



中国医疗美容健康行业 深度研究报告

和君咨询

综 述

和君咨询发布《2024中国医疗美容健康行业深度研究报告》（以下简称“报告”），针对中国医疗美容与抗衰老健康行业进行全面盘点和展望，深入剖析当前宏观经济背景下中国医疗美容健康市场的增长趋势、政策导向与监管要求、商业模式创新迭代，以及细分市场的发展机遇与挑战，同时对新技术迭代浪潮中市场特征、潜力与趋势提供前沿研究解析。

和君咨询通过消费者需求及消费行为洞察，结合全国市场调研和咨询项目实践，总结形成本次主题报告。报告包括《医疗美容行业篇》、《男性医疗健康篇》、《私密医疗美容篇》、《医疗抗衰老健康篇》、《上游材料设备篇》、《医美资本市场篇》共六大篇章。

本报告旨在对中国医疗美容与抗衰老健康行业发展现状进行深入洞察，推动中国医疗美容与抗衰老健康市场高质量、可持续发展，以期为行业从业者提供趋势研判与策略参考。

目录

CONTENTS

01

医疗美容行业篇

02

男性医疗健康篇

03

私密医疗美容篇

04

医疗抗衰健康篇

05

上游材料设备篇

06

医美资本市场篇

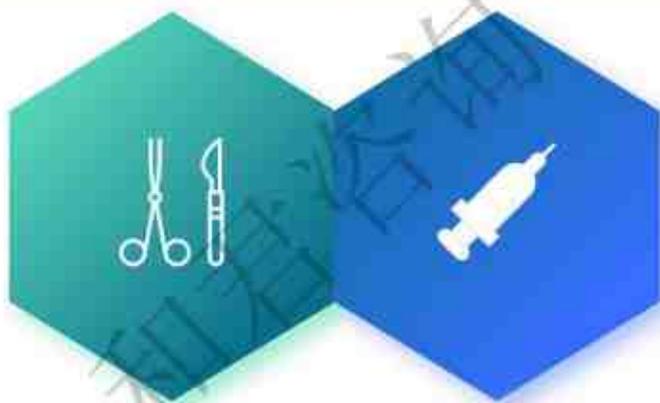
医疗美容定义：医疗美容根据是否需要手术，分为手术类和非手术类医疗美容，均是由经注册的专业医师及医疗专家进行。

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。

手术类

从根本上改变或改善面部及身体部位的外观；以整形手术项目为主。



非手术类

非外部创口或极小创口的介入手段；以注射和外部能量源为主要方式。

项目	手术	非手术
使用器材	手术刀	注射填充材料、激光等
执行次数	一次	多次
康复时间	根据手术难度，以周数计	根据服务难度，以小时计
面临风险	较高	较低

医美项目分类：非手术类项目分为注射、光电等，手术类项目分为面部、身体等。相比非手术类，手术类因其风险相对较高，消费者的决策成本也较高。

手术类

面部

- 眼部整形：开眼角、眼睑整形术…
- 鼻部整形：假体隆鼻、鼻翼缩小、歪鼻矫正…
- 面部塑形：下颌磨骨、颧骨磨骨…

身体

- 胸部塑形：假体丰胸、自体脂肪丰胸…
- 身体塑形：吸脂…
- 私密整形：外阴美化、内阴紧致…

非手术类

注射

- 真皮层：玻尿酸填充、胶原蛋白填充、水光针、童颜针、少女针
- 皮下浅层脂肪：溶脂针
- 肌肉层：肉毒素、埋线针

光电

- 激光项目：皮秒、点阵激光、FOTONA、4D…
- 射频项目：热玛吉、热拉提、黄金微针…
- 强脉冲光项目：光子嫩肤…
- 超声波项目：超声炮、超声刀、7D聚拉提…

特点

操作较难
创伤大
恢复期长
风险高

消费者的心理压力及决策成本较高

操作简单
创伤小
恢复期短
风险低

消费者的心理压力及决策成本较低

医疗美容产业链：从产业链来看，医疗美容产业包括上游的医美耗材和医美器械（光电医美设备），中游的医疗服务机构、互联网医美平台，下游的医美消费者。

支持服务

保险理赔

仓储物流

检验检测

法律顾问

支付服务

流量获取

上游

中游

下游

药品/器械



光电仪器



咨询教育机构



公立医美服务机构



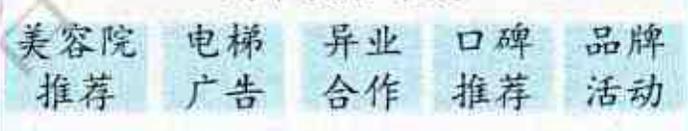
民营医美服务机构



线上获客渠道



线下获客渠道



监管机构

中华人民共和国国家卫生健康委员会
National Health Commission of the People's Republic of China

国家市场监督管理总局
State Administration for Market Regulation

国家药品监督管理局
National Medical Products Administration

中华人民共和国商务部
MINISTRY OF COMMERCE OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

各地协会

市场规模：中国医疗美容市场渗透率持续提升，当前市场规模超2600亿元，预计未来保持13%左右的增速增长，是增长潜力显著的千亿级赛道。

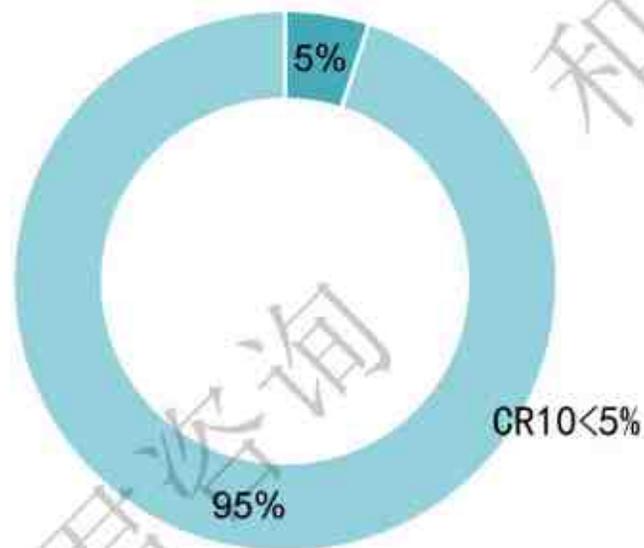


2023年，中国医疗美容市场规模达到2648亿元，年增长率为17.3%，领先全球平均水平。预计到2030年，市场规模将达到约6466亿元，预测期间的年复合增长率为13.36%。

与日本、美国、韩国等发达国家相比，中国医美市场的渗透率尚有至少2-5倍的增长潜力，目前仅处于4%-5%的水平。

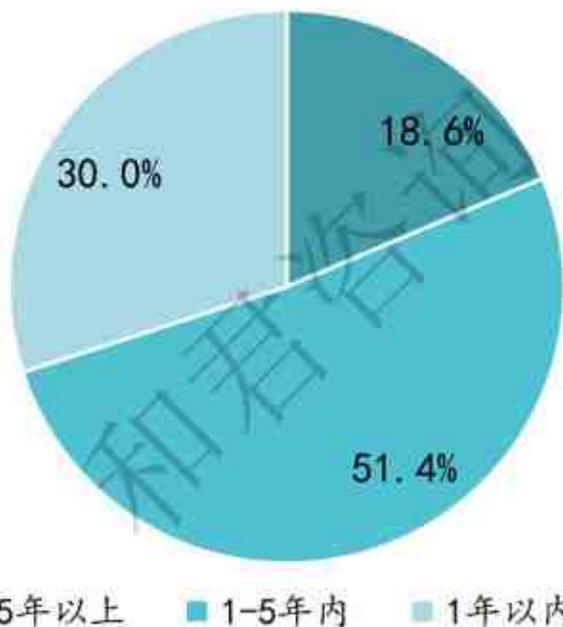
竞争格局：从竞争态势来看，行业高度分散，超80%医美企业成立时间不足5年，单体机构数量占比达51%，大型稳定的连锁机构数量有待增加，市场仍处于充分竞争状态。

2023年医美行业CR10占比<5%
(按营收)



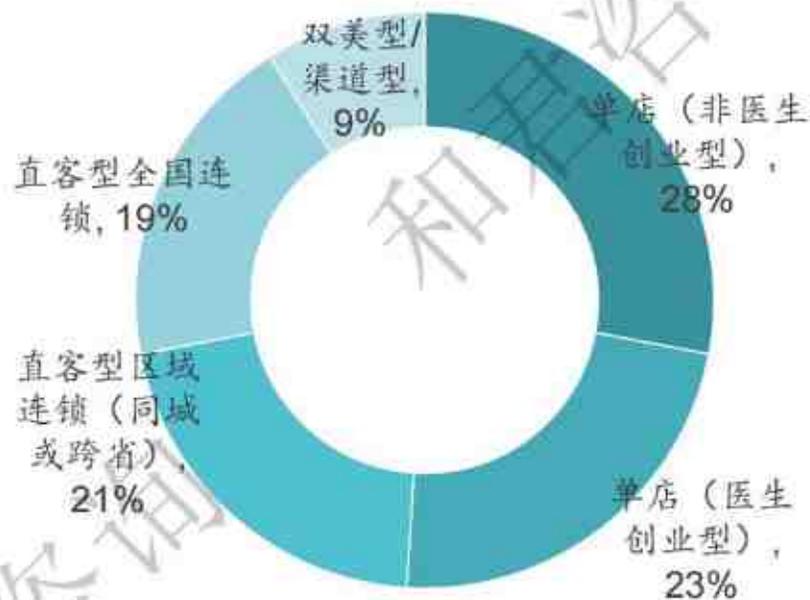
行业头部前10名 (CR10) 的医美企业市场占有率不足5%

2023年中国医美企业成立时间



仅有不到20%的机构能够维持运营超过五年

2024年Q1中国医美机构类型分布



中小民营医院、大型医美机构、公立医院整容科、私人诊所、美容院等各类玩家涌入，导致了激烈的市场竞争

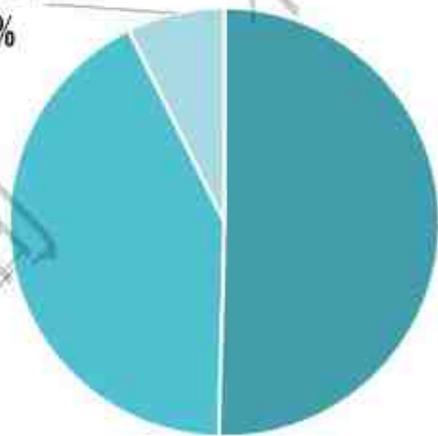
用户洞察：数据显示，超过90%的医美消费者愿意在未来维持或升级现有的医美消费水平，同时超过70%的医美用户近一年医美累计消费超1万元，医美消费市场消费信心足。

未来在医美项目上的消费预算

减少消费预算，7.3%

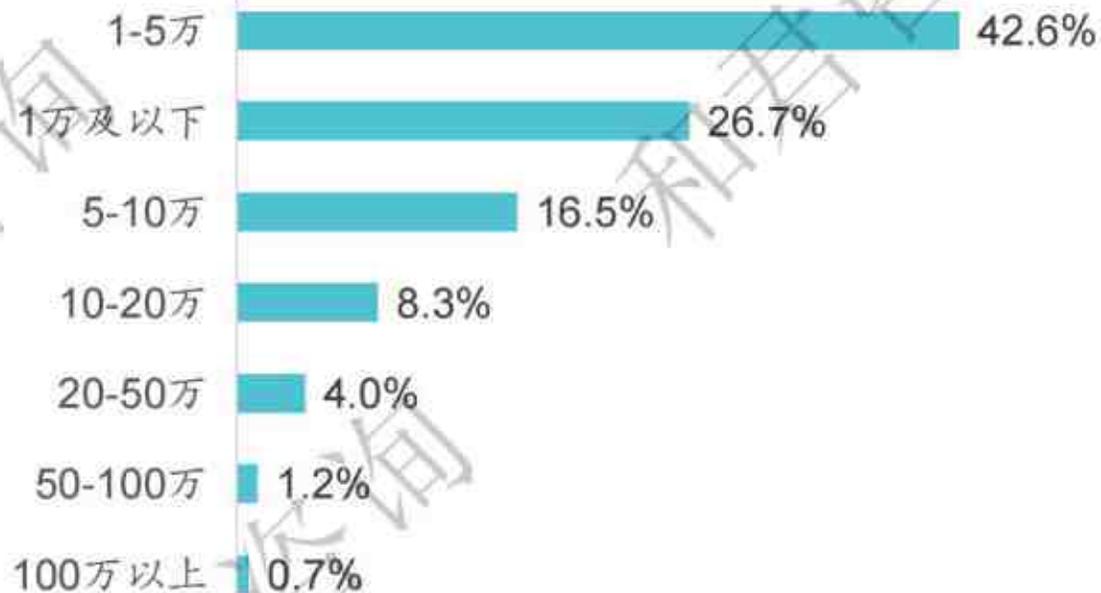
增加消费预算，42.2%

维持原来支出，50.4%



50.4%的医美消费者愿意在未来维持原来的医美支出预算，42.2%的消费者愿意增加消费预算

近一年医美项目累计消费金额



医美项目累计消费金额在1-5万的人群比例最大，占42.6%，其次为1万以下（26.7%）、5-10万（16.5%）

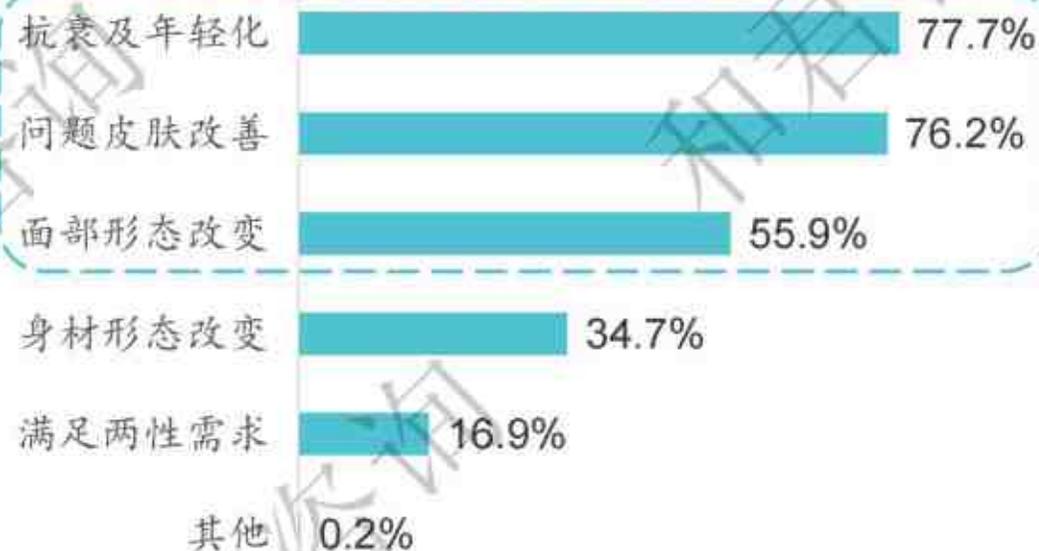
用户洞察：随着消费者对个人形象与健康的高度重视程度提高，越来越多的人倾向于为自我满足而消费医美项目；其中，抗衰与年轻化、皮肤改善需求受到消费者青睐，抗衰年轻化最受关注。

