



中国医美行业研究报告

清科研究中心

2016年6月

● 清科研究中心总览

2001年创立，是中国成立最早、规模最大的专业权威股权投资研究机构。



| 旗下产品

私募通、研究报告、行业研究、清科排名、定制咨询、投资学院等；

| 研究领域

天使投资、创业投资、私募股权、资产管理、新股上市、兼并收购、房地产基金以及 TMT、清洁技术、医疗健康、大消费、现代农业、先进制造业等行业市场研究；

| 服务机构

VC/PE 投资机构、有限合伙人、企业 / 上市公司、战略投资者、以及政府机构、律师事务所、会计事务所、投资银行、研究机构等。



目 录

1. 医美行业研究概述	6
1.1. 行业定义及分类.....	6
1.1.1. 行业定义.....	6
1.1.2. 行业分类.....	6
1.2. 研究范围.....	7
2. 境外医美行业发展现状分析	8
2.1. 全球医美行业发展现状.....	8
2.2. 东亚医美行业发展现状.....	10
2.2.1. 韩国医美行业发展现状.....	10
2.2.2. 台湾医美行业发展现状.....	11
2.3. 欧美医美行业发展现状.....	13
2.4. 东亚与欧美医美行业发展异同分析.....	15
2.5. 国外医美行业发展对中国医美行业发展的启示.....	16
3. 中国医美行业发展环境分析	17
3.1. 外部环境分析.....	17
3.1.1. 政策环境.....	17
3.1.2. 经济环境.....	20
3.1.3. 文化环境.....	21
3.1.4. 技术环境.....	21
3.2. 内部环境分析.....	23
3.2.1. 行业发展历程.....	23
3.2.2. 行业发展规模.....	23
3.2.3. 行业发展特点.....	25
3.2.4. 行业发展面临问题.....	26
4. 医疗美容行业市场发展情况分析	27
4.1. 产业链.....	27
4.1.1. 产业链结构分析.....	27
4.1.1.1. 产业链上游.....	28
4.1.1.2. 产业链上游到中游.....	28
4.1.1.3. 产业链中游.....	29
4.1.1.4. 产业链中游到下游.....	31
4.1.1.5. 产业链下游.....	32
4.1.2. 主要环节的增值空间.....	33

4.2.	行业竞争格局分析	34
4.3.	市场现状分析.....	35
4.3.1.	市场供需分析	35
4.3.2.	市场价格走势及影响因素分析	35
4.4.	商业模式.....	37
4.4.1.	以联合丽格为代表的医生集团的创新	37
4.4.2.	以新氧为代表的医美 O2O 的创新——“云诊所”	39
	医疗美容领域重点企业分析	41
4.4.3.	产业链上游重点企业.....	41
4.4.4.	产业链经销商重点企业	42
4.4.5.	产业链中游重点企业.....	42
5.	医疗美容 O2O 领域市场发展情况分析	44
5.1.	产业链与价值链.....	44
5.2.	商业模式.....	46
5.3.	市场现状分析.....	49
5.3.1.	市场规模	49
5.3.2.	目标市场和细分	50
5.3.3.	目标用户分析	51
5.4.	医疗美容 O2O 领域竞争格局分析	52
5.5.	医疗美容 O2O 领域重点企业分析	57
5.5.1.	重点企业简介	57
5.5.2.	重点企业融资情况.....	58
5.6.	互联网+医疗美容的整合和变革.....	60
5.6.1.	互联网+医疗美容行业优势	60
5.6.2.	医疗美容 O2O 的发展机遇	60
5.6.3.	医疗美容 O2O 的发展趋势	61
6.	典型商业模式及案例分析	63
6.1.	案例企业基本发展情况	63
6.2.	案例企业发展模式分析	63
6.3.	案例企业关键成功因素分析.....	64
6.4.	案例企业未来发展战略分析.....	65
7.	医美行业投资情况统计.....	66
7.1.	医美行业投资情况统计	66
7.1.1.	投资规模	66
7.1.2.	投资阶段	68
7.1.3.	投资轮次	69
7.1.4.	投资地区	71
7.2.	医美行业 M&A 情况统计.....	73

7.3. 医美行业 IPO 情况统计	75
7.3.1. 上市规模分析	75
7.3.2. 上市地点分析	77
8. 医美行业发展趋势及投资机会分析	78
8.1. 医美行业发展格局与趋势分析	78
8.2. 互联网环境下医美行业发展前景	79
8.3. 医美行业投资机会、价值及风险分析	80
8.3.1. 医美行业投资机会分析	80
8.3.2. 医美行业投资价值分析	80
8.3.3. 医美行业投资风险分析	81
9. 医美行业投资建议	82

