



2024年 头豹行业词条报告

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。

医疗医美：消费复苏驱动颜值经济增长 头豹词条报告系列

侯史夏

侯延欣 等 4 人

2024-06-27

未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：综合及概念/医疗美容/医美相关服务/医美服务

综合性企业/综合企业

关键词：医美行业

医美服务



词条目录

行业定义

医疗医美也被称做医疗美容，指使用药物以及手术...

AI访谈

行业分类

按照是否手术开刀的分类方式，医疗医美行业可以分...

AI访谈

行业特征

特征包括价格宽泛、复购率高、监管严格。

AI访谈

发展历程

医疗医美行业目前已达到 **3个** 阶段

AI访谈

产业链分析

上游分析 中游分析 下游分析

AI访谈

行业规模

医疗医美行业规模暂无评级报告

AI访谈

SIZE数据

政策梳理

医疗医美行业相关政策 **5篇**

AI访谈

竞争格局

AI访谈

数据图表

摘要 医疗医美行业是指通过医疗技术和美容技术，为消费者提供改善外貌和保持身体健康的服务。医疗医美行业规模不断攀升，竞争也愈加激烈，同时，医疗医美行业正朝着高质量，规范化的方向前进。医疗美容行业市场规模持续增长，得益于消费提升、技术引进及政策完善。行业涵盖手术与非手术项目，依赖技术创新与医生资源。竞争推动服务质量提升，法规监管确保行业规范发展。预计未来行业将更加系统化，提供链式服务，满足消费者多元化需求，推动市场规模持续扩大。

医疗医美行业定义^[1]

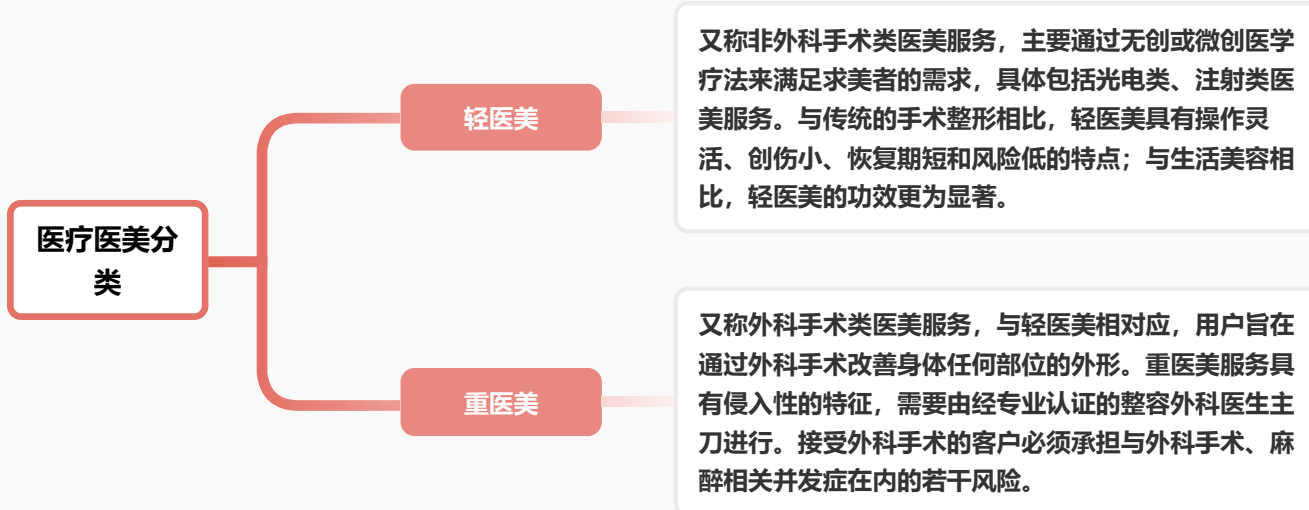
医疗医美也被称做医疗美容，指使用药物以及手术、物理和其他损伤性或者侵入性手段进行的美容。从医学视角看，“医疗美容”对应“美容整形外科”，从属于整形外科的范畴。整形外科事业发展至今已分化出两类专科事业：再造整形外科事业和美容整形外科事业。美容事业依方法的不同可分为医疗美容事业和非医疗美容事业（即生活美容事业）。医疗美容与生活美容的目的都是修饰和美化人的容貌与体形，界限在于实施手法是否具有创伤性或者侵入性。

[1] 1: <http://www.nhc.gov...> 2: <https://kns.cnki.ne...> 3: 中国政府网 知网

医疗医美行业分类^[2]

按照是否手术开刀的分类方式，医疗医美行业可以分为如下类别：

医疗医美行业基于是否需要进行手术的分类



[2] 1: 公司公告

医疗医美行业特征^[3]