驱动选择医美项目的主要原因



自我取悦（62.5%）、增强自信（60.8%）、维持外貌身材（55.5%）是驱动人们选择医美项目的前三大原因。

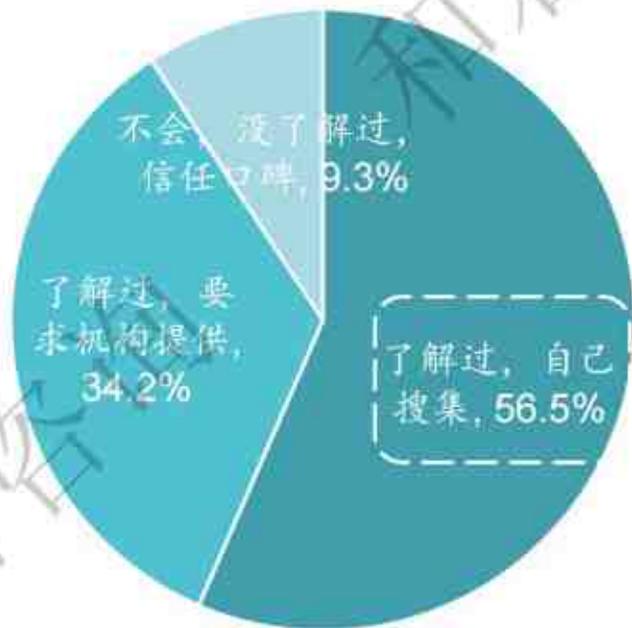
近一年消费过的医美项目主要诉求



77.7%消费者近一年消费过抗衰年轻化相关项目，76.2%的人追求问题皮肤改善，超一半人希望改变面部形态。

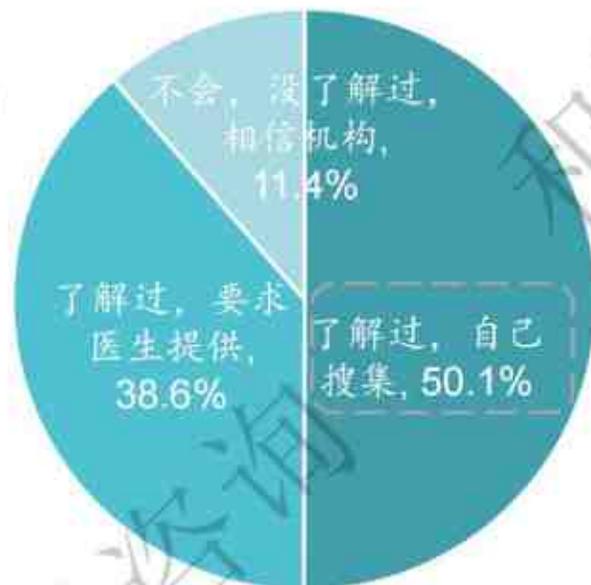
用户洞察：消费者越来越理性，会主动提前去了解机构和医生的资质信息，以此初步判断机构及其医生的安全性、可靠性。

是否会提前了解医疗机构的营业资质



超90%的医美消费者会提前了解医疗机构的营业资质。

是否会提前了解医生的营业资质



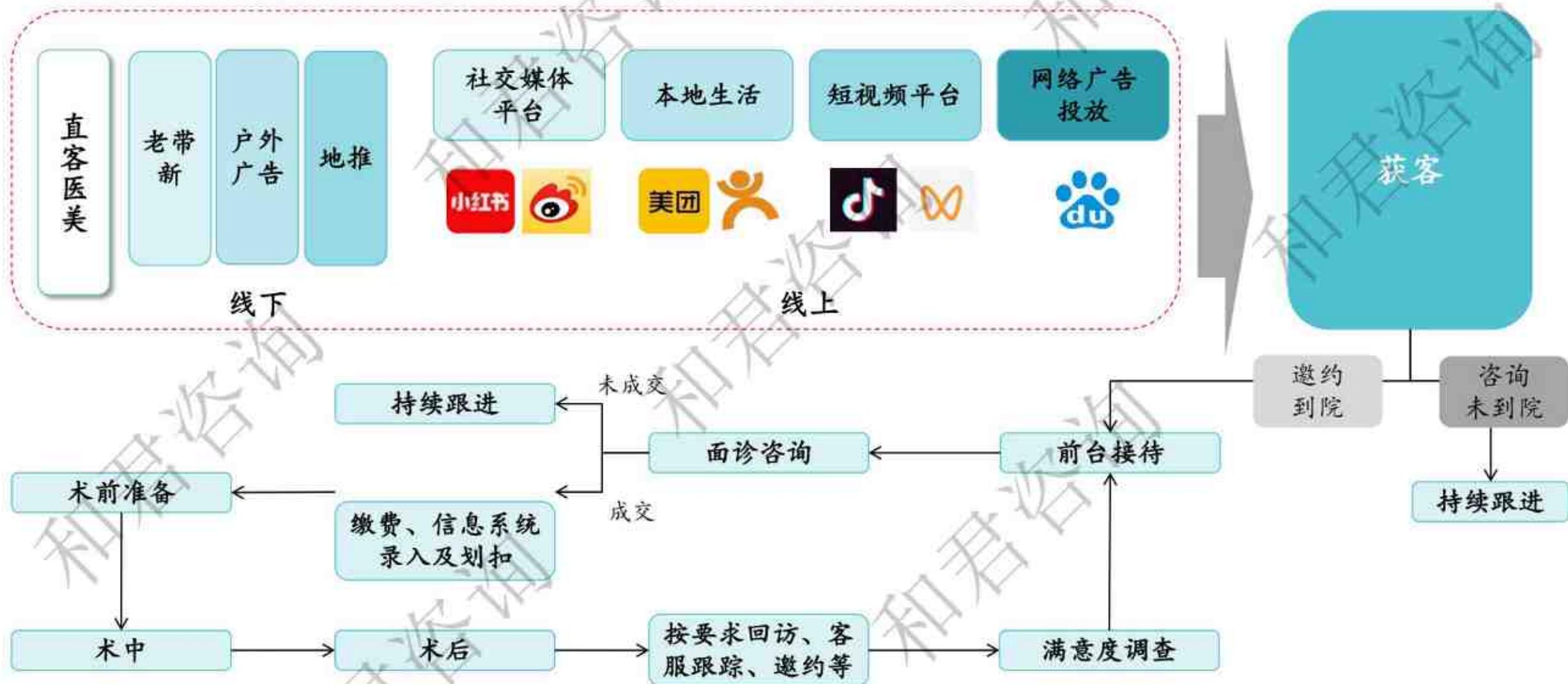
近90%的医美消费者会提前了解医生的营业资质。

数据来源：和君咨询

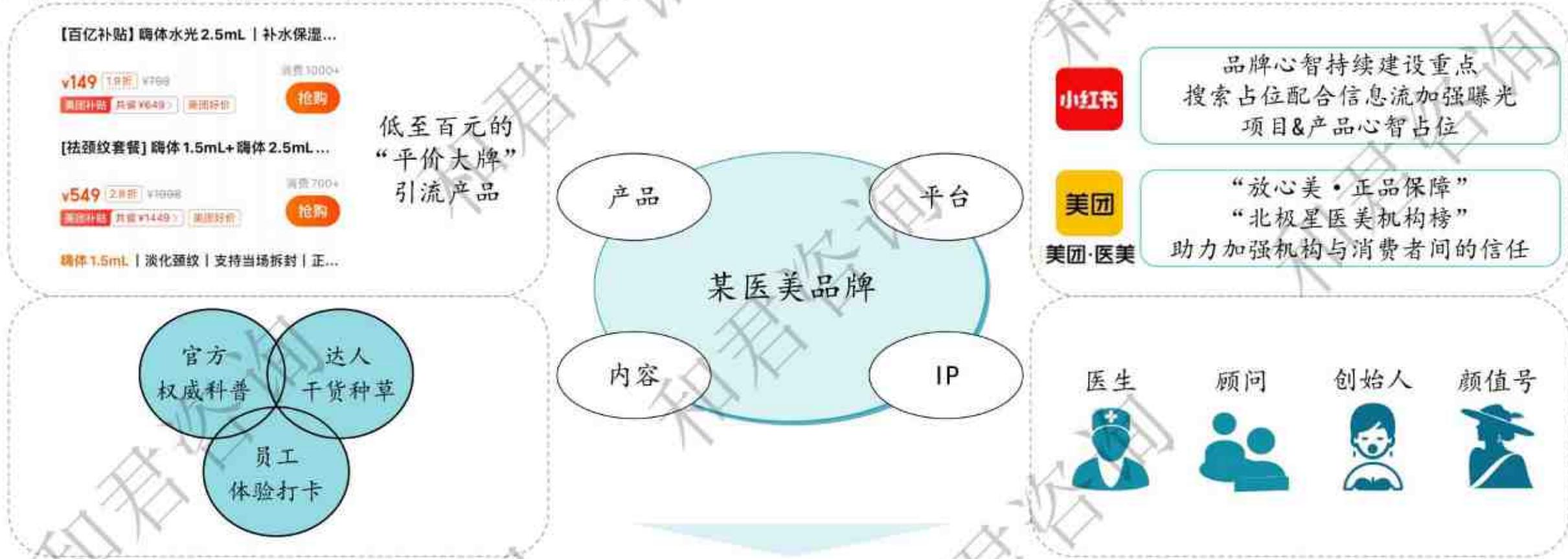
商业模式：根据获客策略的不同，医美机构可分为直客医美、分销医美和渠道医美三种模式。

	直客医美	分销医美	渠道医美
定义	指医美机构直接面向最终消费者进行营销和服务的模式。	是一种结合了会员制度和分销裂变机制的医美服务营销模式。	指医美机构通过合作伙伴或中介渠道来吸引和获取客户的模式。
模式	医美机构通过自身的营销渠道，如官方网站、社交媒体、广告宣传等，直接与潜在客户建立联系，提供咨询、预约和治疗服务。	消费者通过一次性消费达到一定金额成为会员，随后可以享受直推奖励等激励。医美机构通过鼓励会员推荐新会员实现用户增长。	医美机构与美容院、健身房、SPA中心等其他服务机构建立合作关系，通过分成或佣金的方式激励合作伙伴参与推广。
特点	<ul style="list-style-type: none"> • 强调品牌与消费者之间的直接沟通，需要较强的运营推广能力 • 前端引流投入大，获客成本高，客单价低，盈利受限 	<ul style="list-style-type: none"> • 通过建立会员体系，利用会员的社交网络进行口碑传播和裂变推广 • 尤其适用于具有高利润空间、高刚需性和高复购率的医美产品 	<ul style="list-style-type: none"> • 依赖合作伙伴的推荐和转介 • 为谋取高额返佣，可能存在过度营销和不实承诺 • 为降低成本，提供项目或产品存在以假充真等情形

商业模式-直客医美获客流程：直客医美通过线上和线下多渠道营销策略，直接与潜在客户建立联系，提供咨询、预约和治疗服务。



商业模式-直客医美引流策略：通过线上平台低价爆款产品吸引顾客，结合内容营销和IP种草提升品牌认知，引导顾客到店体验并促进二次消费升级。



平台×内容×IP×产品整合，规模化+精细化种草投资，持续提升品牌&产品认知



商业模式-分销医美：将每位消费者转化为品牌传播者，通过一级代理和二级代理的层级裂变，快速积累并维护大量忠实用户，解决传统医美行业获客难题，为机构带来稳定流量和品牌忠诚度。



商业模式-渠道医美获客流程：渠道医美机构要求高度的跨部门协作与组织协调能力，包括与合作门店的同频、美容导师的现场铺垫、咨询顾问的专业方案，各环节必须确保紧密衔接，以实现最终成单。



商业模式-渠道医美引流策略：围绕品牌造势、渠道伙伴、终端客户，举办各类针对性会议，以实现品牌势能提升、渠道伙伴同频、客户成交升单的三大核心目的。

面对行业提升品牌势能

面对渠道伙伴促进合作

面对终端客户促进成交

行业展览会

指医美行业的年度行业展会，参与该展会的主要目的是展现品牌形象。在展会上，各类厂商和品牌商会搭建展厅，通过展示自己的产品和服务来露出品牌实力，从而增强品牌的市场影响力。

年度演讲

通常指高层次的行业交流，旨在通过分享行业趋势和深度见解来提升品牌势能。演讲者可能是行业内的专家或品牌领导者，他们通过演讲来展示品牌的专业知识和行业洞察力。

招商会

指促进渠道合作而举办的会议，提供一个互利共赢的平台。在招商会上，行业从业者可以交流沟通，寻找合作伙伴，同时品牌方可以集中爆破合作门店，扩大品牌的影响力和市场份额。

技术训练营

指专业知识赋能教育大会，旨在提升从业人员的专业水平。通过训练营，品牌可以确保其服务的统一性和专业性，同时增强客户对品牌的信任和满意度。

客户见面会

指面对客人促进成交的主题式活动，围绕女性成长、文化品鉴、知识交流、女性魅力、心理疗愈、身心保养等主题，由专业老师进行授课。沙龙会提供了一个互动和学习的平台，有助于建立客户关系并促进成交。

小型饭局

指一种更为亲密的营销活动，通过维护感情和近距离沟通交流来促进成交。小型饭局有助于建立更紧密的客户关系，并通过集中爆破的方式促进销售。

VIP尊享服务

指一种高端的个性化服务，为重要客户提供深度陪伴和专属体验。这种服务通常针对高价值客户，通过提供定制化的服务来增强客户的忠诚度和满意度。

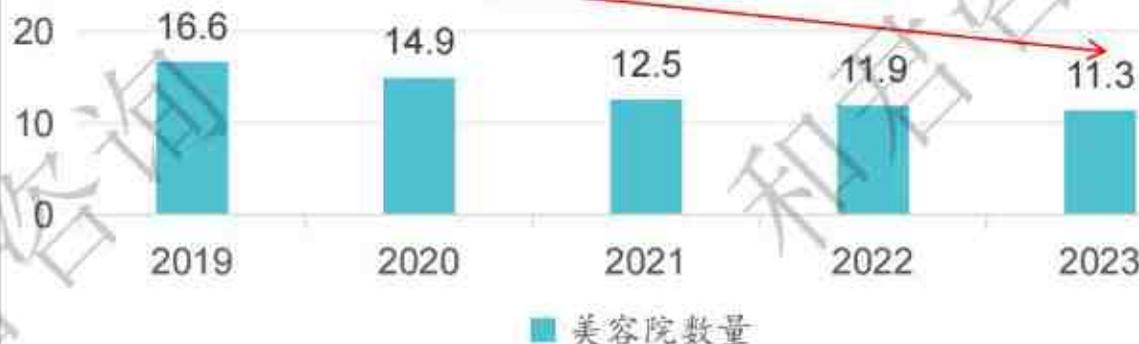
商业模式-渠道医美合作通路：美容院作为渠道医美机构的重要合作伙伴，数量正逐年减少，但市场规模仍有增长，行业正向连锁集中化转型，大型连锁门店占比提升，市场结构正持续优化。

2021-2025年中国生活美容市场规模
(单位：亿元)



美容院是中国生活美容市场的主要参与者，其市场规模增速正在逐年下滑，说明行业已进入成熟期。

2019-2023年中国美容院数量
(单位：万家)



美容院商家不同连锁规模门店数量占比



数据来源：商务部，上市公司财报，和君测算

商业模式-渠道医美合作通路：生美门店面临客流减少、客单价下降等压力，生美门店探索转型轻医美；医美机构延伸生美业务，通过生活美容引流培育顾客，借助医疗美容服务提升效果和客单价，促进双美融合发展。



生活美容

前端引流
培养客户

「双美」

医疗美容

效果交付
提升盈利



政策扶持：国家鼓励医美行业加速前沿技术产业化，促进技术融合与高端医美服务发展，同时规范专业培训与医师管理，确保服务的质量和安全。

时间	部门	政策	内容
2024年1月	国家七部委	《关于推动未来产业创新发展的实施意见》	加快 细胞和基因技术、合成生物、生物育种 等前沿技术产业化，推动5G/6G、元宇宙、人工智能等技术赋能 新型医疗服务 ，研发融合数字孪生、脑机交互等先进技术的高端医疗装备和健康用品。
2023年12月	国家发改委	关于支持横琴粤澳深度合作区放宽市场准入特别措施的意见（发改体改〔2023〕1730号）	支持高端医美产业发展。 鼓励境内外知名医疗美容机构落户合作区。合作区研究提出医疗美容产业发展需要的进口药品、医疗器械、化妆品企业和产品清单，协助相关企业开展注册。允许外籍高水平医疗美容医生按照有关规定进行医疗美容主诊医师备案后独立实施医疗美容项目。
2021年4月	国家发改委 商务部	国家发展改革委商务部关于支持海南自由贸易港建设放宽市场准入若干特别措施的意见	支持海南高端医美产业发展。 鼓励知名美容医疗机构落户乐城先行区，在乐城先行区的美容医疗机构可批量使用在美国、欧盟、日本等国家或地区上市的医美产品，其中属于需在境内注册或备案的药品、医疗器械、化妆品，应依法注册或备案，乐城先行区可制定鼓励措施。
2020年9月	国家卫健委	关于政协十三届全国委员会第三次会议第3439号	为落实《医疗美容服务管理办法》，规范各地医疗美容专业培训工作， 提高医疗美容主诊医师备案管理水平 ，保障医疗美容服务的质量安全，我委于今年7月印发《医疗美容主诊医师备案培训大纲》，促进相关人员提高技术和职业水平。



