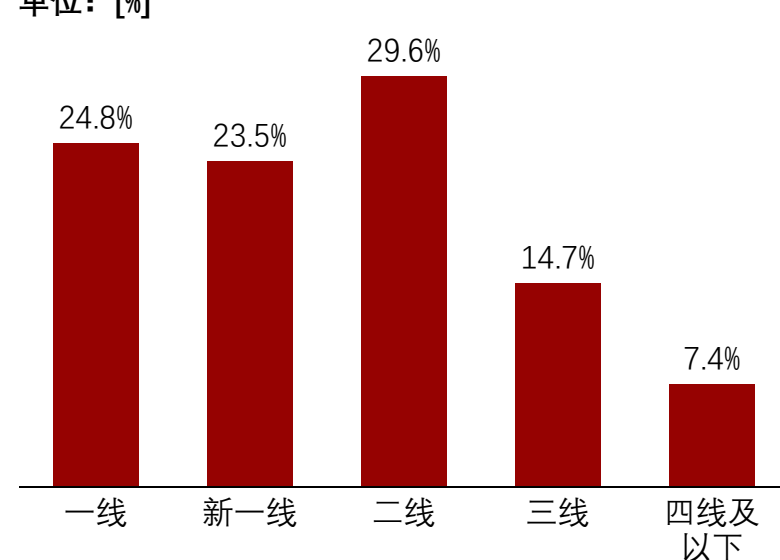
单位：[%]



□ 90后为主要医美消费群体：在产业链中，消费者的话语权和参与度在不断提升，90后逐渐成为主力人群。他们生活在信息密集的互联网时代，敢于消费、尝试，热爱新鲜美丽的事物。2020年中国医美消费90后年龄段占比约85.0%，其中<19岁人群占比21.0%，20-25岁人群占比40.0%，26-30岁人群占比达24.0%

### 中国各级城市医美用户渗透率分布，2020

单位：[%]



□ 医美需求在一线城市火热，随着医美渗透率提升需求下沉：医疗美容机构，尤其是大型连锁机构和中小型美容医院主要集中在以北上广深为核心的一线城市和东部沿海的经济发达地区，三四线城市则主要是小型的医美医院、医美诊所和门诊部。经过数十年发展，一线城市医美需求逐渐趋于饱和，部分细分领域甚至已经开始同质化竞争。低线城市人口众多，渗透率提升空间广阔

## 第三部分：宏观分析

### 主要观点：

- 强监管时代加速非合规机构及产品出清，助行业持续健康发展。2022年以来医美行业监管力度进一步细化，针对区域机构及针剂产品进行分级管理及器械分类调整
- 目前，虽然海外玻尿酸品牌占据主要市场份额，但随着国产品牌质量的提升和技术的创新，高性价比优势凸显及消费者的日益理性等，国产替代化有望加速进程，其中本土龙头品牌的市场竞争力会更为显著
- 消费升级背景下，随着年轻消费者成长后消费力提升以及医美需求下沉，并在新媒体营销传播加速消费习惯教育以及合规产品供给丰富的催化下，长期行业规模有望持续增长，但潜在风险影响行业短期波动

# 中国玻尿酸行业分析——政策分析

强监管时代加速非合规机构及产品出清，助行业持续健康发展。2022年以来医美行业监管力度进一步细化，针对区域机构及针剂产品进行分级管理及器械分类调整

## 医美行业相关政策，2021-2022

○ 弱    ● 强    ◐ 正向    ◑ 负面

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点	政策影响
《医疗器械分类目录》	2022-03	国家药监局	• 此次调整医疗器械分类目录，将注射用透明质酸钠溶液（玻尿酸钠溶液）纳入III类器械监管；将射频治疗设备及面部埋植线等产品为III类器械监管	●
《禁止委托生产医疗器械目录》	2022-03	国家药监局	• 新增有源植入器械、无源植入器械及其他同种异体植入性医疗器械等三大类别	◐
《上海市未成年人保护条例》	2022-03	上海市人大	• 未经父母或监护人同意不得向未成年人提供医疗美容服务	◐
《中国医疗美容标准体系建设“十四五规划”》草案	2022-01	国家药监局	• 着中于各项要求的标准化，内容涉及行业管理标准、行业技术标准、教育培训标准、行业基础标准4个方面，为医美行业的标准体系建立作出了规划	◐
《公安部下发布通知要求严厉打击非法制售医美产品等犯罪活动》	2021-11	公安部	• 进一步加大大非法制售医美产品等药品安全领域突出犯罪活动打击力度，切实保障人民群众身体健康和生命安全	◐
《医疗美容广告执法指南》	2021-11	市场监管总局	• 规范和加强医疗美容广告监管，有效维护医疗美容广告市场秩序，保护消费者合法权益	◐