特征包括价格宽泛、复购率高、监管严格。

1 价格宽泛

该特征与行业的消费属性息息相关。随着消费者需求的多样化和个性化，医疗美容服务趋向于提供更多定制化服务。不同消费者对于美的追求各有差异，因此，从手术方案到治疗材料，从医生选择到服务环境，都可能需要量身定制。这种高度的定制化服务自然导致了服务价格的宽泛性。医疗机构在满足消费者个性化需求的同时，也需要在价格上有所体现，以确保服务品质和利润水平的平衡。这种价格宽泛性不仅体现了市场的多元化需求，也展示了医疗美容服务行业专业化和精细化的发展趋势。

2 复购率高

该特征与行业的医疗属性息息相关。由于医疗美容服务直接关联到个体的外貌改善和健康维护，消费者对于服务效果的追求往往具有持续性。成功的医疗美容治疗不仅能满足消费者的即时需求，还能带来长期的自信和愉悦感，从而促使消费者进行再次消费。此外，医疗美容服务的医疗属性也意味着服务过程中需要专业医生的指导与跟进，这种紧密的医患关系也为复购率的提升奠定了基础。因此，复购率高不仅体现了消费者对医疗美容服务效果的认可，也彰显了医疗美容服务行业在医疗技术与服务品质上的专业与深度。

3 监管严格

该特征反映了行业对医疗安全和消费者权益的高度重视。由于医疗美容服务涉及人体健康，其操作风险不容小觑。因此，政府和相关机构对医疗美容服务的监管力度持续加强，确保服务提供者遵守严格的医疗标准和操作规范。这种监管严格性不仅保障了消费者的健康权益，也促进了行业的健康有序发展。同时，这也要求医疗美容服务机构必须具备高度的专业素养和责任意识，不断提升自身技术和服务水平，以满足监管要求和市场需求。

[3] 1: 公司公告

医疗医美发展历程^[4]

整形外科早期重在修复，中期美容手术迅速崛起，后期与医美结合形成全新概念。在中国，医美市场正蓬勃发展，伴随着消费水平的提升和审美观念的多元化，消费者对美的追求愈发强烈，医美需求呈现爆发式增长。同时，政策环境的优化也为医美行业的健康发展提供了有力保障。

萌芽期 · 1949~1984

1949年，北京大学医学院附属医院成形外科成立，是中国首个成形外科单位；1957年，中国人民解放军整形外科医院成立，是中国第一个以整形外科医院命名的专科医院；1961年，张涤生在广慈医院建立整形外科，五年后科室迁往上海市第九人民医院；1984年，国内首例变性手术完成。

这一阶段行业处于萌芽期，**国内整形外科专科医院或科室数量有限，受社会环境和学科发展的限制，整形美容手术案例鲜有。**

启动期 · 1985~2012

1985年，整形外科从烧伤整形中分离，“中华医学会整形外科学分会”成立，整形外科进入独立的发展时期；2002年，国家卫健委颁布《医疗美容服务管理办法》，医美服务进入规范化管理；2009

年，中国从事医疗美容的专业技术人员和相关人数达20万人，医疗美容机构5万多个，接受医疗美容服务人员累计达300万人；2010年，《医疗美容项目的分级管理目录》出台，对各级医疗美容机构明确规定美容手术项目及范围；国内知名整形医美品牌艺星诞生。

这一阶段“医疗美容”概念正式诞生，中国医美市场开始发展，供给量与需求量的规模增长至新的高度，政策关注度逐步提升。

高速发展期 · 2013~2024

2013年，国内互联网医美平台龙头新氧创立；2016年，上市公司朗姿股份收购米兰柏羽与晶肤医美；2019年，新氧、知名品牌鹏爱医美母公司美股上市；2023年，《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》颁布，明确医疗美容属于医疗行为。

国民对医疗美容的认知度与接受度出现大幅提升，连锁医美品牌开始拓展融资渠道，市场供需协同发力，政策重点强调行业的医疗属性，规范管理进一步加强。

[4] 1: <https://www.samr...>

2: <https://kns.cnki.ne...>

3: <https://baijiahao.b...>

4: 中国政府网 知网 公司公告

医疗医美产业链分析^[5]

[13]

医疗医美行业产业链上游为医美耗材及设备供应环节，主要作用是整个产业链的开始端，为行业中游提供了注射物等原材料和激光美容器械；产业链中游为医美机构，主要作用为消费者提供个性化美容方案，提供医疗美容服务；产业链下游为医美获客平台及终端消费者，平台的主要作用是连接医美机构与消费者，加速消费者心智培育。^[7]

医疗医美行业产业链主要有以下核心研究观点：^[7]

上游医美耗材监管严格，注射材料以透明质酸居多。

在医美行业，上游耗材的监管力度日益加强，这一趋势体现了行业对于安全、合规和可持续发展的高度重视。注射材料作为医美领域的关键耗材，其质量与安全直接关系到消费者的健康与权益。目前，市场上以透明质酸为主要成分的注射材料占据主导地位，这既是因为透明质酸具有良好的生物相容性和安全性，也是医美技术不断发展的必然结果。未来，随着监管力度的进一步加大和技术的不断创新，医美行业将朝着更加规范、专业和高效的方向发展，为消费者提供更加安全、有效的服务。