小结

- **预算：**大部分消费者计划维持或增加医美消费。
- **认知：**信息渠道多元化，消费者决策更理性。
- **决策：**安全、专业、体验是消费者关注焦点。

医美市场现状

- **痛点：**市场分散，多方参与竞争激烈；专业医生短缺，流动性大，政策不一致性构成挑战。
- **利好：**政策鼓励技术融合与高端医美发展；推动医美机构数字化，优化服务体验。

医美人群洞察

医美商业模式

- **阶段：**医美机构转向品牌价值驱动。
- **模式：**直客医美线上引流；分销医美整合优势吸引忠实用户；渠道医美依托合作网络维持客户输送。
- **趋势：**双美融合发展

目录

CONTENTS

01

医疗美容行业篇

02

男性医疗健康篇

03

私密医疗美容篇

04

医疗抗衰健康篇

05

上游材料设备篇

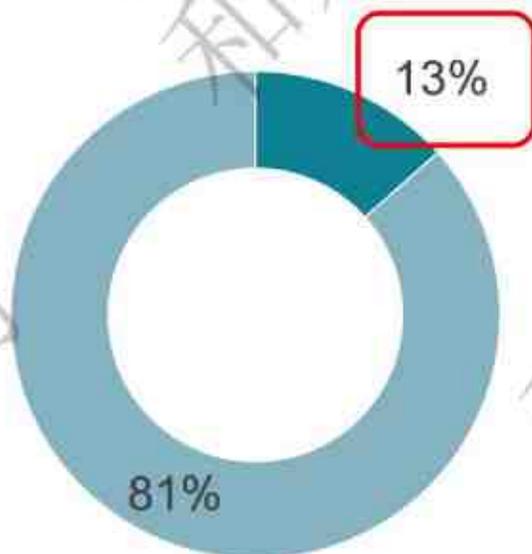
06

医美资本市场篇

男性医美用户：医美用户女性仍为消费主力，但近年来男性占比持续提升，已从13%上升到27%，男性医美市场热度逐渐攀升。

2021年医美用户性别分布

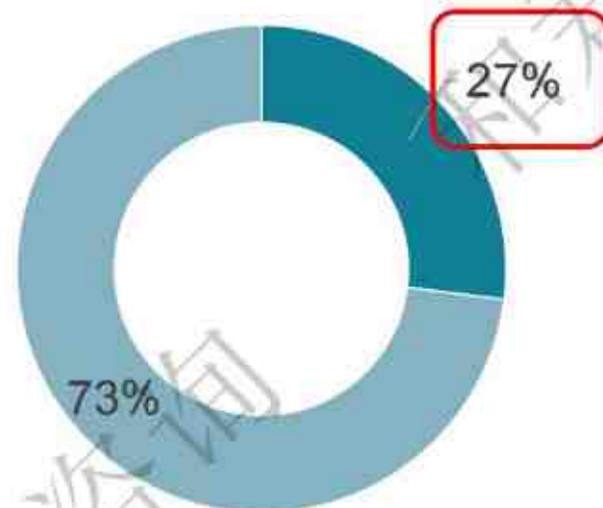
■ 男性 ■ 女性



2021年男性医美用户占整体13%，同比增长超65%，增幅高于女性

2023年医美用户性别分布

■ 男性 ■ 女性

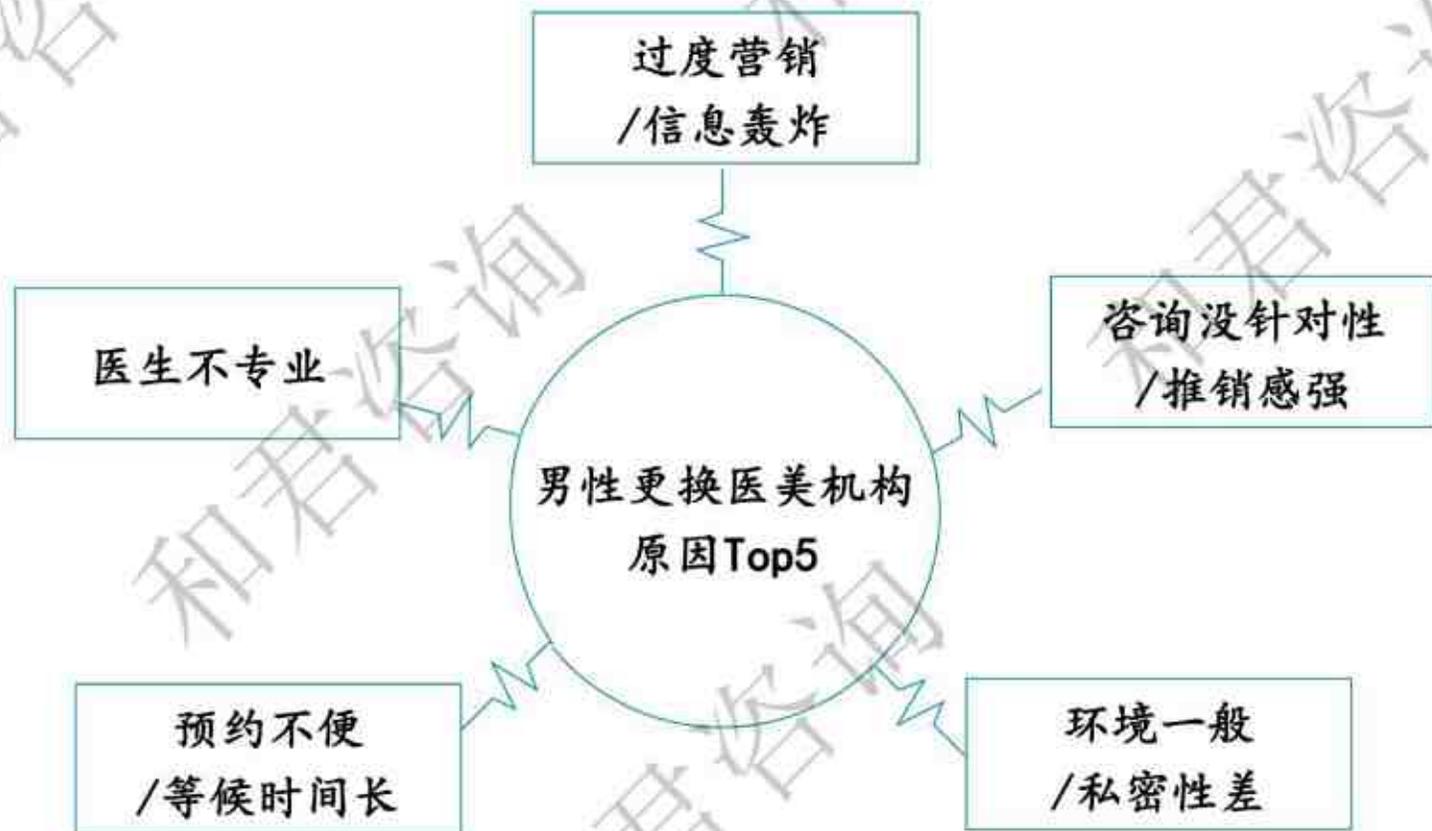


2021年的医美用户中，男女性的比例分别为13%和81%；2023年，男性用户占比达27%，男性占比持续提升，男性医美市场热度逐渐攀升。

男性医美用户：男性尝试医美消费多为他人建议，年轻消费者重视个人形象、成熟消费者有抗衰需求；同时男性更在意机构的环境和私密性，对过度营销和信息轰炸也更加敏感，他们倾向量身定制、体验舒适的咨询。

尝试医美的原因

- 医美服务提供方或伴侣的建议
- 90后、00后男生重视个人形象
- 高消费经济实力的中产男性，有抗衰等需求



男性医美竞争格局：随着男性医美市场的发展、男性用户的增加，一些大型连锁医美机构开始布局男性医美业务，与此同时，专门的男性医美机构涌现。

某男士美容医院

皮肤科

针对男性皮肤特点，提供专业的皮肤护理、痤疮治疗、抗衰老等服务

整形外科

开展眼部整形、鼻部整形、胸部整形等手术，帮助男性塑造完美身材

中医养生科

运用中医理论，提供拔罐、刮痧、针灸等传统养生项目

激光美容科

采用先进的激光设备，开展脱毛、去斑、紧致肌肤等项目

健身养生科

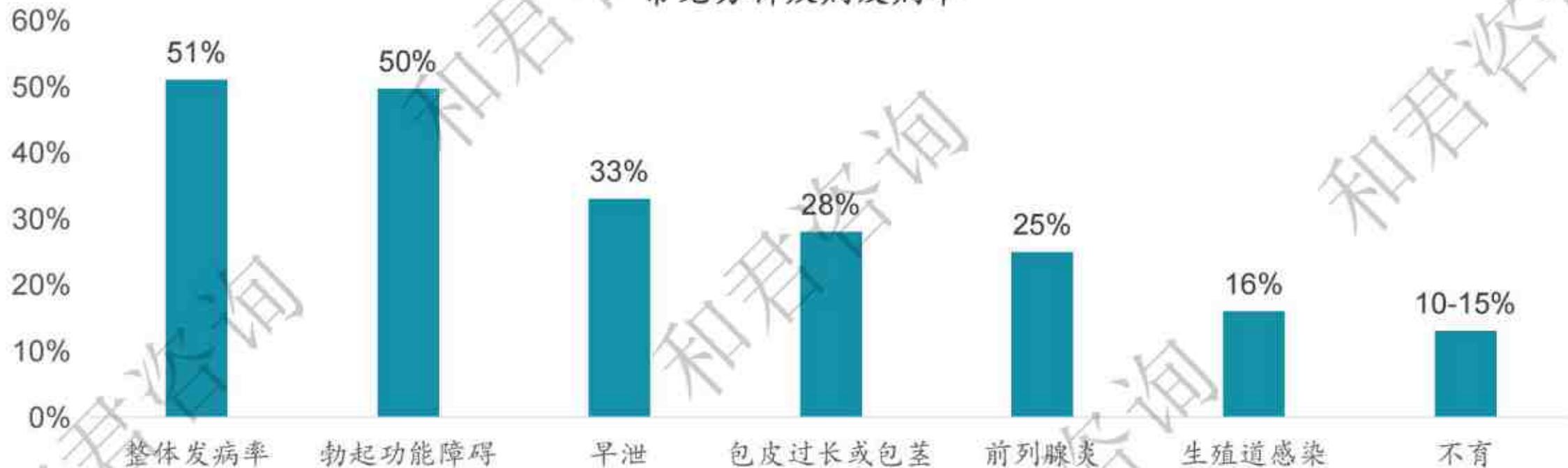
提供专业的健身指导、营养搭配等服务，帮助男性打造健康体魄

男科

提供男性私密相关医疗服务

男性私密品项：中国男科疾病的整体发病率高达51%，男性健康市场广阔，其中勃起功能障碍、早泄、包皮过长、前列腺炎等疾病的发病率较高；建议关注发病率突出的疾病和相关品项。

常见男科疾病发病率



男科疾病整体发病率高达51%，按照发病率从高到低排序，常见男科疾病主要包括勃起功能障碍（50%）、早泄（33%）、包皮过长包茎（28%）、前列腺炎（25%）、生殖道感染（16%）和不育（10-15%）

男性私密品项-手术类：为解决男性常见疾病，男性私密品项从包皮、阴茎、睾丸、尿道、前列腺、阴囊等部位着手设计；其中改善型品项为阴茎增粗延长与背神经切断，其余为治疗型。

包皮环切术

包皮环切术是男性私密整形中常见的项目之一。对于包皮过长或包茎的男性，通过手术切除过长的包皮，可以改善生殖器的卫生状况，降低感染风险，同时提高性生活质量。

阴茎增粗术

许多男性希望自己的阴茎更加粗壮，以增强性自信心和改善性生活质量。阴茎增粗术可以通过植入假体、注射自体脂肪或植入真皮组织等方式实现。

阴茎矫正术

阴茎矫正术主要针对阴茎弯曲、勃起不坚等问题。

阴茎延长术

采用内填外拔的缝合技术，使阴茎体外部分延长3-5厘米。这种手术不仅可使阴茎延伸至接近正常的长度，而且有正常的勃起和感觉功能。

阴茎背神经切断术

通过手术切断了部分感觉神经，引起阴茎头敏感性下降，神经冲动传入减少，从而使支配射精的神经达到兴奋阈值的时间延长。

阴茎假体植入术

阴茎假体植入术又称阴茎支撑体植入术，是将阴茎假体或支撑体植入阴茎海绵体腔内，取代海绵体丧失的膨胀、勃起、支撑阴茎功能，使患者重新得性行为的能力，以治疗勃起功能障碍。

男性私密品项-注射类：通过注射药物来达到治疗效果，主要包括阴茎增粗、阴茎延长、早泄治疗、睾丸整形、阳痿治疗、阴茎弯曲治疗等类别。

阴茎弯曲治疗注射

通过注射药物或材料来软化或填补阴茎组织中的斑块和瘢痕，从而减少阴茎的弯曲程度

阴茎增粗注射

通过在阴茎注射自体脂肪或透明质酸等材料，实现阴茎周长均匀增粗2~3厘米

阴茎延长注射

通过在阴茎注射自体脂肪或透明质酸等材料，增加阴茎的长度2-3cm

阳痿治疗注射

通过注射血管活性药物来促进阴茎勃起

睾丸注射

通过注射透明质酸或其他材料，增加睾丸体积，提高男性自信心

早泄治疗注射

通过注射局部麻醉药或磷酸二酯酶-5抑制剂，降低阴茎头敏感度，延长射精时间，提高性生活质量

男性私密竞争格局：中国男科诊疗存在系统性问题，公立医院设立男科的较少，专职男科医生少，民营医院水平参差不齐，患者也尚需科普教育。



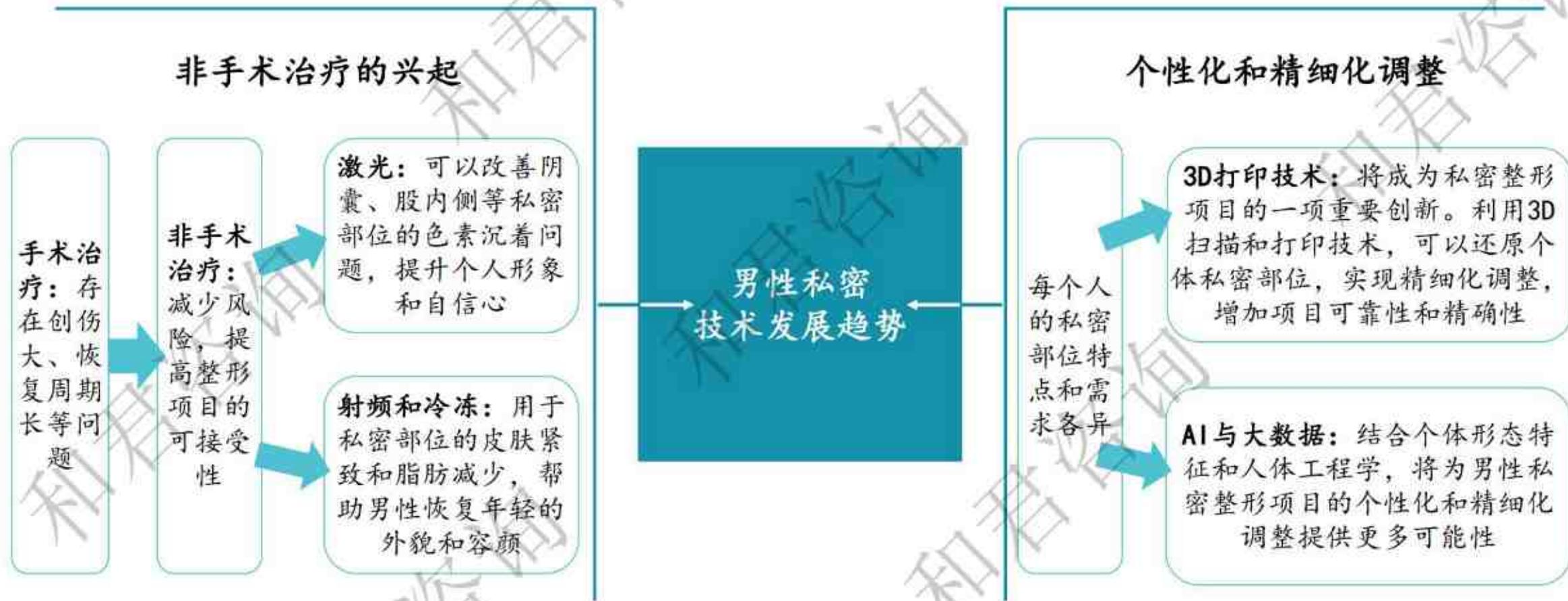
数据来源：果壳

男性私密竞争格局-公立医院：勃起功能障碍、早泄治疗、男性不育、前列腺相关治疗、阴茎整形、包皮整形为较常见品项。

部分医院示例

医院/品项	勃起功能障碍/阴茎假体植入	早泄治疗	精索静脉曲张	男性不育(无/少/弱精)	前列腺相关	血精血尿	阴茎整形	包皮整形	尿道修复
北大一院	√	√	√	√	√	√	√	√	√
北大三院	√	√		√	√				
上海交大仁济医院	√	√		√	√	√	√	√	√
中大孙逸仙医院	√	√	√	√	√		√	√	√
中大三院	√	√	√	√	√	√	√	√	√