来源：国家药监局，上海市政府网，公安部，头豹研究院



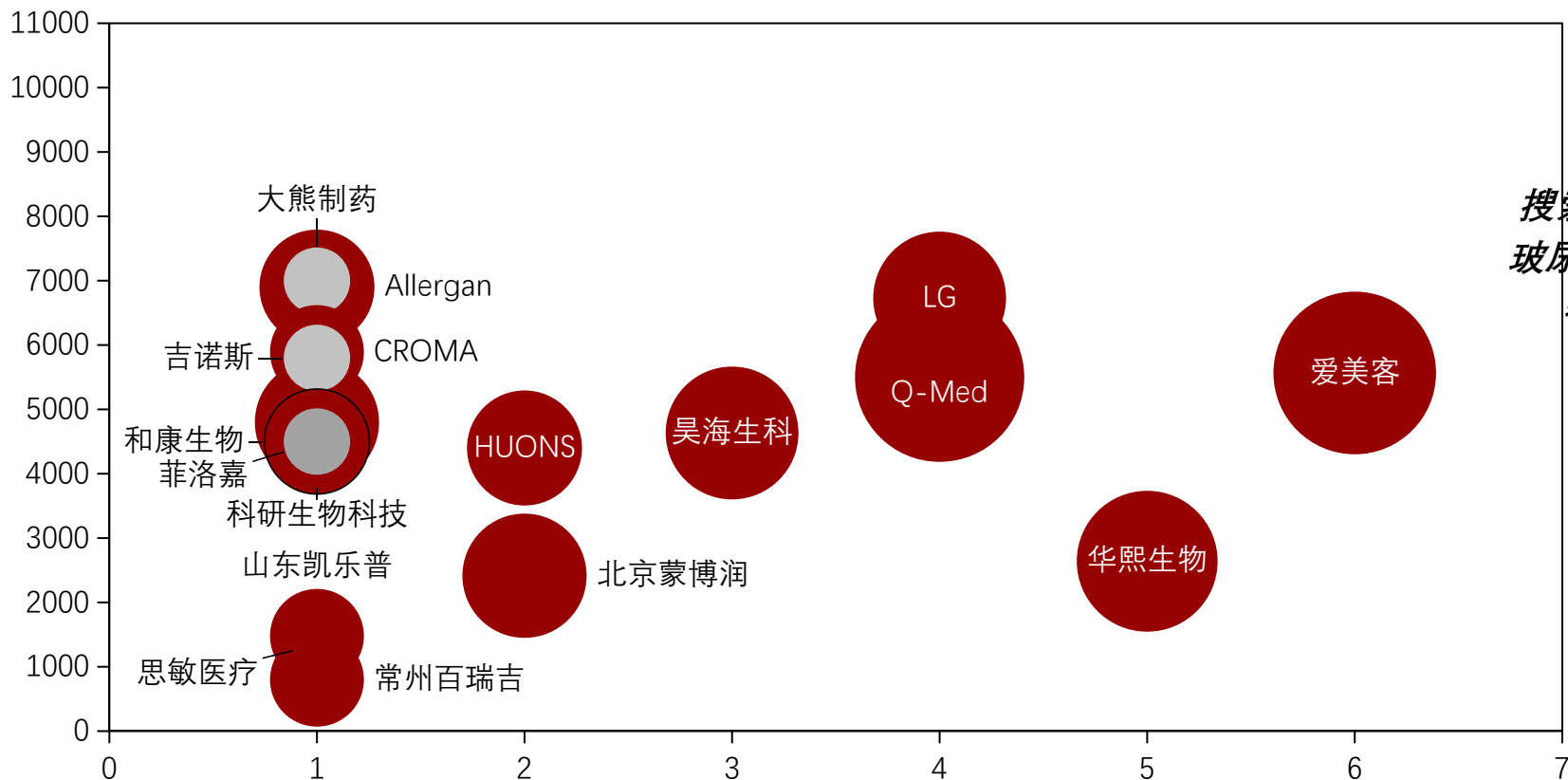
# 中国玻尿酸行业分析——玻尿酸终端产品竞争格局

目前，虽然海外玻尿酸品牌占据主要市场份额，但随着国产品牌质量的提升和技术的创新，高性价比优势凸显及消费者的日益理性等，国产替代化有望加速进程，其中本土龙头品牌的市场竞争力会更为显著

