

2021年中国共享医美市场分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

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《2021年中国共享医美市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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://baogao.chinabaogao.com/qitayiyao/539574539574.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

在医美行业，医生是手术的关键，相较于选择医美机构，消费者在选择医美服务时更青睐医生的审美、技术与知名度,在此背景下，医美共享应运而生。总体而言，理想化的医美共享是指由共享手术中心为医生提供设备、场地、药物、相关配套检测、护理和麻醉团队，由医生提供技术的医美服务模式。共享手术中心按小时计价手术室租赁费用，医生收取手术项目费用。医美共享模式可让合适的患者以合适的价格，在严格监控质量的平台上接受合适的医生提供的医美服务。

共享医美行业产业链上游主要包括药品原料和医美器械供应商，产品主要包括玻尿酸、肉毒素、胶原蛋白和激光美容器械等，行业整体集中度较高，进口供应商市场占有率与产品价格均处于高位，国产产品逐年凭借渠道与性价比优势实现进替代，但产品技术与国际主流厂商相比仍存在一定差距。

我国共享医美原材料厂商举例

原材料厂商

举例

发展现状

玻尿酸生厂商

进口厂商

LG Life Sciences、Allergan

2014-2018年，中国医美玻尿酸市场规模年复合增长率高达32.3%，高增长率背后，行业规范仍有待提高，正品占比不足30%，且产品定价混乱,价格在480-13,000元/m1不等。目前，有10余个医美玻尿酸产品通过药监局审批，行业整体较为集中，2018年，韩国LG、美国A11ergan、韩国Humedix和瑞典med占据七成市场份额。进口产品价格相对较高，比国产品牌高出60%-300%不等，在玻尿酸医美项目普及及华熙生物国产厂商崛起的双重背景下，中低价位的国产产品优势凸显。

本土厂商

华熙生物、北京蒙博润

肉毒素生厂商

进口厂商

Allergan

2008年-2018年，肉毒素行业市场规模年复合增长率为15.5%。数据显示，市场上销售的肉毒素70%为非正规产品。因肉毒素具备毒性，注射存在一定风险，肉毒素的生产与流通均受到严格管控，产品壁垒较高。市场上现有获批使用的肉毒素仅有美国艾尔建公司生产的“BO TOX”和兰州生物制品研究所生产的“衡立”。“BOTOX”在中国指定了超过50家经销商，衡立全国范围内经销商超过70家，华熙生物2015年与韩国Medytox

Inc成立合资公司，开展肉毒素产品的研发，但仍未有产品获批上市。

本土厂商

中国生物兰州生物制品

胶原蛋白生厂商

肤美达

胶原蛋白是第一代填充剂，后逐渐被玻尿酸取代，相较于玻尿酸，胶原蛋白是一般以牛胶原、猪胶原形式存在，属于异体生物蛋白，存在致敏隐患。但胶原蛋白凭借更好的除皱效果及不易吸水变形等优点，仍然占据一定的市场份额。中国市场上现有的注射胶原蛋白填充剂产品由双美公司生产的肤柔美(价格800-8800元/m1)，和吉林长春生产的肤美达(价格6800-16800元/m1)垄断。

激光美容器械

飞顿医疗激光公司、奇致激光

激光美容器械主要用于嫩肤、祛斑、补水、美白、除皱，近五年来市场发展迅速，年复合增长率高达26.6%。医美市场激光美容仪器种类众多，其中激光类美容仪器占比最大，可通过轻度介入的方式实现整形美容。飞顿、奇致和科医人是中国医美器械市场排名前三的厂商，除以上三大厂商外，半岛医疗、赛诺秀、塞诺龙等品牌也占据一定的市场份额。激光美容器械行业整体参与者众多，大量小型厂商主要客户为小型美容院、私人诊所等低端医疗市场。

数据来源：公开资料整理

共享医美行业产业链中游为共享医美平台。传统医美行业成本占营收比例高，获客营销成本为30%-50%，药品器械成本占20-30%，人力成本占15-20%，咨询服务成本3-7%，除以上成本外，还包含运营管理成本等。成本构成中营销获客成本居高难下，极大地压缩了医美机构的利润空间，小型医美机构入不敷出，面临倒闭的困境。据统计，2019年，有30%左右的医美机构因亏损严重倒闭，医美共享模式有望在打通全产业链的运作下，提高医美行业透明度、降低营销获客成本、提高医生收入，实现医生、医美机构、消费者共赢的局面。

传统医美机构成本结构

成本

占比(%)

获客营销

30%-70%

药品器械

20%-30%

人力

15%-25%

咨询服务

3%-7%

运营管理

2%

利润

小于30%数据来源：公开资料整理

共享医美行业产业链下游以年轻消费者为主，年轻女性是医美消费群体主力军。近年来，伴随思想观念转变和医美技术成熟，我国医美消费群体年龄层呈上升趋势。根据数据显示，25岁以下消费者占比由2016年的70%下降至2019年的54%，30岁以上消费者占比由2016年的13%增长至2019年的19%。

2016-2019年我国医美消费者年龄分布情况 数据来源：公开资料整理

从整形项目来看，最受欢迎的整形项目是鼻部整形和眼部整形，2019年市场规模占比分别为20%、17%，其次是轮廓骨骼和瘦身美体，市场规模占比分别为14%、12%。

2019年我国医美项目市场占比 数据来源：公开资料整理

从价格来看，由于我国医美消费者以年轻群体为主，消费能力较为欠缺。根据数据显示，51%的受访群体仅接受医美价格低于5000元人民币。

消费者轻医美可接受价格占比情况 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国共享医美市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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。

它是业内企业、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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型