医疗医美行业为消费者提供高质量的医疗服务，推动医疗医美行业发展。

随着医美行业不断发展，用户需求也呈现动态式发展。医疗医美行业为消费者提供更多元的选择和高质量的服务，如整形外科手术、皮肤美容、微整形等。医美用户消费更加理性，决策更加成熟，因此安全性高、康复时间

短、风险低、价格大众化的轻医美消费持续攀升，医美行业为消费者提供的更多医美服务满足了消费者需求，加快促进医美行业发展。^[7]

上 产业链上游

生产制造端

医美耗材及设备供应

上游厂商

[华熙生物科技股份有限公司 >](#)

[爱美客技术发展股份有限公司 >](#)

[上海昊海生物科技股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链上游说明

整形与注射材料供应监管严格，透明质酸相关产品占主导地位。

根据国家药监局，截至2023年1月，中国批准注册的整形用面部假体产品22件，整形用填充物（不包括透明质酸钠）产品8件，整形用植入线材及提拉整形带产品4件，注射用透明质酸钠产品53件。上游整形与注射材料的供应面临着严格的监管，呈现出多样性和专业化的趋势。在形态塑形与结构支撑方面，市场已形成一定规模且细分明确的产品矩阵。注射用透明质酸钠产品的高注册量，凸显了该类即时效果显著、应用广泛的填充材料在市场需求中的主导地位，同时也反映了行业对于非永久性、低风险美容方案的偏好。

医美器械市场呈现多样化与细分化趋势，强脉冲光治疗仪因其多功能性和广泛适应症而备受青睐。

根据国家药监局，截至2023年1月，中国批准注册的射频（皮肤）治疗仪17件，强脉冲光治疗仪59件，减脂（吸脂）设备产品8件，该数据体现了市场需求的多样化及细分化趋势。强脉冲光治疗仪显著的数量优势反映其在皮肤美容领域广泛应用的基础与接受度，可能得益于其多功能性与相对广泛的治疗适应症。射频治疗仪虽注册量较少，但作为紧肤抗衰的重要工具，显示了市场对高效能、非侵入式抗老解决方案的持续需求。减脂设备虽然产品数量有限，却也体现了医美行业对安全有效体型管理方案的积极探索与市场回应。

中 产业链中游

品牌端

医疗美容机构

中游厂商

北京美莱医疗美容医院有限公司 >

艺星医疗美容集团股份有限公司 >

北京伊美尔医疗科技集团股份公司 >

查看全部 v

产业链中游说明

中游医美机构的毛利率小幅回调，正通过加速整合、强化品牌与技术创新，向规范化、品牌化、连锁化方向发展。

中游医美机构以瑞丽医美、朗姿股份、华韩股份和医美国际为代表，根据公司公告，2022年中游医美公司的毛利率维持在40%至55%的区间，2023年毛利率维持在35%至55%的区间。毛利率揭示了中游行业内部竞争格局与盈利生态的动态变化，医美机构在经历快速扩张后，正逐步迈向成熟期，机构间围绕服务质量、品牌建设、技术创新及合规运营等方面的竞争更为激烈。同时，毛利率的小幅回调促使行业内部加速整合，推动资源向规范化、品牌化、连锁化的大型机构集中，有利于提升整体服务标准与行业透明度，长远看利于构建更加健康可持续的市场环境。面对挑战与机遇并存的局面，中游医美机构需不断创新经营模式，强化差异化竞争优势，以适应日益精细化与品质化的市场需求。

资本市场对医美机构的看法趋于理性与全面，医美机构自身的盈利修复仍在进行。

观察中信医美行业指数，目前行业处于2020年以来4.2%分位数，历史峰值为1,167点。中国医美行业逐步迈向规范化管理的新阶段，中游医美机构的真实价值逐渐显现，市场情绪稳定，价格泡沫消退，行业进入调整期。现阶段行业指数居于历史低位，为投资者提供一定的投资机会。随着市场环境的持续改善和消费者需求的持续增长，医美机构有望重新获得资本市场的关注，融资额存在较大的提升空间。

产业链下游

渠道端及终端客户

医美获客平台及终端消费者

渠道端

北京新氧科技有限公司 >

北京维康恒美信息技术有限公司 >

北京完美创意科技有限公司 >

查看全部 v

产业链下游说明

中国医美市场正从高线城市向低线城市扩展，下沉市场或将成为未来增长的新动力。

从不同城市等级的最新数据看，新一线城市的医美消费订单量所占比重为46.2%，位居业内第一；一线城市占比33.2%，同比降低1.5pct；二线城市占比17.0%，同比增加1.7pct。医美终端消费市场呈