男性私密技术：激光、射频、冷冻等非手术治疗的兴起，减少了手术风险；此外，新型创新技术帮助实现对男性私密部位的个性化与精细化调整。

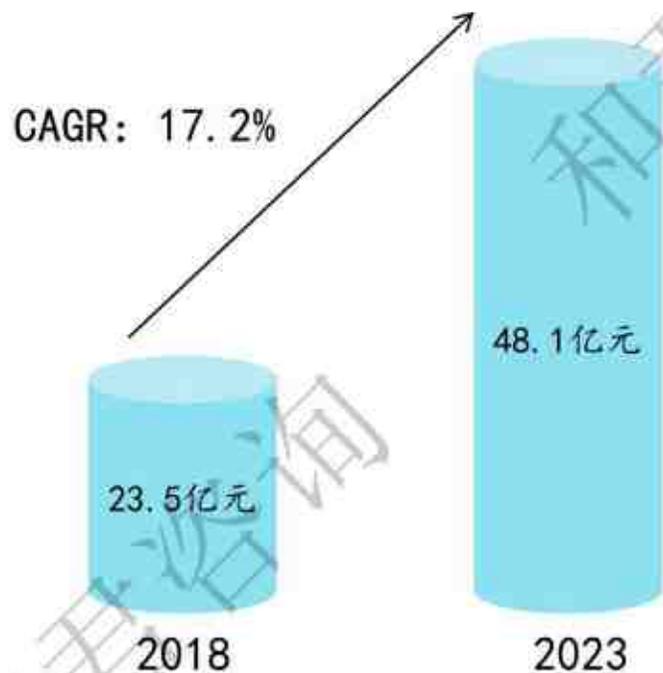


男性私密政策动态：中国男科发展目前处于萌芽期，国家从2019年起逐步重视，通过打造人才计划、单独学科、重大专项、大数据平台、编写指南等举措，促进男科学科建设、人才培养、规范化诊疗，提升男性健康服务能力。

日期	事件
2019年3月	中华医学会男科学分会发起“中国男科强基层燎原工程”“中国男科青年人才菁英计划”
2019年10月28日“男性健康日”	国内首家三甲医院的男性健康管理中心——中山大学附属第一医院男性健康管理中心正式成立，在其带动下全国各地、各级公立医院陆续单独设立男科。
2020年8月	国家卫生健康委医药卫生科技发展研究中心专门设计了重大专项适宜技术真实世界研究推动男科学科建设
2020年10月	中国初级卫生保健基金会下设立的“关爱男性健康”公益基金发起“万名基层男科人才培养计划”“千名青年骨干男科医师提升计划”
2021年9月	我国首个男性健康大数据平台正式启动建设
2023年5月	中华医学会第二十二次全国男科学术会议召开，主题为“规范诊疗、培育人才、加强研究、促进转化——构筑男科学发展新生态”，会上发布了《男科疾病诊断治疗指南（2022版）》等重要文件，推动了男科学规范化发展
2023年11月	中华中医药学会男科分会第二十三次学术大会在北京召开，主题为“新时代 新男科”，旨在促进男科学术发展，提高男科医师的临床与科研水平

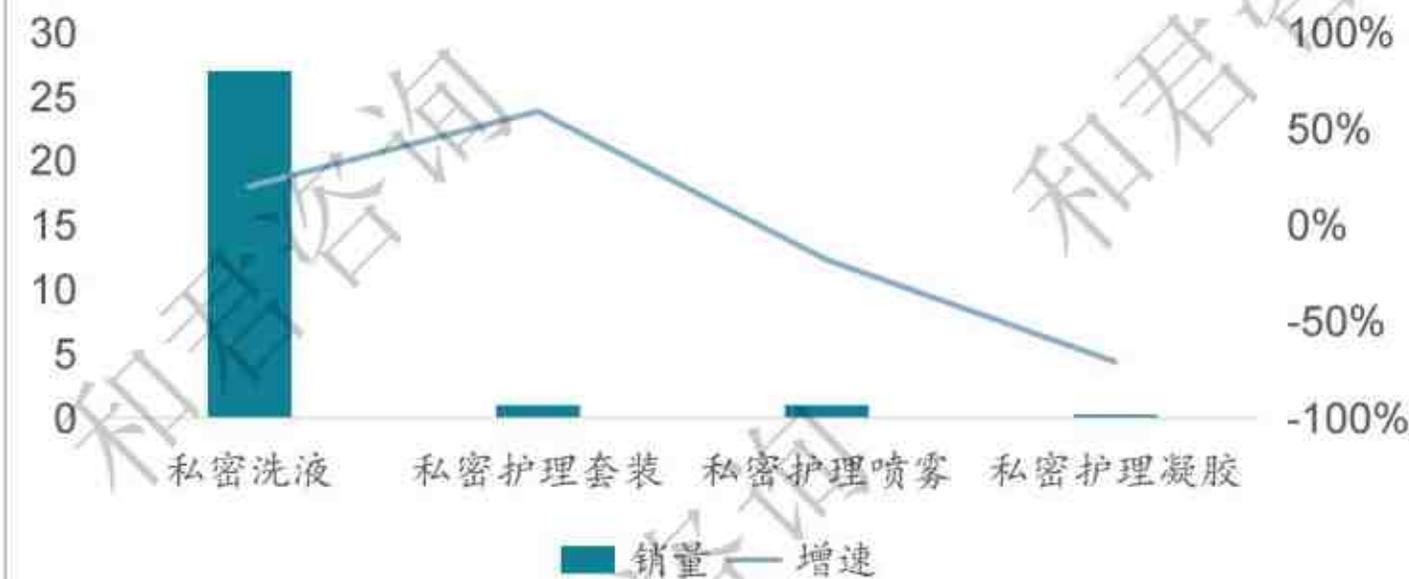
男性私护产品市场规模：男士私护产品市场规模保持快速增长，2023年达48亿元；男士私护产品中，私密洗液、私护套装增长迅猛，其中私密洗液贡献绝大部分销量。

男士私护产品市场规模



2018年男士私护产品市场规模为23.5亿元，2023年市场规模已达48.1亿元，年复合增速超17%

2021.9-2022.8男士私处清洁细分品类销量及增速 (万件)



从男士私护细分品类来看，私密洗液的销量遥遥领先，增速也较高，占据绝对主导地位，私密护理套装虽然销量较低，但增速最快。

男性私护产品种类：男性私护产品中，拥有止痒、抑菌、滋润、杀菌、保湿等功效的男性私护产品销量处于领先地位，但近年来人们对清爽、清洁和祛味等功效更加关注，此类产品增速迅猛，预计未来销量将快速攀升。

2021.9-2022.8男士私密洗液销量TOP10功效



从销量来看，止痒、抑菌、滋润、杀菌、保湿等男士私密洗液功效最受消费者欢迎，销量领先，但增长速度已放缓；而清洁、去异味、清爽等功效当前销量相对较低，但增速快，空间较大。



小结

- 轻医美项目受男性欢迎，去皱抗衰类光电项目关注度高。
- 男性私密品项需求增长，阴茎增粗延长与背神经切断等改善需求明显

- 男性医美市场竞争激烈，连锁医美和专业机构涌现。
- 男性私密护理市场中，清爽、清洁、祛味产品受青睐。
- 政策支持男性健康服务发展。

用户趋势

- 男性医美用户占比上升，偏好私密性、定制化和自然效果。
- 男性私密市场渗透率低，但市场潜力较大。

项目偏好

技术发展

- 非手术治疗技术减少手术风险，提高治疗效果
- 3D打印等新技术在医疗过程中助力实现个性化调整。

市场与政策

目录

CONTENTS

01

医疗美容行业篇

02

男性医疗健康篇

03

私密医疗美容篇

04

医疗抗衰健康篇

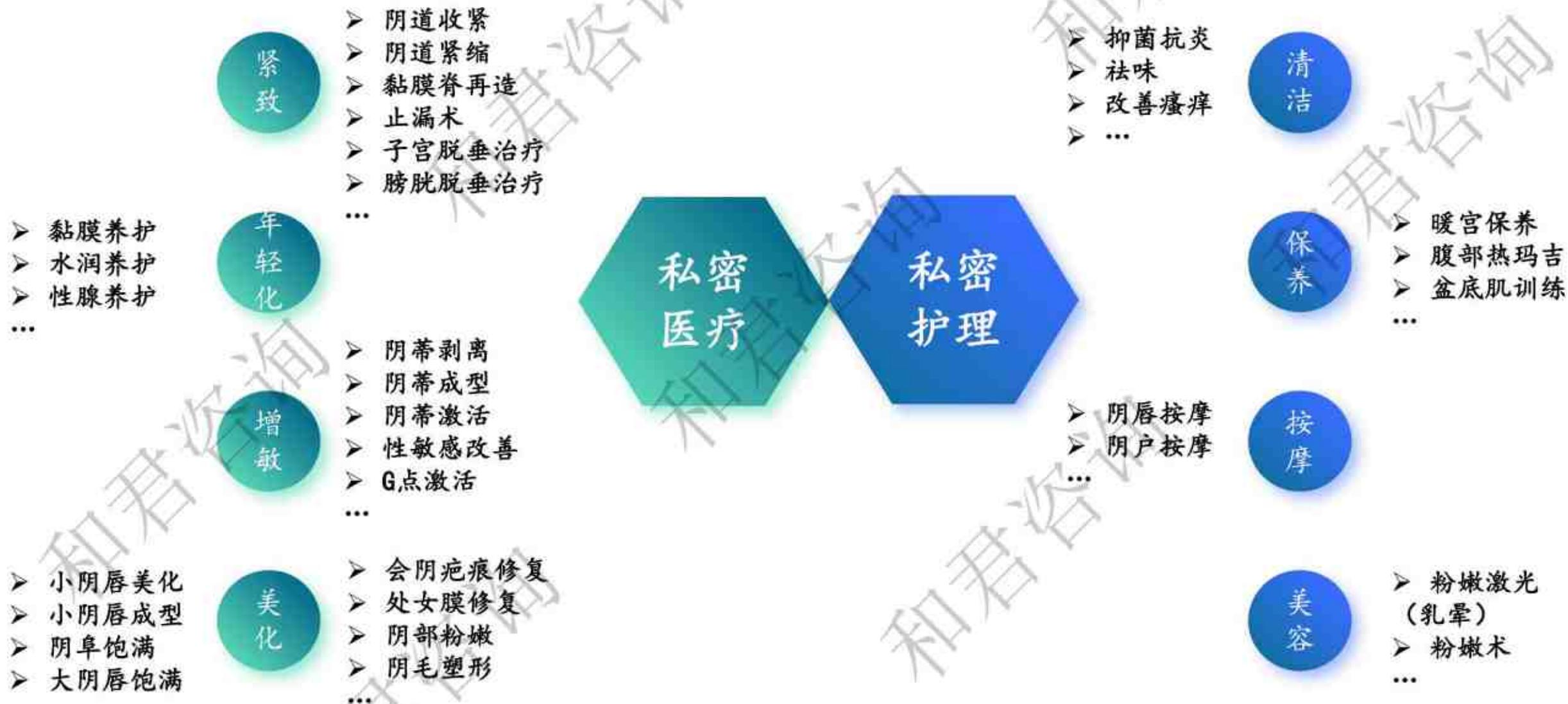
05

上游材料设备篇

06

医美资本市场篇

分类：私密医疗项目分为紧致、年轻化、增敏、美化等，私密护理项目分为清洁、保养、按摩、美容等。

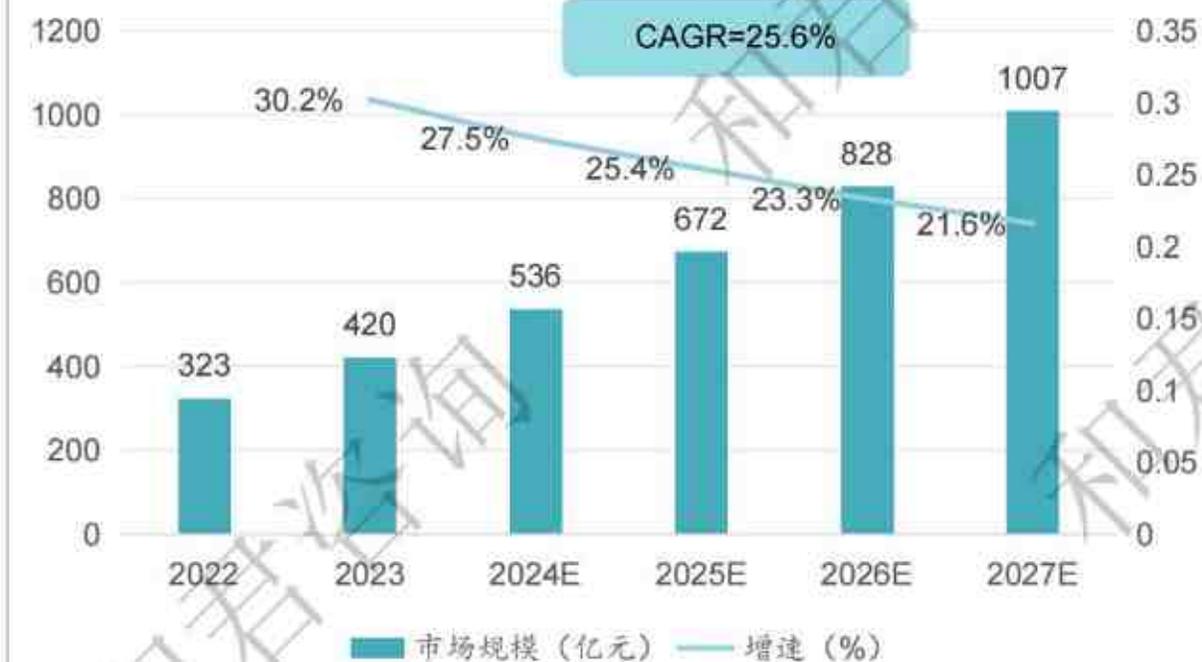


私密产业链：从产业链来看，私密医美产业包括上游的私密产品和器械生产商，中游的私密医美服务机构、教育机构，下游的私密医美消费者。



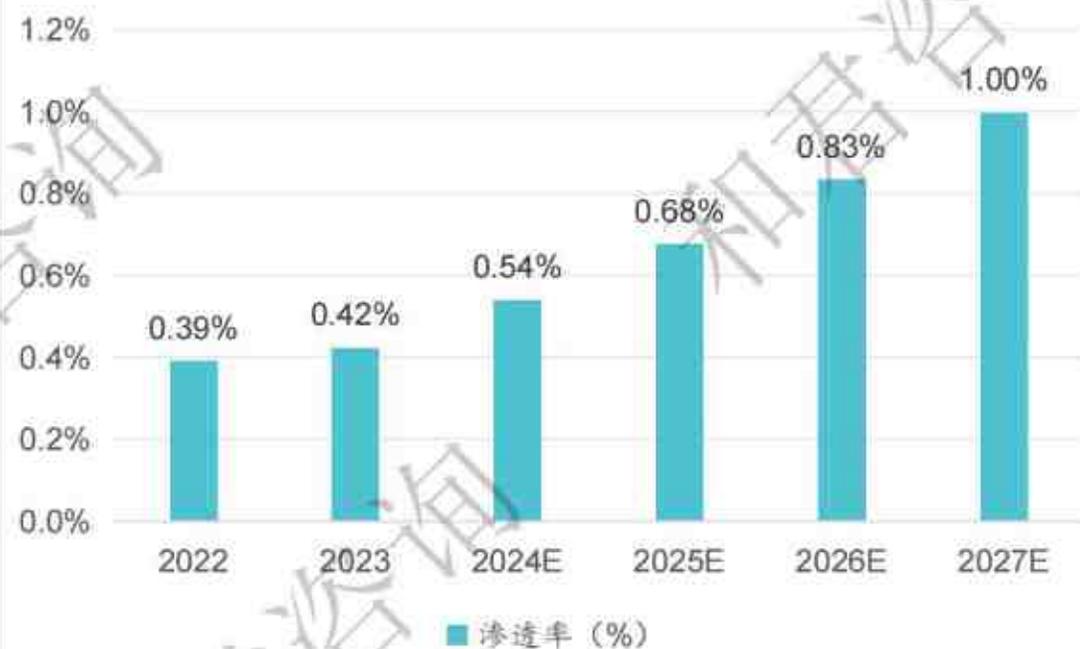
私密市场规模：中国私密医疗美容市场规模超420亿元，并保持超GDP四倍的增速增长，伴随渗透率提升，私密医美正成为高潜力的新兴市场赛道。