## 玻尿酸终端产品竞争力，2021

头豹洞察

终端产品平均价格



备注：(1) 已上市终端产品数量代表只包含在中国大陆上市；  
(2) 气泡大小(按直径)代表企业首款产品于中国大陆上市时间

海外玻尿酸品牌仍占据主导地位，尤其是在中高端产品领域，价格普遍高于国产玻尿酸产品；海外玻尿酸品牌由于进入中国较早，品牌认知度较高，市场占有率也较高。

完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

搜索《2022年医美产业链系列之2022年中国玻尿酸行业概览：掘金赛道，爱美客、华熙生物、昊海生科如何挖掘市场无限潜力》

随着国内企业产品技术的不断进步和相关产品宣传推广能力的增强等，消费者正逐渐改变对国产品牌的认知，有望加速国产替代进程；以爱美客为例，旗下高端产品宝尼达定价在6400-11000元，不仅能起到填充作用，而且能保持皮肤的弹性功能，锁住大量水分子，使肌肤饱满年轻有弹性，国产玻尿酸产品正逐步实现与进口产品的对标，同样型号的玻尿酸，国产玻尿酸拥有比进口产品更优的价格，随着国产品牌的崛起，有望加速完成进口替代。

来源：头豹研究院



[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) 400-072-5588

©2022 LeadLeo



## 第四部分：企业分析

### 主要观点：

- 爱美客是国内领先的医疗美容创新产品提供商，由丰富且完整产品矩阵、自主研发和外部合作能力及直销为主销售模式，构筑自身动态护城河
- 华熙生物以玻尿酸为起点，确立“四轮驱动”战略，集研发、生产和销售于一体的玻尿酸全产业链公司，坚持科技创新，以确保在产业链、供应链上的竞争优势
- 昊海生科依托技术及产品线组合优势、外延并购完善在眼科、医美、骨科、防粘连及止血产品四大领域的产业布局，深耕细作消费医疗赛道

# 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极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，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，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。
- ◆ 头豹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。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。



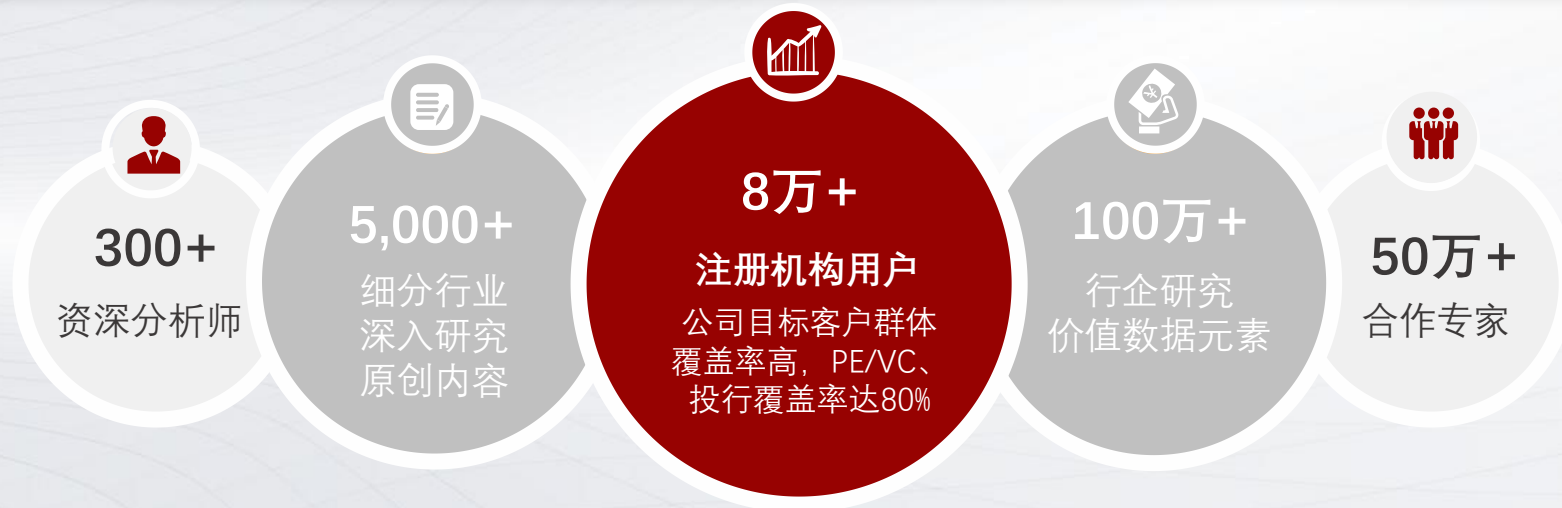
# 法律声明

- ◆ 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。



# 头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国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：**报告/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



备注：数据截止2022.6

## 四大核心服务

### 研究咨询服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

### 企业价值增长服务

为处于不同发展阶段的企业，提供与之推广需求相对应的“内容+渠道投放”一站式服务

### 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

◆ 头豹官网：请登录 [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) 阅读更多研报

◆ 头豹APP/微信小程序：搜索“头豹”手机可便捷阅读研报

◆ 头豹交流群：可添加企业微信13080197867，身份认证后邀您进群

## 详情咨询



### 客服电话

400-072-5588



### 上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



### 深圳

李先生：13080197867

李女士：18049912451



### 南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521