现新一线城市引领的趋势，凸显了这类城市在消费升级与审美意识提升方面的强劲动力。与之相比，一线城市医美消费占比虽位列其次但出现下降，体现市场饱和度提高及消费者偏好的细微变化。二线城市的同期增长有力证明了医美风潮正加速向更广泛的城市层级渗透，反映出二三线城市居民消费能力与美容观念的快速进化。

光电类与注射类医美占据市场主导地位，体现了消费者对微创或无创快速疗效的偏好。

根据最新公开数据，从各细分医美服务项目看，光电类占整体的比重达47.34%，注射类占比达31.22%，手术类占比达19.04%，其他达2.4%。光电类医美占据主导地位，体现消费者对非侵入性、恢复快且效果显著的治疗方式的强烈偏好。注射类项目占比显示了以注射填充等为代表的微整形技术依然深受市场欢迎，满足了即时美化与抗衰老的需求。手术类项目仍占有重要地位，反映其在彻底性改善与长期效果上的不可替代性。

- [5] 1: <https://samr.cnbz...> | 2: <https://baijiahao.b...> | 3: 国家药监局 新华网
- [6] 1: <https://samr.cnbz...> | 2: 国家药监局
- [7] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: 新华网
- [8] 1: <https://samr.cnbz...> | 2: 国家药监局
- [9] 1: <http://www.arsmo...> | 2: <https://www.sec.g...> | 3: <http://www.lancyg...> | 4: <http://www.raily.c...> | 5: 公司官网
- [10] 1: Wind
- [11] 1: 新华网 《2022年新氧医...
- [12] 1: 新华网 《2022年新氧医...
- [13] 1: <https://samr.cnbz...> | 2: 国家药监局

医疗医美行业规模^[14]

2018年—2023年，医疗医美行业市场规模由1,217亿人民币元增长至2,666亿人民币元，期间年复合增长率16.98%。预计2024年—2028年，医疗医美行业市场规模由3,093亿人民币元增长至5,071亿人民币元，期间年复合增长率13.16%。^[18]

医疗医美行业市场规模历史变化的原因如下：^[18]

医疗医美行业服务质量逐渐提高，消费者需求增加。

根据2002年颁布的《美容医疗机构、医疗美容科(室)基本标准(试行)》规定医疗美容机构住院床位总数20张以上，美容治疗床12张以上，牙科综合治疗椅4台以上；根据近年中国卫生健康统计年鉴，整形外科医院和美容医院床位数大多在0至49张，部分在50至300张，医疗美容机构床位数上升，床位使用率据《全国医疗服务情况》可知床位使用率上升。根据国家卫健委2023年6月份公布的相关数据整理，中国合规专科医美机构数量为15513家（不包含综合及公立机构，根据2023年深圳医美机构的大数据分析，民营综合及公立机构的占比为10%左右）。**医疗服务质量提升，更加规范，且“悦己型消费”风口下，医美新消费占比提升，医疗医美有着向好的发展趋势。**

医疗美容技术的引进，医学美容科技的发展。

2002年肉毒素被批准应用于医美领域，全球肉毒素市场呈现稳步上升趋势。2021年，以肉毒素注射为主的除皱美容消费，占据注射类医美消费52.9%的比例，居第一位。光电技术在医疗领域的价值被不断探索，逐渐成为医美医生的“必备武器”。2021年非手术类消费市场在整个医美市场占比49.2%，其中，光电类项目是非手术类消费中最受欢迎的项目。光电仪器、肉毒素、玻尿酸，其安全、恢复快，加速医美走进大众市场。手术类消费下降的同时，非手术用户占比逐年上升，根据公开平台数据，至2021年非手术类医美用户已达到83.1%。**随着非手术类医美技术的发展和进步及线上线下医美平台的发展，为医美市场带来持续的“驱动力”，促进医疗医美市场规模不断扩大。**^[18]

医疗医美行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[18]

随着经济持续增长，消费观念持续升级，以及公众对美的追求和医美接受度的提高，医美市场呈现出蓬勃增长的态势。

数据显示，目前全球由整形外科医生主刀的医美手术诊疗量达到0.15亿次，同比增长16.7%；非手术类医美诊疗量达到0.19亿次，同比增长7.2%。全球医美市场呈现出蓬勃增长的态势，预计中国市场的增长态势也将延续，这主要和经济增长与消费升级、社会观念转变有关。一方面，随着国民经济持续增长，居民可支配收入增加，消费能力提升，消费者更加注重生活品质和个人形象的提升，医美服务作为消费升级的一部分，其需求随之增长。另一方面，现代社会对美的追求日益增强，公众对医美的接受度不断提高，不再像以往那样讳言整容，这种观念的转变促使更多人愿意尝试医美项目。