2022-2027年中国私密医疗美容市场规模



2023年，中国私密医疗美容市场规模达到420亿元，预计到2027年，市场规模将达到约1007亿元，预测期间的年复合增长率为25.6%。

2022-2027年中国私密医美市场渗透率



2023年，医美消费者中接受私密手术的比例为9.4%，通过估算，私密医疗美容的渗透率大约为0.4%。

用户洞察：从解剖学角度看，生殖道、泌尿道、性功能、肠道等多方面的私密问题构成了四大女性私密需求，即阴道紧致度、性敏感度、整体私密区域的年轻化以及外生殖器美观性。

01

生殖道

阴道褶皱消失
分泌物减少，干涩
灼热，刺激

02

泌尿道

尿失禁
尿频尿急
尿道疼痛

03

性功能

水润度差
性交疼痛
敏感度下降

04

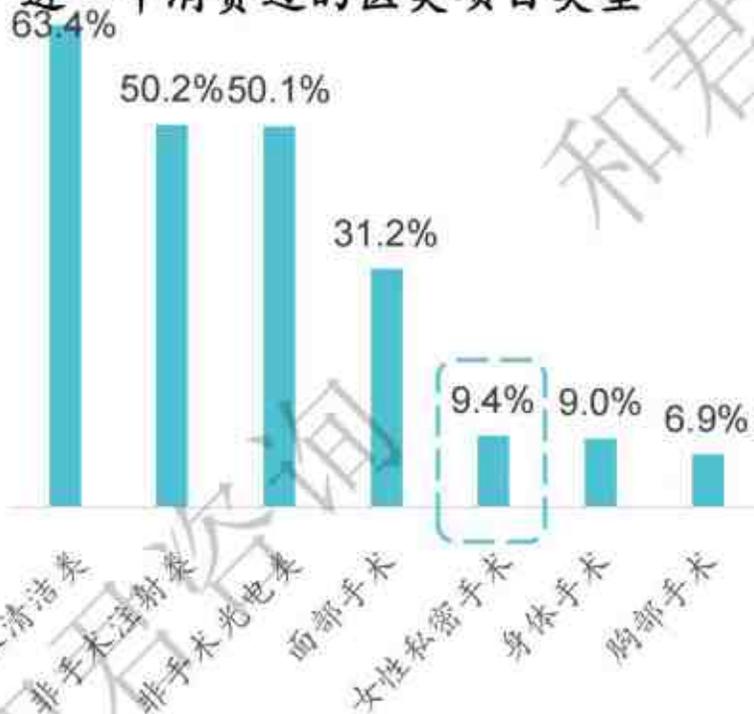
肠道

排便障碍
功能性便秘
直肠或肛门脱垂

紧致度 敏感度 年轻化 美观性

用户洞察：医美消费用户中近10%的人消费过女性私密项目，随着私密渗透率上升，越来越多人了解过私密，市场认知度提高，未来市场空间广阔。

近一年消费过的医美项目类型



有9.4%的人消费过女性私密项目。

数据来源：和君咨询

对女性私密医疗项目认知程度

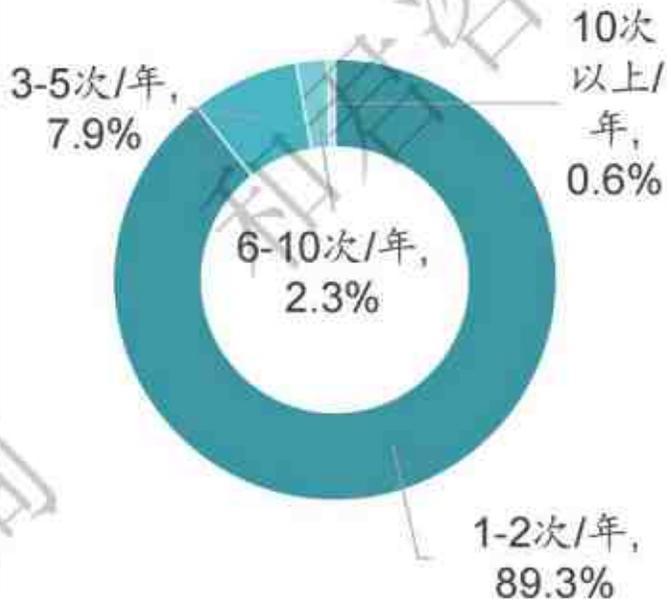
了解，做过女性私密医疗项目，
17.2%

基本不了解，
21.4%

了解过，但未做过女性私密医疗项目，
61.4%

大部分人没有做过女性私密项目，但近80%的人了解过。

做过女性私密医疗项目的频次



绝大多数人女性私密项目的频次较低，一年1-2次。

项目需求-紧致：私密紧致需求具有多样化解决方案，手术类项目就包括埋线法、3D生物束带法、两侧路法及后侧入路法四种常见技术。

术式	方法	优点	缺点
埋线法阴道紧缩术	阴道黏膜下层环周埋置弹性的硅胶线或不可吸收线，调整到合适张力打结收紧	创伤小，手术时间短，恢复快	阴道弹性差，手术效果持续时间短；并发症发生率高；尿道损伤、植入物外露、包膜挛缩、感染
3D生物束带阴道紧缩术	条形ADM埋置于阴道后、侧壁下半部的黏膜层及会阴体皮下，合适张力后固定；生长，不被降解，较埋线更持久	ADM有新生血管和成纤维细胞，不被降解，较埋线更持久	费用高；并发症直肠损伤；移植物排异外露，感染；对阴道口外形及会阴体塌陷处理不够；无法确切加固肛提肌
两侧路法阴道紧缩术	阴道两侧壁紧缩阴道两侧肛提肌	不易损伤尿道、直肠；不影响性敏感点；紧缩范围大，疗效明显	出血、血肿风险高；阴道内感觉可能减退；不能改善阴道后壁及会阴体缺陷
后侧入路阴道紧缩术（切除黏膜、保留黏膜）	阴道后壁U型/梭形切口，切开/切除阴道黏膜，在阴道全层下/黏膜下潜行剥离，分层缝合肛提肌，折叠阴道黏膜，缩小阴道内径	手术效果好	手术较复杂，手术出血多，副损伤几率大；术后恢复时间长；对术者要求高

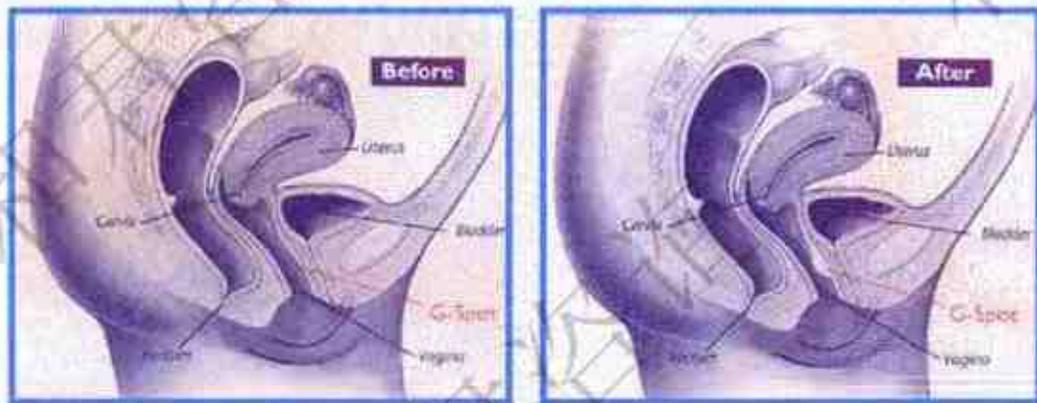
项目需求-紧致：再生材料注射治疗作为提升阴道紧致度的有效手段，广泛应用PLLA、ADM、PDLLA等材料，通过微创方式实现组织再生与结构紧致。

材料	作用机制	适应人群	功能效果	作用层次	使用剂量	维持时间
PLLA	通过生物刺激后的炎症反应，降解成乳酸，从而引起成纤维细胞激活，刺激其自体胶原蛋白（先III型后I型）的再生	阴道松弛，会阴区域全层次的抗衰	私密紧致度提升，内阴全段收紧，组织充盈饱满，提升性敏感度	内/外阴全层	结合临床	12-24个月
ADM	具有多孔结构的微粒，需要与玻尿酸复配后注射，会诱发周围组织的再生。再生过程起始于人体周围的细胞向多孔支架中攀爬、根植；根植的细胞经过增殖分化会形成新生血管管等，相关细胞会分泌形成胶原蛋白	内阴松弛，阴道组织下移，内肌肉衰老	改善原生组织弹性，改善漏尿松弛症状，预防私密衰老，预防盆底功能障碍	内外阴深层，支撑填充	结合临床	12-24个月
PDLLA	以异物反应引起的炎症现象为主，诱导衰老巨噬细胞和衰老皮肤中M2巨噬细胞极化和白细胞介素（IL）-10表达增加。这些变化可以减少脂肪组织衍生干细胞（ASC）的衰老并增加其增殖	阴道松弛，改善私密区域衰老问题	通过注射达到局部的收紧效果，组织微充盈饱满，从而也可以提升性活力和敏感程度	内外阴	结合临床	12-24个月

项目需求-增敏：在私密增敏类项目中，常见的有G点注射（G-Shot）和O-Shot。G-Shot专注于阴道内G点区域，而O-Shot则涉及更广泛的阴道外的特定区域。

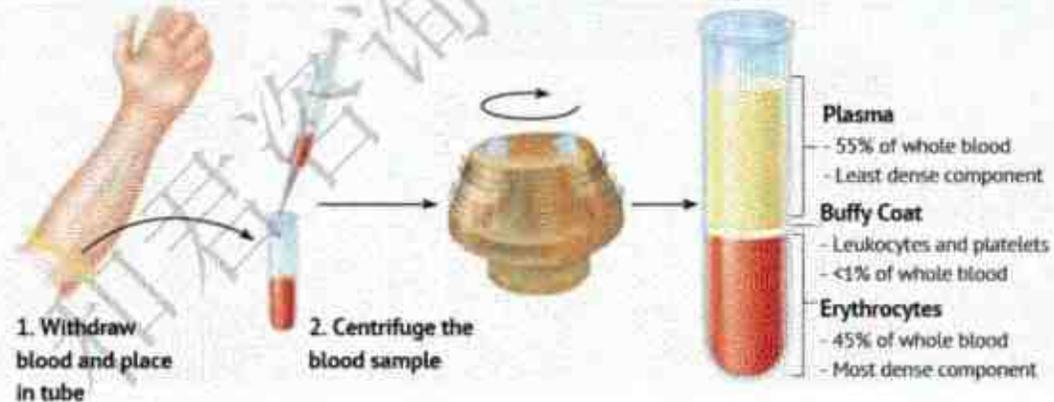
G点注射（G-Shot）

- G-shot指在阴道内G点上注射玻尿酸、胶原蛋白或填充自体脂肪，可以提高G点的敏感度。
- G点是个别女性阴道前壁上的一个敏感区，大约位于耻骨后和宫颈前的中间部位，沿着尿道的走向接近膀胱颈处。受到刺激时G点可以膨大，未受刺激时却很难触摸到。



O-Shot

- O-Shot指通过从患者自身抽取血液并分离出血小板富集的血浆（PRP）。这种富含生长因子的血浆随后被精确注射到阴道靠近阴蒂的特定区域，促进该处新细胞的生成，从而增强感觉敏感度。
- "O-Shot"的目标是通过注射血液来增加阴蒂充血，从而提高阴道及其周围区域的敏感度。



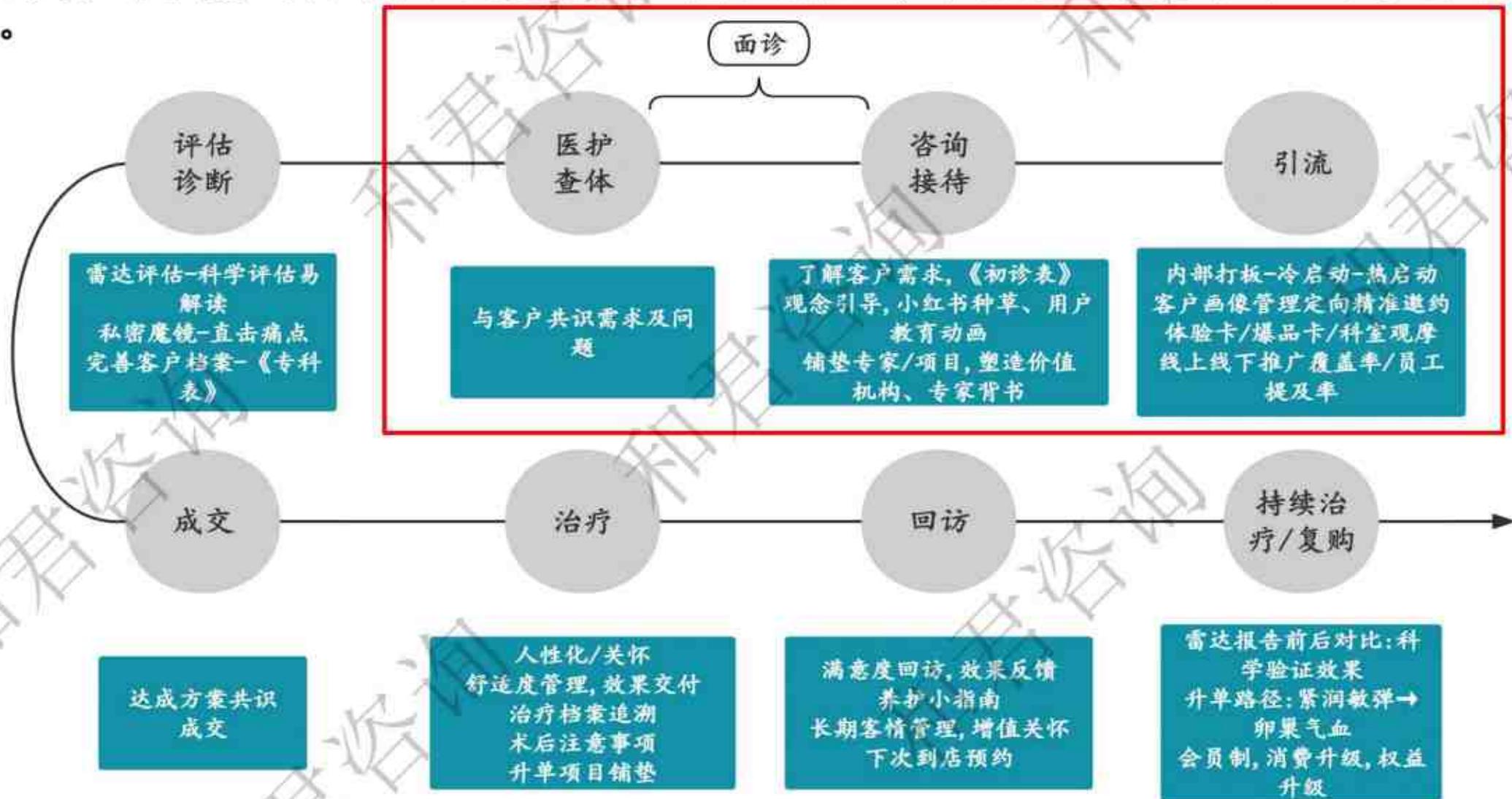
项目需求-年轻化：注射针剂项目已成为改善私密年轻化的有效手段，市场上主要的注射材料包括胶原蛋白、水光和玻尿酸等。实践中，医生会根据患者的临床症状和个体差异，综合考虑材料选择和治疗方案。