分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国共享医美行业发展概述

第一节 共享医美行业发展情况概述

- 一、共享医美行业相关定义
- 二、共享医美行业基本情况介绍
- 三、共享医美行业发展特点分析
- 四、共享医美行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、共享医美行业需求主体分析

第二节 中国共享医美行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、共享医美行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国共享医美行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国共享医美行业生命周期分析

- 一、共享医美行业生命周期理论概述
- 二、共享医美行业所属的生命周期分析

第四节 共享医美行业经济指标分析

- 一、共享医美行业的赢利性分析
- 二、共享医美行业的经济周期分析
- 三、共享医美行业附加值的提升空间分析

第五节 中国共享医美行业进入壁垒分析

- 一、共享医美行业资金壁垒分析

- 二、共享医美行业技术壁垒分析
- 三、共享医美行业人才壁垒分析
- 四、共享医美行业品牌壁垒分析
- 五、共享医美行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球共享医美行业市场发展现状分析

- 第一节 全球共享医美行业发展历程回顾
- 第二节 全球共享医美行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲共享医美行业地区市场分析
 - 一、亚洲共享医美行业市场现状分析
 - 二、亚洲共享医美行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲共享医美行业市场前景分析
- 第四节 北美共享医美行业地区市场分析
 - 一、北美共享医美行业市场现状分析
 - 二、北美共享医美行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美共享医美行业市场前景分析
- 第五节 欧洲共享医美行业地区市场分析
 - 一、欧洲共享医美行业市场现状分析
 - 二、欧洲共享医美行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲共享医美行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界共享医美行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球共享医美行业市场规模预测

第三章 中国共享医美产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品共享医美总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国共享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

第三节 中国共享医美产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国共享医美行业运行情况

第一节 中国共享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 中国共享医美行业市场规模分析

第三节 中国共享医美行业供应情况分析

第四节 中国共享医美行业需求情况分析

第五节 我国共享医美行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国共享医美行业供需平衡分析

第七节 中国共享医美行业发展趋势分析

第五章 中国共享医美所属行业运行数据监测

第一节 中国共享医美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 中国共享医美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 中国共享医美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

第六章 2017-2020年中国共享医美市场格局分析

第一节 中国共享医美行业竞争现状分析

一、中国共享医美行业竞争情况分析

二、中国共享医美行业主要品牌分析

第二节 中国共享医美行业集中度分析

一、中国共享医美行业市场集中度影响因素分析

二、中国共享医美行业市场集中度分析

第三节 中国共享医美行业存在的问题

第四节 中国共享医美行业解决问题的策略分析

第五节 中国共享医美行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国共享医美行业需求特点与动态分析

第一节 中国共享医美行业消费市场动态情况

第二节 中国共享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 共享医美行业成本结构分析

第四节 共享医美行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国共享医美行业价格现状分析

第六节 中国共享医美行业平均价格走势预测

一、中国共享医美行业价格影响因素

二、中国共享医美行业平均价格走势预测

三、中国共享医美行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国共享医美行业区域市场现状分析

第一节 中国共享医美行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区共享医美市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区共享医美市场规模分析

四、华东地区共享医美市场规模预测

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、华中地区共享医美市场规模分析

四、华中地区共享医美市场规模预测

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、华南地区共享医美市场规模分析

四、华南地区共享医美市场规模预测

第九章 2017-2020年中国共享医美行业竞争情况

第一节 中国共享医美行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国共享医美行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国共享医美行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 共享医美行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国共享医美行业发展前景分析与预测

第一节 中国共享医美行业未来发展前景分析

一、共享医美行业国内投资环境分析

二、中国共享医美行业市场机会分析

三、中国共享医美行业投资增速预测

第二节 中国共享医美行业未来发展趋势预测

第三节 中国共享医美行业市场发展预测

一、中国共享医美行业市场规模预测

二、中国共享医美行业市场规模增速预测

三、中国共享医美行业产值规模预测

四、中国共享医美行业产值增速预测

五、中国共享医美行业供需情况预测

第四节 中国共享医美行业盈利走势预测

一、中国共享医美行业毛利润同比增速预测

二、中国共享医美行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国共享医美行业投资风险与营销分析

第一节 共享医美行业投资风险分析

一、共享医美行业政策风险分析

二、共享医美行业技术风险分析

三、共享医美行业竞争风险分析

四、共享医美行业其他风险分析

第二节 共享医美行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国共享医美行业发展战略及规划建议

第一节 中国共享医美行业品牌战略分析

一、共享医美企业品牌的重要性

二、共享医美企业实施品牌战略的意义

三、共享医美企业品牌的现状分析

四、共享医美企业的品牌战略

五、共享医美品牌战略管理的策略

第二节 中国共享医美行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
 - 二、合理确立重点客户
 - 三、对重点客户的营销策略
 - 四、强化重点客户的管理
 - 五、实施重点客户战略要重点解决的问题
- 第三节 中国共享医美行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
 - 二、技术开发战略
 - 三、业务组合战略
 - 四、区域战略规划
 - 五、产业战略规划
 - 六、营销品牌战略
 - 七、竞争战略规划
- 第四节 共享医美行业竞争力提升策略

- 一、共享医美行业产品差异性策略
- 二、共享医美行业个性化服务策略
- 三、共享医美行业的促销宣传策略
- 四、共享医美行业信息智能化策略
- 五、共享医美行业品牌化建设策略
- 六、共享医美行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国共享医美行业发展策略及投资建议

第一节 中国共享医美行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国共享医美行业营销渠道策略

- 一、共享医美行业渠道选择策略
- 二、共享医美行业营销策略

第三节 中国共享医美行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国共享医美行业重点投资区域分析
- 二、中国共享医美行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitayiyao/539574539574.html>