在人口老龄化与银发经济推动下，中老年人群对医美服务的需求有望持续增长。

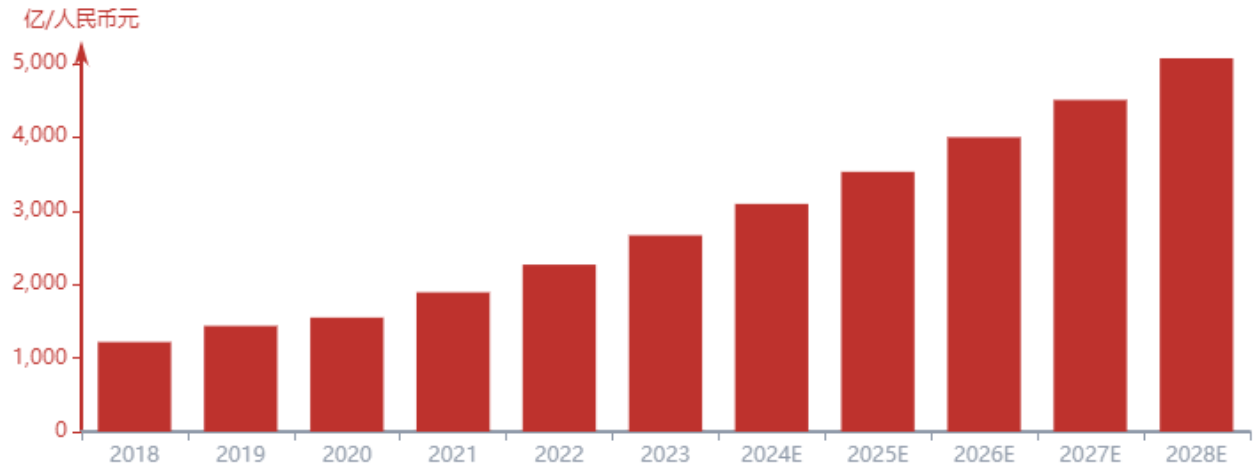
从医美消费2次及以上的各年龄层用户占比来看，41岁及以上占比达53.61%；从医美消费5次及以上的各年龄层用户占比来看，41岁及以上占比达17.02%。41岁及以上年龄段人群在医美消费中的高复购率表明，在人口老龄化加剧和银发经济政策催化的背景下，中国医美市场的未来增长将显著受到中老年消费群体的驱动。中老年人群对医美服务有着持续且稳定的市场需求，随着年龄增长，该人群更加注重通过医美手段来维持或改善外观，延缓衰老迹象，提升自我形象与自信。^[18]

医疗医美行业规模

中国医疗医美行业规模



中国医疗医美行业规模



数据来源：新华网

[14] 1: <http://www.nhc.gov...> | 2: 《2021年医美行业白皮书》 | 3: <http://guba.sina.cn/vie...>

[15] 1: <http://www.nhc.gov...> | 2: <http://www.nhc.gov...> | 3: 中华人民共和国国家卫...

[16] 1: <https://finance.sin...> | 2: 平台资料; 新浪科技

[17] 1: ISAPS

[18] 1: 新华网

医疗医美政策梳理^[19]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步加强医疗美容综合监管执法工作的通知》	国家卫健委、公安部和国家市监局等八部门	2020-04-03	9
政策内容	医疗美容服务应当在依法设置医疗美容相关科目的医疗机构内，按照备案的医疗美容服务项目，由主诊医生或者在主诊医生指导下的执业医师负责实施。任何单位和个人，不具备法定条件，不得开展医疗美容服务。医疗美容广告属于医疗广告，非医疗机构不得发布医疗广告。			

政策解读	近期监管中发现医疗美容乱象有所抬头，为进一步净化医疗美容市场，保护人民群众身体健康和生命安全，现要求加强医疗美容综合监管执法工作，具体包括：强化自我管理主体责任；积极发挥行业组织自律作用；着力加大政府监管力度；强化社会监督推进社会共治。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于印发打击非法医疗美容服务专项整治工作方案的通知》	国家卫健委、中央网信办和国家市监局等八部门	2021-05-28	9
政策内容	关于在全国范围内开展打击非法医疗美容服务专项整治工作的任务包括：严厉打击非法开展医疗美容相关活动的行为；严格规范医疗美容服务行为；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。			
政策解读	通过开展多部门联合专项整治，进一步提高美容医疗机构的依法执业意识，强化医疗服务质量和安全管理，防范医疗纠纷和安全风险。完善系统治理、依法治理、综合治理、源头治理的工作机制，切实维护消费者合法权益。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《医疗美容广告执法指南》	国家市监局	2021-11-02	8
政策内容	《指南》包括六方面内容：一是明确医疗美容广告相关概念；二是明确医疗美容广告监管重点；三是强化行政机关协同监管；四是加强广告代言监管；五是加强行刑衔接；六是强调平台经营者责任。			
政策解读	《指南》旨在为地方各级市场监管部门加强医疗美容广告监管工作提供指引，切实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。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于调整《医疗器械分类目录》部分内容的公告》	中国整形美容协会标准化工作委员会	2022-03-30	6

