

中国医美行业发展现状分析与投资前景调研报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国医美行业发展现状分析与投资前景调研报告（2024-2031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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/716308.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: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、行业相关定义

医疗美容 (Medical Cosmetology) 是指运用药物、手术、医疗器械以及其他具有创伤性或者不可逆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的美容方式。

根据《医疗美容服务管理办法》第二条规定，医疗美容，是指运用手术、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。按医疗科室的归属划分，医疗美容可分为美容外科、美容牙科、美容皮肤科、美容中医科。其中美容皮肤科需求最大，发展最为迅猛。

二、行业发展历程回顾

国内医美行业起步于1949年，发展历程可分为三个阶段。1949-2008年，以公立医院首次设立整形外科为标志，国内医美行业开始萌芽。2008-2014年为行业起步阶段，上游原材料生产商发展态势良好，带动民营医疗机构涌现。2014年至今，资本助力下行业繁荣发展，“互联网+”浪潮催生互联网医美平台。

(1) 1949-2008年萌芽期

公立医院陆续设立整形科。1949年，北京大学第三医院国内首次设立整形外科，标志着中国医美行业的萌芽。此后，多家公立医院纷纷设立整形科，比如中国医科学院外科整形医院、上海交通大学医学院附属第九人民医院等。这段时期，医美的主要需求来自于伤后修复、矫正等被动整形。

国外先进医美技术开始进入中国。2001年我国加入WTO后，贸易环境逐步开放，国外先进的美容观念、技术、材料开始传入中国，大大促进了国内医美的发展。

(2) 2008-2014年起步期

上游原材料企业发展态势良好，华熙生物上市。2008年，中国成功举办奥运会为国人带来了逐渐开放的视野及产业发展环境。医美行业的上游，例如药品、耗材及仪器的研发生产商等，已有了较好的产业氛围，许多知名外企在中国开疆辟土，本土企业也得以发展壮大。2008年，国内知名透明质酸生产企业华熙生物登陆港股市场。

民营医美机构大量涌现。良好的上游原材料环节为医美机构的发展提供了肥沃的土壤，加之关注医美的消费者越来越多，中国民营医美机构如雨后春笋般涌现，大型民营连锁医院、小型民营医美诊所纷纷建立。

(3) 2014至今发展期

消费升级+移动互联网浪潮下，互联网医美平台深受资本青睐。在移动互联网和消费升级的双重驱动下，互联网医美平台发展壮大，逐渐成为医疗美容产业链的枢纽环节。互联网医美平台通过链接医美机构，帮助上游厂商简化分销环节，协助消费者高效决策，有利于解决行业透明度低以及医美机构获客成本高企的痛点。2014年以来，新氧、更美、悦美网等互联网医美平台深受资本市场青睐，已获多轮融资。

2015年前后，“颜值经济”的带动下，叠加日益发展成熟的社区内容平台，更多的人发现了做自媒体、职业“网红”的发展机会，与初代网红门槛高、流量难变现、多半仍需要才艺加身才能不被日新月异的互联网淘汰的情况不同，2015年及之后，触手可及的“轻医美”拓宽了广大消费者变美的渠道，同时，也大大降低了自媒体以及职业“网红”的门槛，电商的腾飞更是促进了流量变现，而获得收益的“网红”们为了维持最佳状态，多数会对轻医美项目进行复购行为，由此，轻医美的商业闭环形成，同时，也源源不断地吸引着一波又一波想要变得更美丽的消费者。2020年以来，轻医美快速成长，在一线城市中，轻医美机构入驻购物商城、CBD逐渐成为主流趋势，代表性案例包括杭州武林CBD的依妮德轻医美、深圳福田CBD的轻苇轻医美、北京光华路SOHO的柠悦轻医美、广州珠江新城CBD“医美街”等，随着需求和市场的快速增长，轻医美或将成为医美行业下半场的中流砥柱。

三、行业发展现状

1、市场规模

后疫情时代,在一系列消费鼓励相关政策等引导下，国内消费市场逐渐升温，叠加居民可支配收入增长，颜值经济、悦己经济以及医美技术愈发成熟等因素影响，医美市场规模得到较快增长，并吸引到庞大的消费人群。截止2023年我国医美消费者规模超2300万人。

资料来源：观研天下数据中心整理

2、供给规模

随着市场规模的不断扩大，越来越多的企业争先涌入，医美相关企业注册量也在持续增加。企查查数据显示，截至2023年12月，我国医美相关企业9.29万家，2022年新增医美相关企业3.39万家，新增量同比增长17.79%。

资料来源：观研天下数据中心整理

3、需求规模

近年我国医美行业消费者规模保持持续增长态势。据统计，2023年我国医美行业消费者规模达到2310万人。

资料来源：观研天下数据中心整理

随着医美行业规模持续扩大，医美市场逐渐呈现出向年轻群体和较低线城市渗透的特征。据调查，中国医美消费者平均年龄24.45岁，25岁以下消费者占比超过50%。新一线城市消费用户占比首次超过一线城市，接近40%，高于一线城市5个百分点。新氧平台私信用户量是下单用户量的4.31倍，三四线城市已进入市场教育阶段，有望成为未来医美最大的增量市场。这部分消费群体有相当一部分价格敏感型消费者，将推动行业不再局限于高端消费，将更趋向平价、大众化，价格将成为行业竞争的重要因素。医美大众化趋势下，消费者对平价产品的需求增多，消费者对轻医美可接受的价格区间中，3K及以下占比最大，达28.6%，只能

接受10K以下的消费者超70%。

四、行业细分市场

1、轻医美

轻医美一般指的是不手术、不开刀的微整美容项目，通常包括光子嫩肤、刷酸、注射美白针等。光子嫩肤是通过强脉冲光作用到皮肤上，能够分解皮肤里的黑色素，促进皮下细胞分泌胶原蛋白，可以达到美白皮肤的作用，还能去除皮肤上的细纹，延缓皮肤衰老。平时要做好皮肤的保养护理。轻医美近年来逐渐被更多人接受，其复购率往往更高，人均总消费金额往往更多，在2021年轻医美市场规模便超越了重医美市场。2023年，轻医美行业市场规模约为1414.57亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

2、重医美

重医美则侧重于通过手术等较为激进的方式来改善外貌，比如隆鼻、双眼皮手术、吸脂等，其特点是效果明显、持久稳定。重医美是传统医美产业链当中更为主流的方式，近年来逐渐被轻医美迎头赶上。2023年，我国重医美行业市场规模约为1254.43亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

五、市场竞争情况

不同于海外以连锁品牌为主的医美市场，起步较晚的中国医美市场大型医美机构市占率仅约10%。而小型民营医美机构存在获客成本偏高、议价权较低等问题，大型连锁品牌医美机构优势显著，预计连锁化将成为未来趋势。我国合规开展医美项目的机构仅占整体行业的12%，预计随着监管趋严，未来机构正规化、正规专业医生需求扩大化、经营产品合法化等因素将促进提升合规医美服务行业的市场份额。

医美企业集中度估算 集中度类型 市场集中度指标值（%） CR4 16.7 CR8 21.5

资料来源：观研天下数据中心整理（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国医美行业发展现状分析与投资前景调研报告（2024-2031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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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 2019-2023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 2024-2031年世界医美行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 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 2024-2031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 2024-2031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 2024-2031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、行业目标客户群体

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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/716308.html>