	胶原类	水光类	玻尿酸	外泌体	葡聚糖
主要成分	III型胶原蛋白/IX VII型胶原/I型胶原（不含凝固剂）	非交联透明质酸钠/动能素/胶原水光	非交联	外泌体	B-葡聚糖
产品适用	<ul style="list-style-type: none"> 滋养效果明确，可增加粘膜厚度及弹性，有效改善干涩，提升水润度，增强免疫力等 可改善外阴肤质/肤态，辅助增强肤色改善 可做性功能改善，如敏感区注射 可用作会阴体修复治疗 	<ul style="list-style-type: none"> 可改善粘膜厚度及水润度； 滋养效果好，搭配光电及化学焕肤等，坚持“三联”治疗，可有效改善外阴肤质肤态，对肤色也有辅助改善效果，注意做好疼痛管理，尤其是含有美白成分的产品； 也注意合规性及适应症选择 	<ul style="list-style-type: none"> 可有效改善阴道内水润度及外阴肤质/肤态； 代谢快，维持时间短 	<ul style="list-style-type: none"> 修复效果好，改善水润，敏感度及内环境； 水剂，不易栓塞 	<ul style="list-style-type: none"> 增容，改善肤色，对粘膜厚度，水润度等有改善； 偶有过敏； 注意适应症选择
操作难度及针规	较易，30G（黄色），32G（绿色），长度为4mm，13mm，25mm，外阴可用34G（紫色）针头		较易，30G（黄色），32G（绿色），长度为4mm，13mm，25mm，外阴可用34G（紫色）锐针	较易，常规选择18G钝针，也可选择同号注脂针	较易

项目需求-美化：私密美化通常指对小阴唇肥大、大阴唇或阴阜萎缩、会阴体撕裂、处女膜破裂以及色素沉着等问题的改善，通过手术、光电或注射等方式治疗均较为常见。

外科手术	光电	注射
<ul style="list-style-type: none"> • 处女膜成形术：重建处女膜残留和（或）阴道黏膜 • 会阴体成形术：联合阴道紧缩术/小阴唇整形术的阴唇后联合重建手术、联合小阴唇手术的阴唇后联合重建手术 • 阴阜成形术 	<ul style="list-style-type: none"> • 脱毛：长脉宽翠绿宝石激光、半导体激光、长脉宽Nd：YAG激光、IPL • 改善色素沉着：CO₂点阵激光、Q开关激光、皮秒激光 • 外阴硬化性苔藓：CO₂激光 • 外阴血管角皮瘤：长脉宽Nd：YAG激光、CO₂激光 • 汗管瘤：CO₂激光 • 脂溢性角化病：CO₂激光、Q开关激光 • 皮赘：CO₂激光 	<ul style="list-style-type: none"> • 大阴唇丰盈术：自体脂肪移植、注射填充剂（透明质酸、童颜针、PRP、胶原蛋白、ADM微粒、脂肪 • 色泽质地改善：PRP、童颜针、胶原蛋白）、非交联透明质酸 • 抗炎免疫，抑制黑色素形成：外泌体（ECM）

私密医美机构-接诊流程图：私密医美的面诊流程是建立客户信任关系的核心环节，其专业性和流畅度对于推动成交和确保客户治疗体验至关重要。与面部医美相比，私密项目更侧重于耐心的沟通和情绪价值的传递。



私密医美机构-引流：私密医美机构的引流策略应综合内部员工培训、客户画像管理、体验卡推广及线上线下营销。通过员工激励确保服务质量，利用客户数据分析实现精准邀约，提供体验卡增加初次接触，以及通过多渠道推广提升品牌覆盖率和员工提及率，共同构建有效的引流体系。

内部打板-冷启动-热启动

通过内部员工的培训和激励，确保服务质量和客户体验，从而在初期通过口碑和推荐实现冷启动。随着客户基础的增长，逐步过渡到热启动，通过更多的营销活动和推广提升项目普及度

客户画像管理 定向精准邀约

收集和分析客户数据，建立详细的客户画像，包括客户的年龄、性别、消费习惯等，从而实现精准营销和个性化服务。利用这些数据，可以定向邀请潜在客户参加特定的活动或体验服务

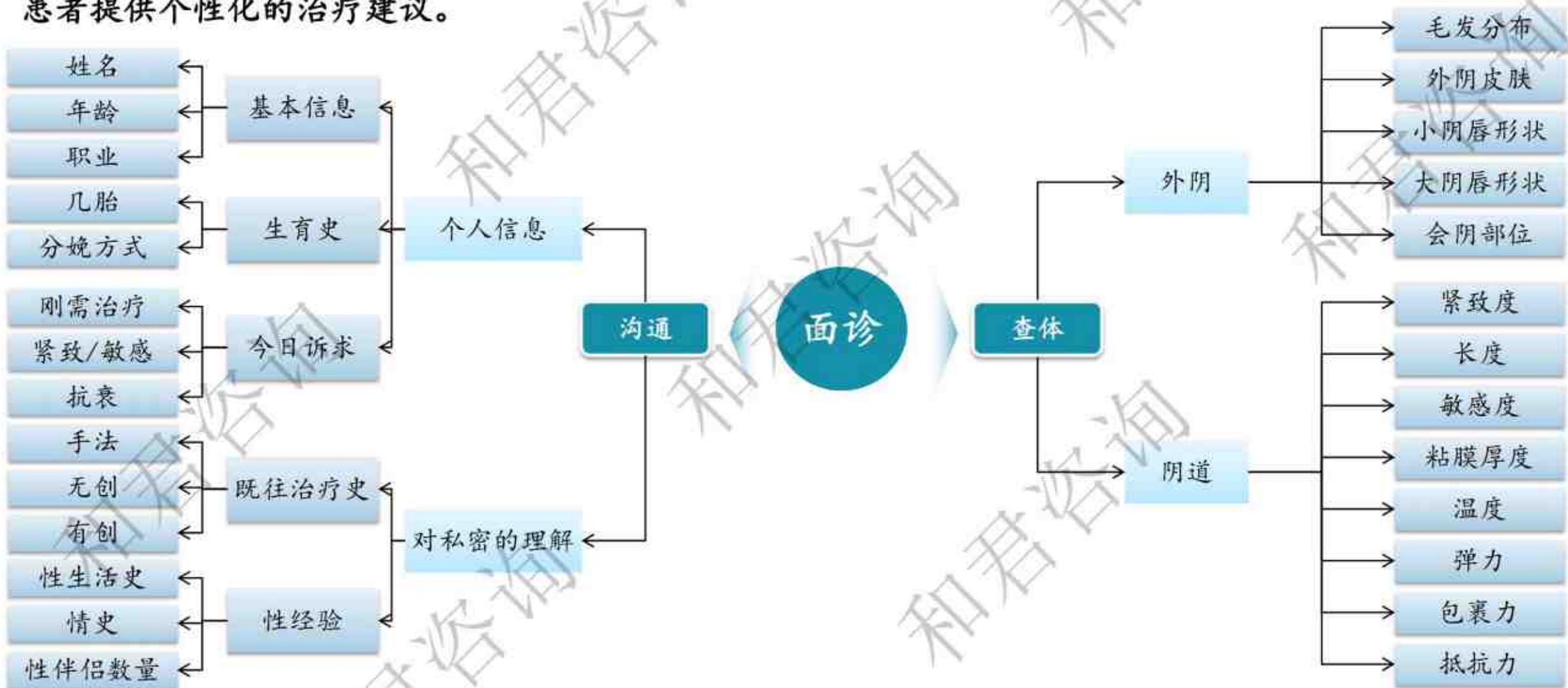
体验卡/爆品卡/ 科室观摩

提供体验卡或爆品卡，让潜在客户以较低的成本体验医美服务，增加客户的初次接触和信任。同时，可以组织科室观摩活动，让客户更直观地了解服务流程和医疗环境，增加透明度和信任度

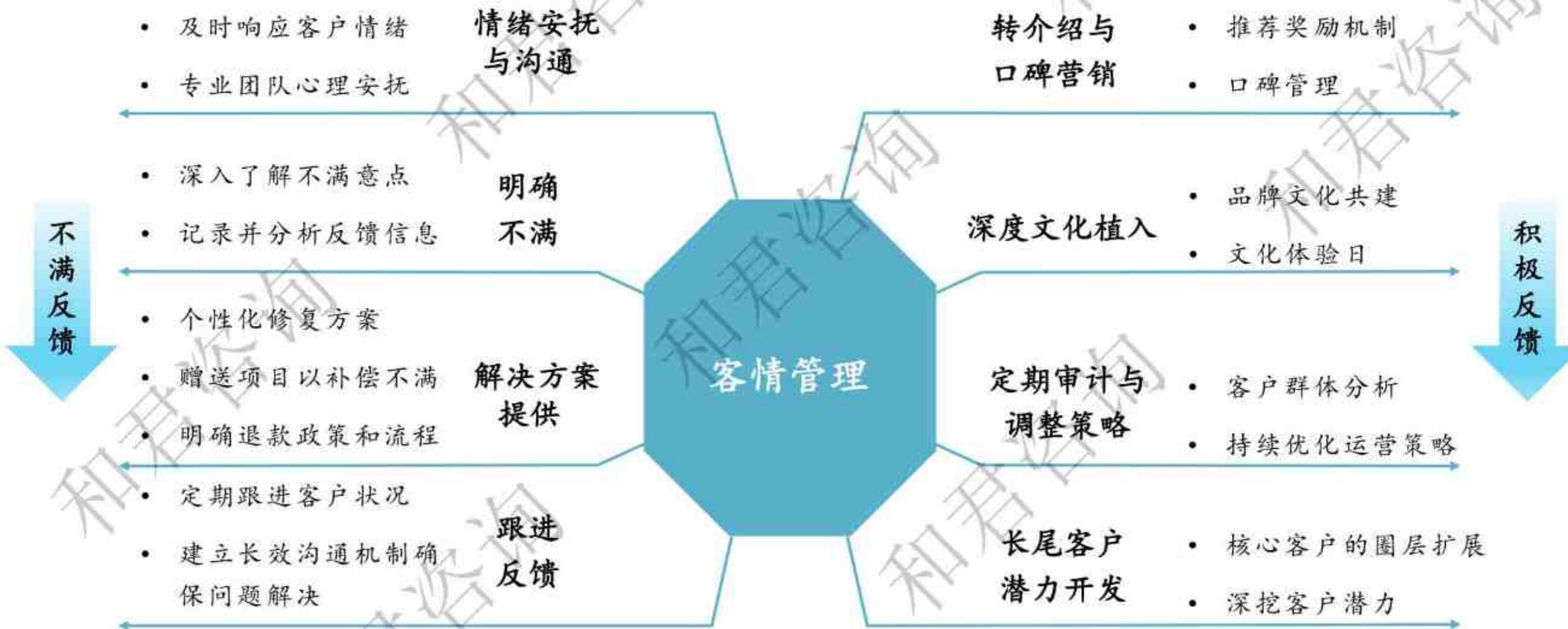
线上线下推广覆盖/ 员工提及率

结合线上营销和线下活动，提高推广的覆盖率，如社交媒体、搜索引擎广告、社区宣传等方式增加曝光。同时，通过员工的社交网络和口碑传播，增加机构的知名度和影响力

私密医美机构-面诊：面诊流程不仅包括了咨询沟通，深入了解患者的需求和期望，还涉及查体诊断，确保治疗方案的科学性和有效性。通过细致的面诊，医生能够结合诊断报告结果，深度挖掘客户需求，为患者提供个性化的治疗建议。



私密医美机构-长期客情管理：客情管理应针对正负反馈采取差异化策略。积极反馈时，通过奖励机制和文化体验巩固忠诚度；不满时，迅速安抚情绪，明确问题，并提供有效解决方案。持续的客户群体分析和运营策略优化是提升服务体验的关键。



政策监管：私密医疗行业机遇与挑战并存，行业存在监管环境严苛、资质门槛相对较高和宣传推广难的挑战。因此，唯有规范运营、资质完备、持续加大技术创新和研发投入、并在产品与服务上表现卓越的企业，方能在竞争中脱颖而出。

视频号医美内容管控

微信视频号限制了私密护理、激光脱毛类商家的经营权限，同时禁止了私密美容及私密护理相关产品和内容。提醒商家禁止使用误导性宣传语，严禁通过医学名人形象进行营销，防止消费者被虚假宣传误导。

无证私密检查受罚

李某在未取得《医疗机构执业许可证》、《医师资格证书》的情况下，擅自为李某丽和李某娟开展诊疗活动（私密检查）。经上海青浦区卫健委调查，对未取得医疗资质的李某处以人民币91000元的行政处罚。

监管环境严格
资质门槛较高
宣传推广受阻

技术趋势：新兴器械与人工智能技术的探索应用，为改善女性生殖健康问题提供了创新解决方案，展现出私密健康服务体验的显著提升和市场潜力。

「爱巢 GPT」

- **随时**：定位24小时在线的“私人AI妇科医生”
- **精准**：汇集病理、临床、生物检测、互联网和AI等领域底层技术
- **广泛**：覆盖妇科、生殖科及妇科内分泌科等多个领域

「微新镜」

- **快速筛查**：实现2分钟完成宫颈癌筛查，大幅提升诊断速度
- **易于操作**：设计人性化，简化医生操作流程，增强患者舒适度。
- **精准检测**：准确率高达97%，确保早期病变的及时发现

每个女人必备的
私人AI妇科医生

爱巢GPT
问诊即答 保护隐私
免费咨询 有问必答
24h在线 时时陪伴

微新镜
便携式电子阴道镜
可视化检查整体舒适度

问症状
查疾病

私密医疗是针对女性生殖健康和美容需求的综合医疗服务，私密护理为维持日常生殖系统健康的保养护理。



私密医疗

指应用手术整形、针剂注射、光电仪器及手法按摩等多种医疗美容手段，对女性私密部位进行美化和修复，以实现功能与形态的改善，包括但不限于外阴美化、阴道紧致度提升、处女膜修复、阴唇整形及阴道再造等项目。