政策内容	对于公告涉及的射频治疗（非消融）设备中射频治疗仪、射频皮肤治疗仪类产品，自本公告发布之日起，可按《医疗器械注册与备案管理办法》的规定申请注册。
政策解读	为进一步深化医疗器械审评审批制度改革，依据医疗器械产业发展和监管工作实际，按照《医疗器械监督管理条例》《医疗器械分类目录动态调整工作程序》有关要求，国家药监局对《医疗器械分类目录》部分内容进行调整。
政策性质	规范类政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》	国家市监局、公安部、商务部和国家卫健委等十一部门	2023-05-04	9
政策内容	《指导意见》为规范和促进医疗美容行业发展提出一系列针对性举措：一是明确规定医疗美容服务属于医疗活动，必须遵守卫生健康有关行业准入的法律法规。二是着重强调跨部门综合监管，构建贯通协同、高效联动的行业监管体系。			
政策解读	《指导意见》的出台将有效推动医疗美容行业常态化、综合性监管，有力推动解决群众反映集中的医疗美容行业突出问题，形成以有效监管促进有序发展的良好态势，为持续激发医疗美容行业发展内生动力、推动医疗美容行业高质量发展提供新的制度支撑。			
政策性质	指导性政策			

[19] 1: 国家市场监督管理总局 人民... 2: <https://www.gov.cn/lia...> 3: <https://www.gov.cn/zh...> 4: <https://www.beijing.g...> 5: <https://www.gov.cn/zh...>

医疗医美竞争格局^[20]

中国医美行业兼具医疗和消费双重属性，整体呈现多元格局，以中小型医疗机构为主。^[24]

医疗医美行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有联合丽格、美莱、艺星等；第二梯队公司为晶肤、鹏爱和连天美等；第三梯队有米兰柏羽等。^[24]

医疗医美行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[24]

品牌影响力与连锁规模是划分梯队的重要因素。

根据品牌官网，美莱拥有门店37家，艺星门店26家，联合丽格57家，晶肤30家。如美莱、艺星、联合丽格等位

于第一梯队的公司，通过在全国范围内广泛布局，建立起了强大的品牌影响力和市场占有率。连锁规模的扩大不仅提升了品牌知名度，还优化了供应链管理，降低了运营成本，增强了市场竞争力。例如，联合丽格拥有57家门店，展示了其在资源调配、品牌推广上的显著优势。

单店拥有的医师资源是企业竞争力的重要表现。

根据平台数据，联合丽格、爱思特和连天美的代表性单店均分别拥有专业医师20个，美莱单店拥有16个，艺星单店拥有18个。第一梯队的联合丽格、美莱、艺星等机构，以及第二梯队的部分机构如连天美，它们的单店平均拥有较高数量的专业医师，如联合丽格和艺星单店平均有20名和18名专业医师，显示出这些企业在吸引和保留高水平医疗人才方面的优势。这不仅关乎服务质量与安全，也是机构专业形象和市场竞争力的重要体现。 [24]

目前，中小型民营医美机构占据主导地位，为更好地适应市场的快速变化，满足消费者的多样化需求，中国医疗美容市场的集中度相对较低。近几年，随着行业兼并重组的加剧，市场集中度有所提升。行业的竞争格局正在发生变化，一些具有实力和品牌优势的企业开始在中占据更有利的地位。中国医疗美容企业大多分布在一线城市或新一线城市。尽管医疗美容在中国更发达地区的渗透率较高，但由于人口基数较大的因素，低线城市的医疗美容消费人口正在迅速追赶，未来市场潜力较大。 [24]

医疗医美行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因： [24]

随着中国居民人均可支配收入的增长，医美市场需求预计将上升，推动行业规模扩张，促进行业内部的动态调整。

数据显示，2023年中国居民人均可支配收入达到39,218元，同比增长6.33%。随着人均收入的增加，消费者对高品质生活的追求也在增强，医美作为一种提升个人形象和自信的方式，其市场需求将随之上升。这将促使医美行业整体规模扩张，吸引更多资本和企业进入市场，加剧竞争并推动行业梯队内部及之间的动态调整。