图表目录

表 1.1.1. 医疗美容项目分类	6
表 2.1.1. 2013 年部分全球医疗美容项目消费者的性别分布情况	8
表 2.4.1. 美国、韩国、中国医美行业发展对比	15
表 3.1.1. 近年来中国医疗美容行业监管大事纪	18
图 3.2.1. 医美行业处于发展周期中的成长期	24
图 4.1.1. 医美行业产业链	27
图 4.1.2. 医疗美容机构分类	29
表 4.1.1. 大型医疗美容机构简介	30
表 4.1.2. 医疗美容机构地域分布	31
表 4.1.3. 医美不同渠道获客方式比较分析	32
图 4.1.3. 产业链各环节流程图	33
图 4.4.1. 联合丽格大事件分析	37
图 4.4.2. 康十医疗投资业务模式	38
图 5.1.1 O2O 闭环示意图	44
图 5.1.2 移动支付是互联网医疗的核心环节	45
图 5.2.1 B2C 模式服务流程	47
图 5.2.2 C2C 模式服务流程	48
表 5.4.1. 医疗美容 O2O 三大 APP 比较	52
表 5.5.1. 重点互联网医美企业融资情况	58
图 6.2.1. 新氧产品架构	64
图 7.1.1. 1998-2016 年中国医疗美容行业投资规模统计	66
表 7.1.1. 1998-2016 年中国医疗美容行业投资市场情况	67
图 7.1.2. 1998-2016 年中国医疗美容行业投资阶段分布（按投资案例数，起）	68
图 7.1.3. 1998-2016 年中国医疗美容行业投资阶段分布（按投资金额，M RMB）	69
图 7.1.4. 1998-2016 年中国医疗器械行业投资轮次分布（按投资案例数，起）	70
图 7.1.5. 1998-2016 年中国医疗美容行业投资轮次分布（按投资金额，M RMB）	70
图 7.1.6. 1998-2016 年中国医美行业投资数量地区分布	71
图 7.1.7. 1998-2016 年中国医美行业投资金额地区分布	72
图 7.2.1. 2001-2016 年中国医疗美容行业并购规模统计	73
表 7.2.1. 2001-2016 年中国医疗美容行业并购市场情况	74
图 7.3.1. 1990-2016 年中国医疗美容行业上市规模统计	75
表 7.3.1. 1990-2016 年中国医疗美容行业上市情况统计	76
图 7.3.2. 1990-2016 年中国医疗美容行业上市地点分布（按上市案例数，起）	77

1. 医美行业研究概述

1.1. 行业定义及分类

1.1.1. 行业定义

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。

1.1.2. 行业分类

根据 2009 年原卫生部下发的《医疗美容分级管理目录》规定，医疗美容科为一级科目，下设美容外科、美容牙科、美容皮肤科和美容中医科四个二级科目。在美容外科下，又根据项目难度分为四个等级，其中四级项目只有三级整形外科医院或设有医疗美容科或整形外科的三级综合医院才能开展。

表 1.1.1. 医疗美容项目分类

二级科目	细分	项目
美容外科	头面部	眼睑整形、隆鼻、下颌整形、额头整形、全颜面皮肤削磨术等
	乳房、躯干	吸脂、隆乳、乳房下垂矫正术、腹壁成形术等
	会阴部	处女膜修补术、阴茎延长术、阴道紧缩术等
	其他	体表小肿瘤切除术、自体脂肪注射移植术等
美容皮肤科	抽吸、填充及注射	玻尿酸注射、肉毒素注射、胶原蛋白注射、美白针等
	化学剥落	化学换肤
	激光和其他电磁波	彩光嫩肤、激光皮肤磨削术等
	皮肤相关手术	皮肤肿物切除、毛发移植、腋臭手术等
美容牙科		牙齿美容修复、牙周美容技术操作、牙齿合畸形美容矫治
美容中医科		针灸

数据来源：卫生部《医疗美容分级管理目录》

按照是否进行手术，医疗美容可分为手术类与非手术类。手术类项目旨在从根本上改变/改善眼、鼻、胸等面部及身体其他部位的外观，按照部位可分为五官医疗美容、美体医疗美容、皮肤医疗美容、口腔医疗美容、其他医疗美容等；非手术类项目主要包括注射及激光疗法等微整形术，可分为注射填充类、无创年轻化、激光美容等。其中非手术类多为美容皮肤科下属项目。一般经卫生部门行政许可设立的医疗美容机构均可开展上述两类项目。

非手术美容由于无需手术、见效快、风险小、效果可逆等优势，正在逐步成为引领医疗美容中

的主流方式。根据 ISAPS（国际美容整形外科学会）测算，2014 年全世界医疗美容总量约 2020 万例，其中手术类占比 47.7%，非手术类占比 52.3%。而在具体整形美容项目上，在手术项目中，眼睑手术、吸脂手术、隆乳手术排名前三，合计占比 43%。而在非手术项目中，肉毒素、玻尿酸注射合计占比约 70%。

1.2. 研究范围

美容按照性质可分为生活美容和医疗美容，日常我们比较容易接触到的是生活美容，即运用手法技术、器械设备并借助皮肤护理、形象设计、化妆、膳食保健、健美运动等非医学手段，为消费者提供人体表面无创伤性、非侵入性的皮肤护理、美体塑身、SPA、化妆修饰等服务的经营性行为（商务部《行业标准：美容院服务规范》）。医疗美容区别于生活美容的主要特点在于其美容手段是具有侵入性或创伤性的医疗手段。本文主要的讨论内容即医疗美容（简称“医美”）。相比之下，生活美容已步入产业发展的成熟期，而医疗美容正处于快速成长的阶段。

由于美容牙科和美容中医科涉及面较窄，不在本文讨论范围之内。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_15166