私密护理

涉及使用专门研发的护理产品对女性私密部位执行定期的清洁和保养，以预防疾病和维持私密健康。通常使用专门的护理产品，具有清洁、抑菌、滋润和舒缓的功效。



小结

- 私密医疗用户群体持续扩大，用户认知水平提升。
- 用户需求多元化，注重预防。
- 私密医疗服务选择受妇科疾病、生活质量和性生活等因素驱动。

- 服务流程趋于标准化，提升客户体验和满意度。
- 咨询师需具备专业形象和沟通技巧，提供个性化咨询。
- 客情管理采取差异化策略，针对正负反馈进行优化。

市场现状

- 私密市场快速增长，成为医美行业新兴蓝海。
- 护理产品市场竞争激烈，同质化现象普遍。
- 医疗监管严格，宣传推广受限。

人群洞察

品项与技术

- 品项围绕紧致、美观、敏感和年轻化四大需求。
- 技术手段包括手术、注射、光电等，满足不同用户需求。

医美机构

目录

CONTENTS

01

医疗美容行业篇

02

男性医疗健康篇

03

私密医疗美容篇

04

医疗抗衰健康篇

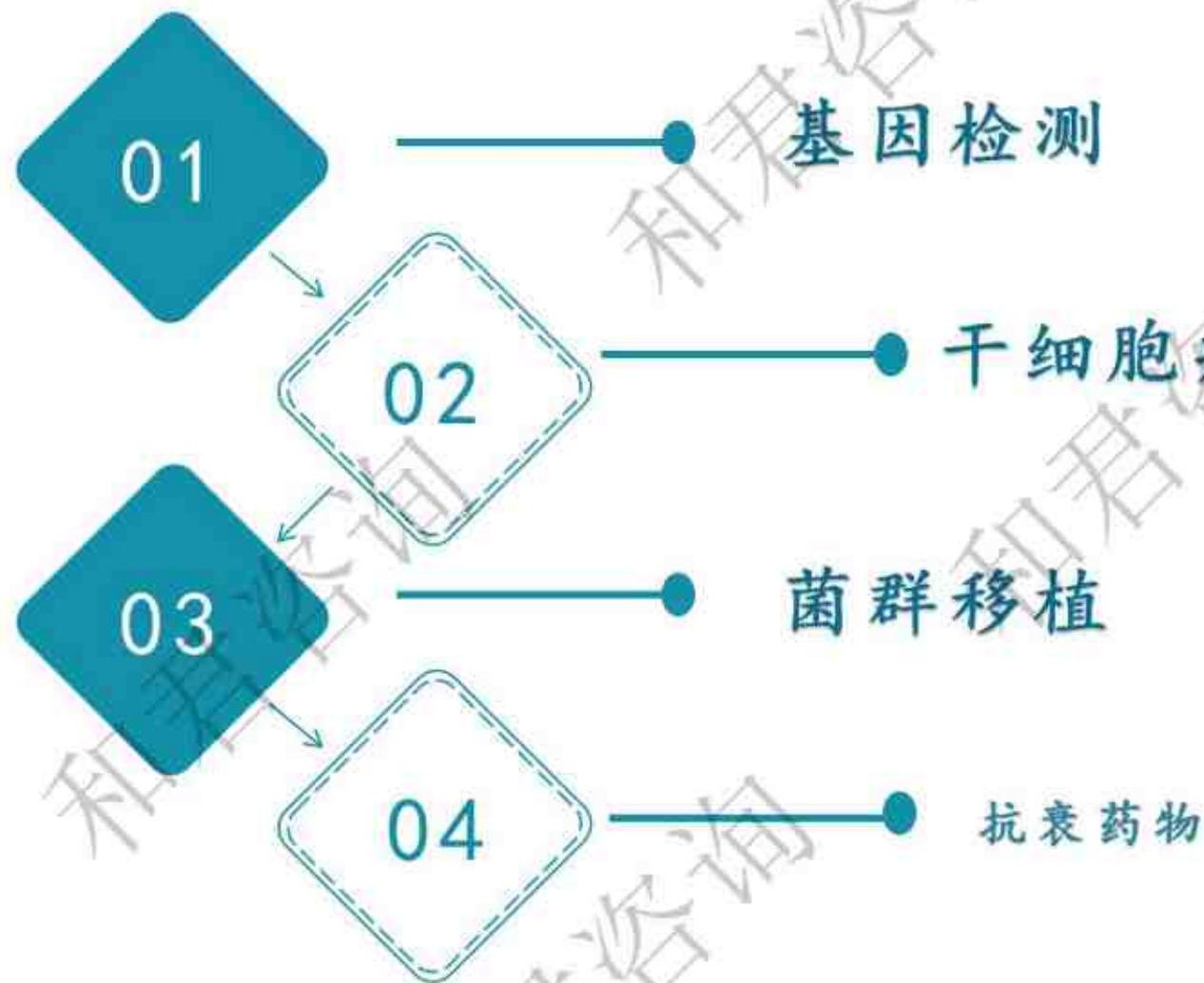
05

上游材料设备篇

06

医美资本市场篇

医疗美容健康：本研究聚焦医疗美容领域内的关键抗衰健康技术，深入探讨基因检测、干细胞疗法、菌群移植等主流应用。



基因检测是指将受检者的基因从血液、体液或组织标本细胞中提取出来，并利用可区别可能存在突变基因的引物和先进分子生物技术，对基因的类型、缺陷及基因的表达能力进行分析，从而判断其含有的基因类型和基因缺陷，以及其表达功能是否正常的一种方法。

干细胞是一类具有自我复制能力和多向分化潜能的原始未特化细胞，能够分化成多种类型的细胞，用于修复和再生组织，具有重要的医学应用价值。

菌群移植（FMT）是一种将健康人粪便中的功能性菌群通过特定方式移植到患者肠道内，以调节肠道菌群失衡，重建肠道微生态，治疗或辅助治疗相关疾病的技术。

目前有多种潜在可以延长生物体寿命的小分子化合物和药物被用作抗衰药物，如二甲双胍、雷帕霉素、亚精胺、Senolytics药物、Sirtuin活化剂和NAD⁺前体药物等。

基因检测定义：基因检测技术是基因科技中相对成熟且应用范围较广的基因技术，既可以帮助医生进行遗传病的诊断和预测，为患者提供更精准的治疗方案，还可以用于药物研发。

基因检测

基因检测是指将受检者的基因从血液、体液或组织标本细胞中提取出来，并利用可区别可能存在突变基因的引物和先进分子生物技术，对基因的类型、缺陷及基因的表达能力进行分析，从而判断其含有的基因类型和基因缺陷，以及其表达功能是否正常的一种方法。

基因检测分类

科研级基因检测

科研级基因检测指科学家在基因方面的基础研究和药物开发，主要面向科研人员和科研机构。

临床级基因检测

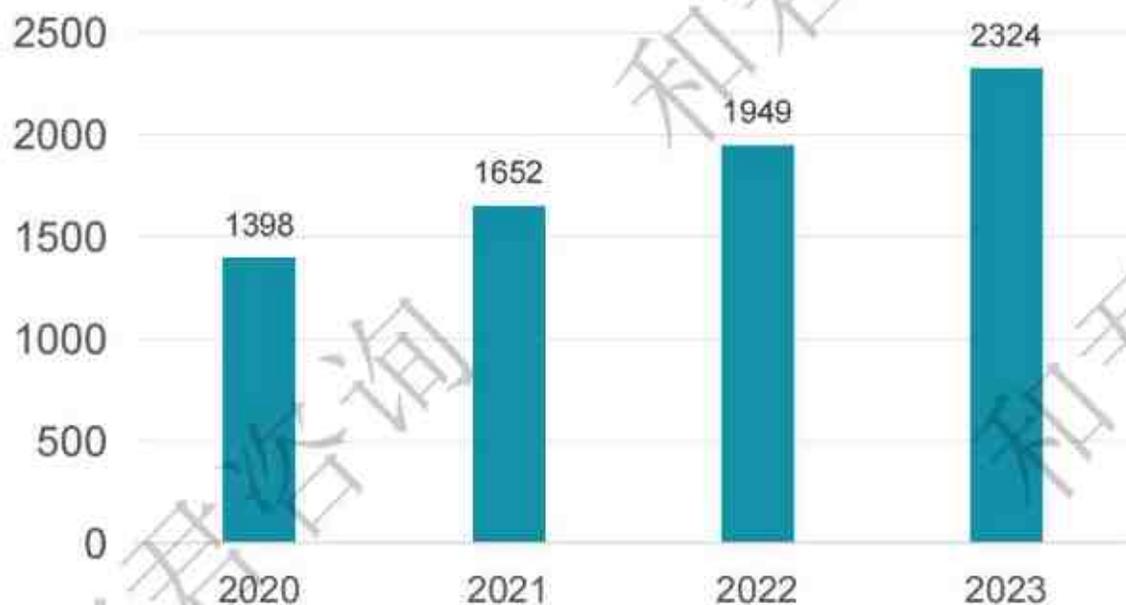
临床级基因检测也称医疗级基因检测，多用于产前筛查、微生物检测、遗传病检测和肿瘤诊断治疗等。服务面向患者，由医生及医疗机构进行解读，可作为医生诊断、治疗依据。

消费级基因检测

消费级基因检测是一种不需医疗人员介入即可向消费者销售的体外诊断产品，其服务主要针对大众消费者，包括代谢能力检测、疾病风险及用药风险检测、祖源分析、遗传风险、遗传特质等基因检测。

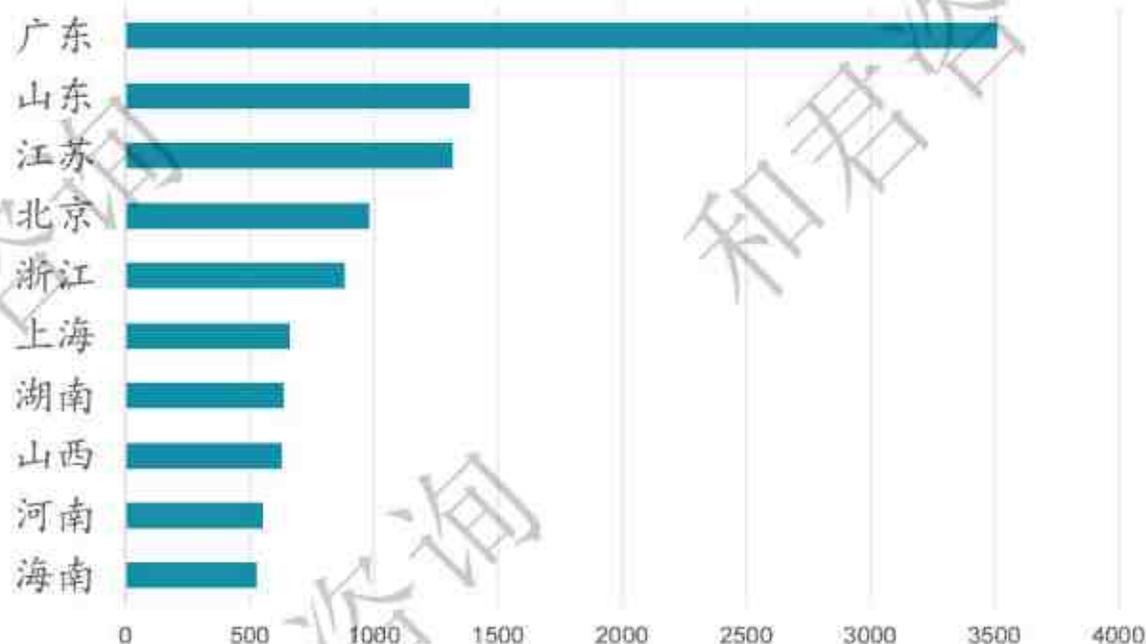
基因检测-竞争格局：从企业数量上看，近年来基因检测注册企业保持一定增速增长，行业内玩家增长迅猛；从地域分布上看，广东的企业数量较第二名两倍还多，竞争相对激烈。

2019-2024年中国基因检测相关企业注册量统计情况（家）



自2021年以来，基因检测相关企业年注册量均在1600家以上，2023年基因检测新注册企业2324家，同比增长19.2%。

中国基因检测相关企业区域分布TOP10省市（家）



我国基因检测相关企业主要分布在广东、山东、江苏、北京、浙江等地区。其中，广东基因检测相关企业数量最多，山东、江苏排名第二和第三。

基因检测-应用领域：当前基因检测主要应用于生殖健康、肿瘤检测、多组学大数据与合成、感染防控、精准医学等领域。

01

遗传病检测

利用分子生物学技术对个体或胚胎的遗传物质进行分析，以识别与生殖相关的遗传病风险、遗传倾向及生育能力。该技术广泛应用于无创产前检测（NIPT）、遗传性遗传病筛查、胚胎植入前遗传学诊断（PGT），旨在预防遗传病的传递，提高生育健康水平。

02

肿瘤筛查

对肿瘤细胞的DNA或RNA进行分析，以识别与肿瘤发生、发展相关的基因变异。该技术在肿瘤的早期诊断、靶向治疗、预后评估及复发监测中发挥关键作用。通过基因检测，医生能够为患者提供个性化的治疗方案，包括选择最合适的靶向药物和免疫疗法。

03

多组学 大数据与合成

涉及基因组、转录组、蛋白质组等多个生物分子层面的数据集成与分析。该领域利用高通量测序技术和生物信息学工具，为医药研发、个性化医疗、农业改良等领域提供数据支持和解决方案，推动生命科学领域的创新发展。

04

传染病防控

利用分子诊断技术检测病原微生物的遗传物质，以快速、准确地识别病原体种类、耐药性及传播特性。该技术在传染病的早期诊断、疫情监控、病原溯源及防控策略制定中具有重要意义。

05

精准医学

基于患者个体遗传信息、生活环境和生活方式的医疗模式。该领域通过基因检测等分子诊断技术，为患者提供个性化的疾病预防、诊断和治疗方案。精准医学的目标是提高治疗效果，减少不必要的治疗和副作用，实现对疾病更有效的管理和控制。

基因检测-品项类型：遗传病检测的应用层面，从检测时间角度划分，主要分为孕前及孕中携带者基因筛查、产前检测及新生儿筛查三种；从病种角度划分，主要分为单基因遗传病、染色体异常、听力障碍等类型。目前行业内代表企业在一级防控相关项目的单基因遗传病上布局密集。

类型		华大基因	贝瑞基因	安诺优达	亿康基因	博奥检验	优迅医学
一级防控： 孕前及孕中 携带者基因 筛查	单基因遗传病	脊髓性肌肉萎缩症 (SMA)		√		√	√
		遗传性耳聋	√	√	√	√	√
		地中海贫血	√	√	√	√	√
	其他	叶酸代谢能力/利用能力 缺陷		√	√	√	
二级防控： 产前检测	染色体异常、 遗传代谢病	21三体、18三体、13三 体数目异常	√	√	√	√	√
		性染色体非整倍体异常	√	√	√		√
		染色体缺失/重复综合征	√		√		
三级防控： 新生儿筛查	遗传代谢病、 听力障碍	地中海贫血		√	√	√	√
		PKU		√			√
		遗传性耳聋	√	√	√		√

数据来源：亿欧智库，企业官网，和君整理

基因检测-品项类型：肿瘤筛查的应用层面，主要分为肺癌、胃癌、肝癌等癌种类型。目前行业内代表企业在肺癌、结直肠癌、乳腺癌的早筛及辅助诊断上布局较为密集。

企业	癌种										
	肺癌	胃癌	肝癌	结直肠癌	食道癌	乳腺癌	宫颈癌	胰腺癌	胆道癌	脑癌	泛癌种
诺辉健康	√	√	√	√			√				
康立明生物				√							
泛生子	√		√	√		√				√	
华大基因				√		√					
和瑞基因	√		√				√				
燃石医学	√		√	√	√						√
承启医学						√					
博奥生物						√					
基准医疗		√				√					
优迅医学	√	√				√					
思路迪								√	√		
吉凯基因	√			√							

数据来源：亿欧智库，企业官网，和君整理

基因检测-政策监管：作为生命健康产业重要的组成部分之一，基因检测的发展受到国家的高度重视。近年来，我国出台了多项基因测序、诊断等技术相关政策，加快基因检测行业创新发展。

日期	政策/事件	重点内容
2024年1月	《关于推动未来产业创新发展的实施意见》	加快细胞和基因技术、合成生物、生物育种等前沿技术产业化。
2024年1月	《关于支持广州南沙放宽市场准入与加强监管体制改革的意见	支持完善各类新药与医疗器械新技术研发、应用管理标准，准许细胞和基因治疗企业经卫生健康部门备案后可依托医疗机构开展限制类细胞移植治疗技术临床应用，允许符合条件的港澳企业利用境内人类遗传资源开展人体干细胞、基因诊断与治疗之外的医学研究。
2023年5月	《全面提升医疗质量行动计划（2023-2025年）	进一步优化医疗资源配置和服务均衡性，提升重大疾病诊疗能力和医疗质量安全水平，持续改善人民群众对医疗服务的满意度。
2023年4月	横琴粤澳深度合作区鼓励类产业目录》	将量子、类脑、人工智能、基因测序、干细胞等一批新兴科学技术研发与应用纳入鼓励类产业，引导横琴加大对新兴产业、未来产业的培育，为横琴发展增添新活力。
2022年5月	《“十四五”生物经济发展规划》	提出“基因检测技术覆盖率持续提高，生物领域第三方服务机构数量稳增长”的发展目标。