行业规范化加速将促进市场洗牌与集中度提升。

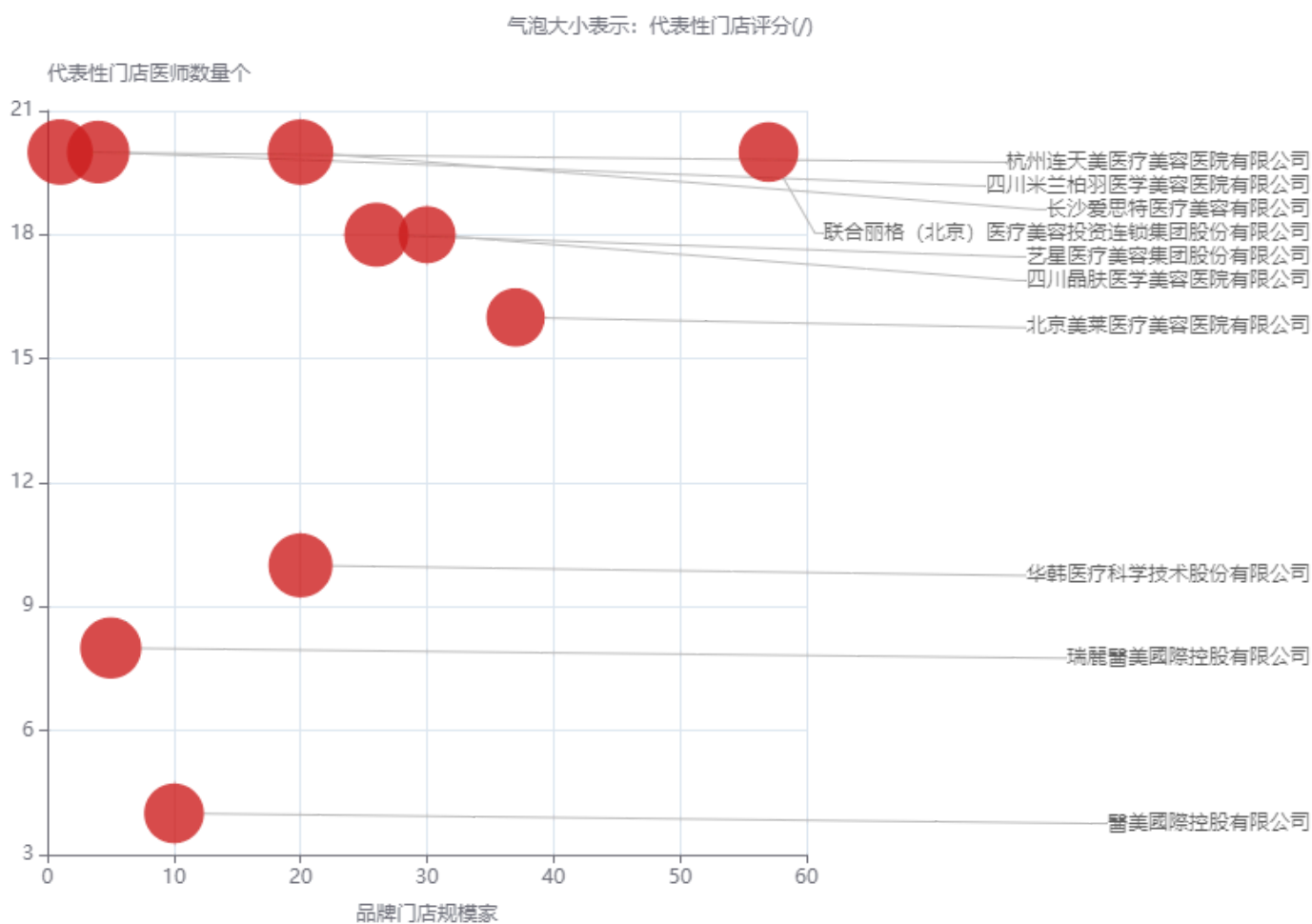
数据显示，目前医美行政处罚案例数量已接近6,000起，而2018年仅超2,200起。随着行政处罚案例的增多，表明政府对医美行业的监管趋于严格，旨在打击非法行医、虚假宣传等违法行为，这将迫使整个行业向更加规范化、标准化方向发展。长远来看，这有助于清除行业乱象，提升行业整体形象，为正规企业提供更公平的竞争环境。同时，严格的监管环境将加速市场洗牌，那些不符合规范、服务质量低下的小企业和黑医美机构将因难以承受法律风险和罚款而退出市场或被兼并，而遵守规则、服务质量高的企业，尤其是第一梯队的企业如联合丽格、美莱、艺星等，因其较强的合规能力和品牌信誉，有望在中获得更大的份额，行业集中度将进一步提升。

[24]

中国医美行业正经历快速的发展和深刻的变革，主要表现在以下四个方面：（1）**政策监管加强**：政府出台一系列政策，提高行业准入门槛，促进行业规范化，打击非法医美活动。（2）**消费者需求升级**：随着国民收入的提高和健康意识的增强，消费者对医美服务的接受度和需求日益增长，追求更高质量与个性化的服务。（3）**技术与服务创新**：医美行业技术不断进步，非手术类项目受到青睐，同时，医美服务向线上化、数字化转型。

（4）**市场整合加速**：资本的介入和市场的竞争导致行业整合，大型连锁品牌 and 专业化机构逐渐占据市场主导地位

位。(5) **消费者认知提升**: 消费者对医美产品和机构的选择更加理性, 重视机构的资质、口碑及医生的专业能力。中国医美行业展现出巨大的市场潜力和发展空间, 同时也面临着规范化、专业化的挑战。[24]



[27]

上市公司速览

朗姿股份有限公司 (002612)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
76.9亿元	14.0亿元	11.42	59.54

奥园美谷科技股份有限公司 (000615)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	10.4亿元	-4.49	28.66

瑞丽医美国际控股有限公司 (02135)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
8.2亿	9758.0万	3.3700	-

[20] 1: 新浪财经 2: <http://guba.sina.cn/vie...>

[21] 1: <https://www.mylik...> 2: 公司官网

[22] 1: <http://m.hsltm.com/> 2: 公司官网

- [23] 1: <https://data.stats...> 2: 国家统计局
- [24] 1: <http://www.xinhua...> 2: 新华网 《2022年新氧医...
- [25] 1: <http://www.arsmo...> 2: <http://www.beauc...> 3: <https://aist.cn/hos...> 4: 公司官网; 企查查
5: <https://m.qcc.com/>
- [26] 1: <https://www.soyou...> 2: 公开数据
- [27] 1: <https://www.soyou...> 2: 公开数据

医疗医美代表企业分析^[28]

1 朗姿股份有限公司【002612】

公司信息

企业状态	存续	注册资本	44244.5375万人民币
企业总部	北京市	行业	纺织服装、服饰业
法人	申东日	统一社会信用代码	9111000079598548XH
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2006-11-09
品牌名称	朗姿股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	生产服装; 销售服装、日用品、鞋帽箱包、五金、婴幼儿用品、化妆品、玩具、皮革制品; ... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	1.04	1.06	1.08	1.03	1.1	1.05	1.03	1.02	-
资产负债率(%)	26.7495	45.6768	41.166	30.4427	30.2084	47.1766	49.1177	48.7841	-
营业总收入同比增长(%)	19.5311	72.0553	13.1003	12.9889	-4.3501	27.422	1.1926	24.4124	-
归属净利润同比增长(%)	120.2842	14.3618	12.199	-72.0704	141.6468	31.9721	-90.7318	953.372	-
应收账款周转天数(天)	61.2797	56.9783	49.894	44.862	42.7027	26.9303	20.6519	14.216	-
流动比率	1.8195	0.7254	1.5432	1.7734	1.8901	1.047	0.8881	0.7884	-

每股经营现金流 (元)	0.3311	0.3234	0.136	1.3716	0.8572	1.0636	0.5326	1.8183	-
毛利率(%)	54.9595	57.3468	57.9477	58.2406	54.1502	57.0149	57.5129	57.4428	-
流动负债/总负 债(%)	88.6389	93.2971	79.1874	66.9597	66.0407	63.6124	65.5225	70.0174	-
速动比率	0.6746	0.2126	0.2893	0.7588	0.9857	0.5446	0.3591	0.3512	-
摊薄总资产收益 率(%)	5.0985	3.3973	2.874	0.6474	2.5983	3.7595	0.4965	3.4973	-
营业总收入滚动 环比增长(%)	53.2101	20.6496	-4.715	20.1439	-	-	-	-	-
扣非净利润滚动 环比增长(%)	246.4325	86.9064	-66.7898	-310.7007	-	-	-	-	-
加权净资产收益 率(%)	6.9	7.37	7.59	2.07	4.78	6.31	0.56	7.34	-
基本每股收益 (元)	0.41	0.4689	0.5261	0.1428	0.3224	0.4237	0.0363	0.5087	0.1857
净利率(%)	13.4415	8.2005	7.6774	1.3542	4.721	6.1566	0.8936	4.9002	-
总资产周转率 (次)	0.3793	0.4143	0.3743	0.4781	0.5504	0.6106	0.5556	0.7137	-
归属净利润滚动 环比增长(%)	85.244	77.8353	-64.6563	-244.6355	-	-	-	-	-
每股公积金(元)	3.6354	3.7117	3.7422	4.0304	3.7094	3.6607	3.5104	3.298	-
存货周转天数 (天)	335.7583	259.6653	279.4814	279.5031	263.0165	224.2292	245.0647	189.2048	-
营业总收入(元)	13.68亿	23.53亿	26.62亿	30.07亿	28.76亿	36.65亿	38.78亿	51.45亿	14.00亿
每股未分配利润 (元)	1.3344	1.7313	1.9747	1.5404	1.6835	1.769	1.712	2.1758	-
稀释每股收益 (元)	0.41	0.4689	0.5261	0.1428	0.3224	0.4237	0.0363	0.5087	0.1857
归属净利润(元)	1.64亿	1.88亿	2.10亿	5877.87万	1.42亿	1.87亿	1607.59万	2.25亿	8217.17万
扣非每股收益 (元)	0.255	0.3668	0.4739	0.0615	-	-	-	-	-
经营现金流/营 业收入	0.3311	0.3234	0.136	1.3716	0.8572	1.0636	0.5326	1.8183	-

竞争优势

公司旗下各大医美品牌分别专注于不同的医美领域，并已在各自区域市场内具有较高的品牌知名度和市场占有率，朗姿医美的区域规模优势已经形成。

[28] 1: 公司年报

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13080197867（李先生）

电话：18621660149（郝先生）

深圳市华润置地大厦E座4105室

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