干细胞-定义：干细胞是原始且未特化的细胞，它是未充分分化、具有再生各种组织器官的潜在功能。

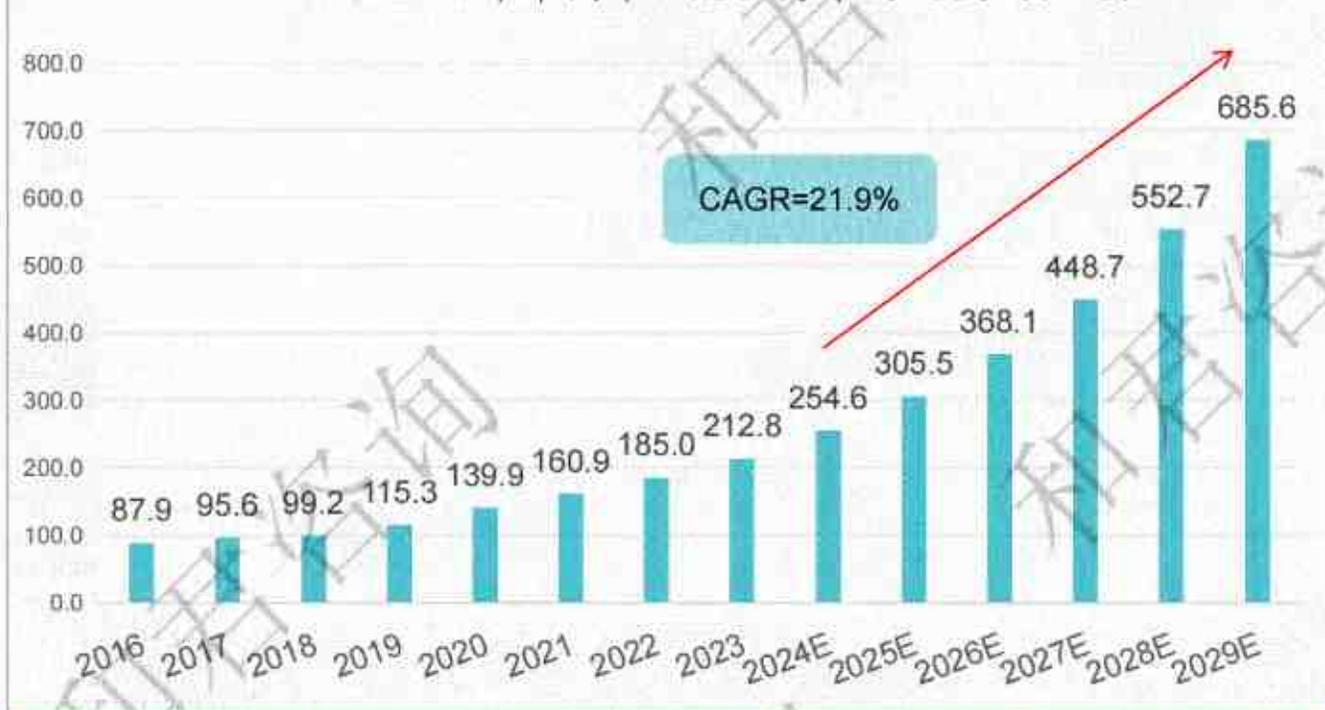
干细胞

来源于胚胎、胎儿组织、成年组织（如骨髓、脐带等），是一类具有自我更新能力的多潜能细胞，即干细胞保持未定向分化状态和具有增殖能力。在合适条件或给予合适的信号的诱导下，能够产生表现型与基因型和自己完全相同的子细胞，也能产生组成机体组织、器官的已特化的细胞，同时还能分化为祖细胞，医学界称其为“万能细胞”。



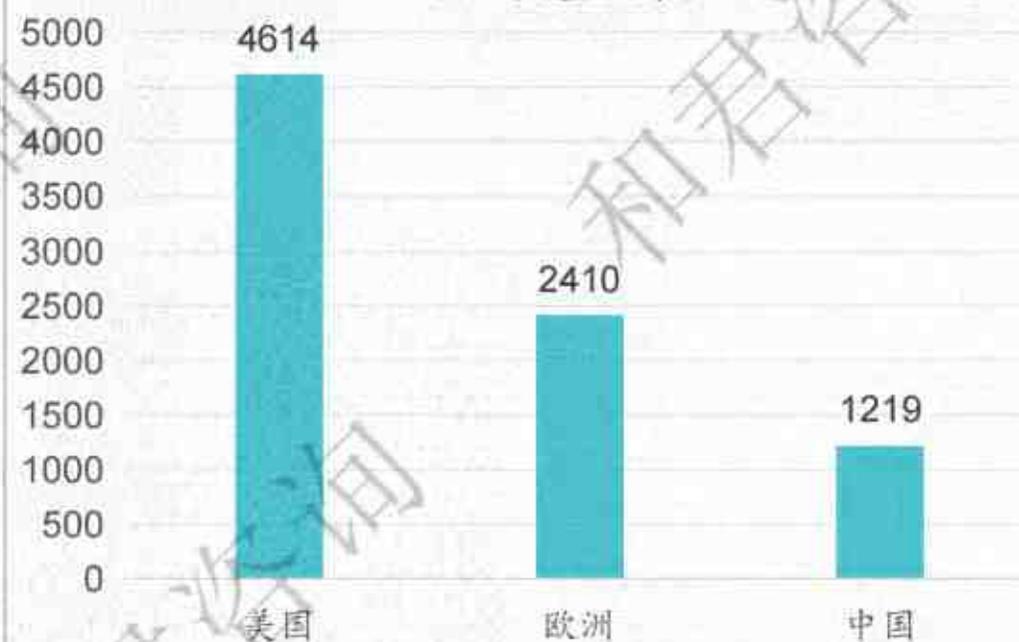
干细胞-市场规模：得益于持续的研究进展与政策支持，中国干细胞医疗市场正以21.9%的复合年增长率快速扩张。在全球干细胞研究项目中，中国以1219项临床研究项目位列世界第二，显示中国在该领域的研究活跃度和市场潜力，预计其在全球干细胞产业中的份额和影响力将持续上升。

2016-2029年中国干细胞医疗市场规模（亿元）



2023年国内干细胞医疗市场规模达212.8亿元，预计2029年市场规模将达685.6亿元，约95亿美元。

2023年全球各地区或国家注册的干细胞研究项目数量（个）



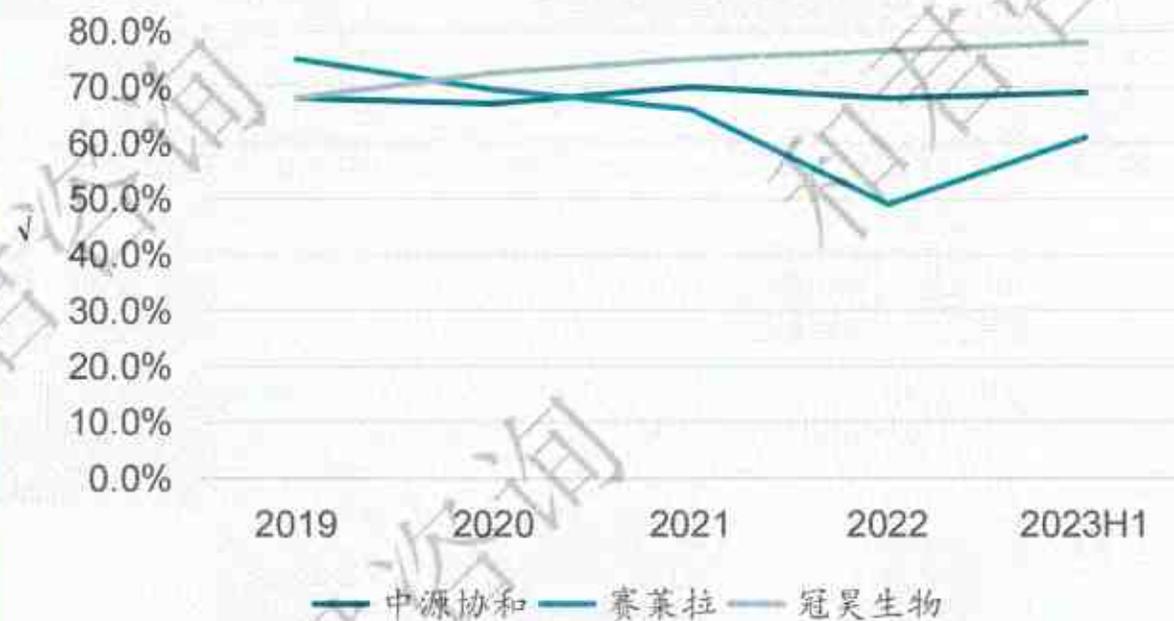
截止至2023年10月25日，全球登记的干细胞临床研究项目共计9988项。中国以1219项的数量位居世界第二，仅次于美国。

干细胞-企业现状：中国头部干细胞企业通过构建全产业链闭环模式，实现从细胞检测、存储到治疗及医疗大数据的全面覆盖，展现出强劲的业务增长潜力；行业整体盈利水平强劲，代表上市公司毛利率稳定在60%以上，反映出中国干细胞医疗行业的高盈利性和市场竞争力。

公司名称	细胞检测	细胞存储	细胞治疗	医疗大数据
中源协和	√	√	√	√
赛莱拉	√	√	√	√
冠昊生物	√	√	√	√
上海细胞治疗集团	√	√	√	√
瑞思德	√	√	√	√
赛隽生物	√	√	√	

业务布局：中源协和、赛莱拉、冠昊生物、上海细胞治疗集团、瑞思德业务范围实现细胞检测、存储、治疗和医疗大数据的全面覆盖。

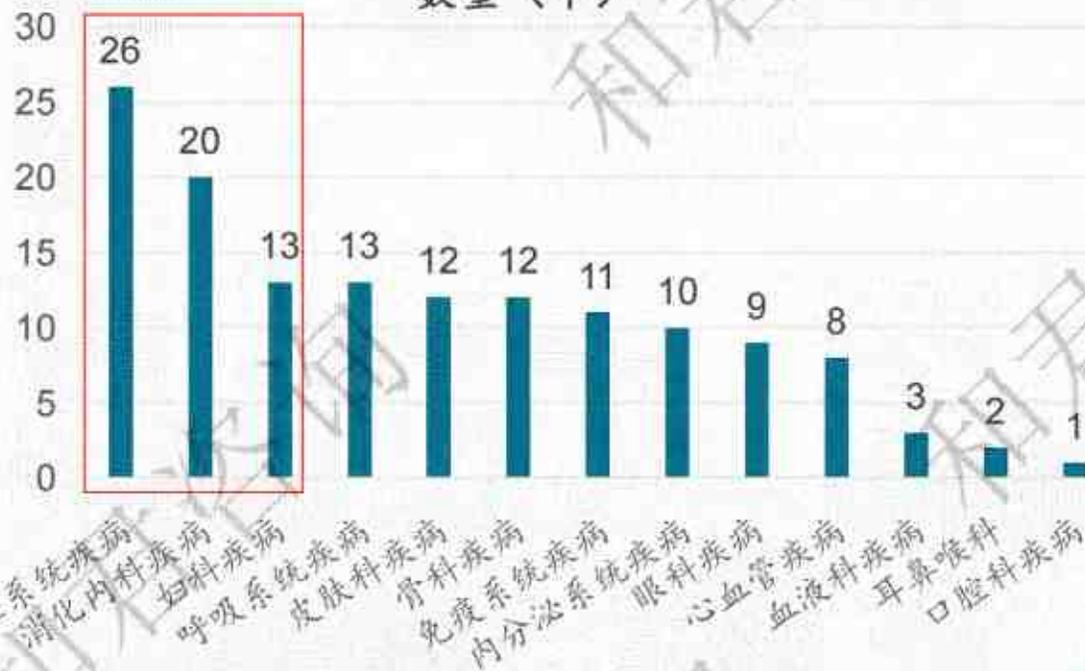
2019-2023年中国干细胞医疗行业上市公司经营业绩对比 (%)



盈利水平：2019-2023年上半年三家代表企业的毛利率均处于60%以上。其中冠昊生物的毛利率呈现逐年上升的趋势。

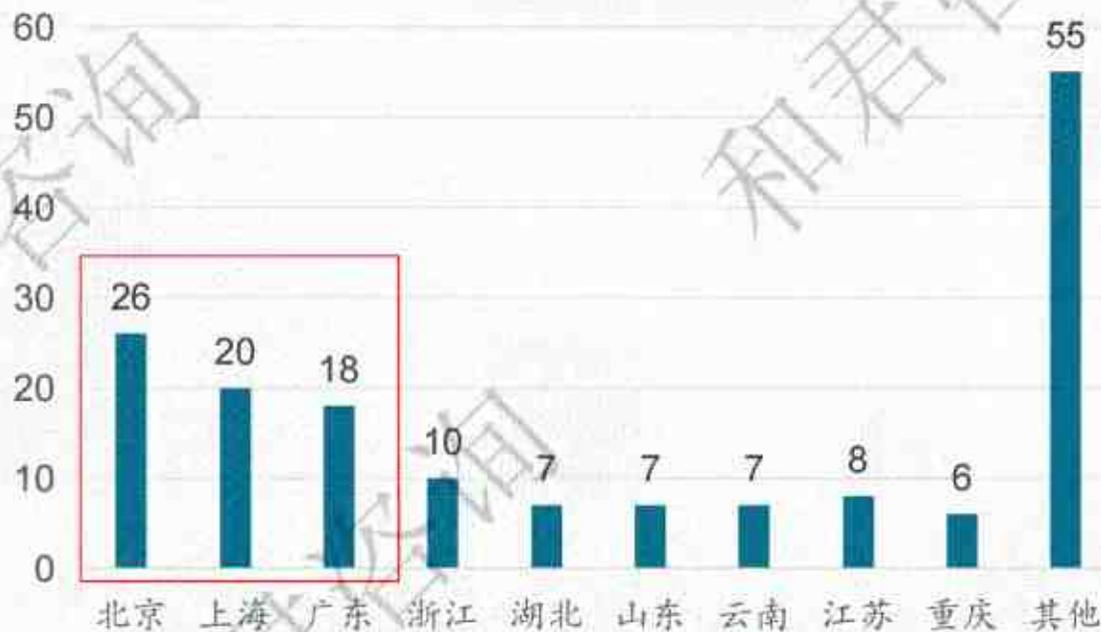
干细胞-技术现状：疾病领域分布上，中国干细胞技术临床研究项目主要集中于神经系统、消化内科及妇科疾病。地域分布上，北京、上海、广东干细胞临床研究备案机构数量居前，说明这些地区在干细胞科学研究与应用转化方面具备显著优势。

2023年干细胞临床研究备案项目疾病领域分布数量（个）



神经系统疾病（如脊髓损伤和帕金森病）、消化内科疾病（如肝硬化、肝功能衰竭）、妇科疾病（如子宫内膜损伤修复和卵巢早衰）在研项目较多。

2023年中国干细胞临床研究备案机构区域分布情况（家）



北京、上海、广东的干细胞临床研究备案机构较多，意味着这3个地区的干细胞研究水平处于国内前列。

数据来源：国家医学研究登记备案平台，和君整理

干细胞-市场价格：当前干细胞治疗的普遍市场报价范围在4-10万元每次，实际费用受细胞类型、品牌、数量及技术等多重因素影响。



干细胞-政策监管：国家级政策频繁出台，支持干细胞领域发展，并对其研究与治疗领域提供指导性建议。

日期	政策	重点内容
2024年2月3日	中国食品药品企业质量安全促进会《人源间充质干细胞外泌体制备与检验规范》	批准发布将于2024年3月6日起实施，这一规范的建立和发布，填补了国内在该领域标准化方面的空白，为人源间充质干细胞外泌体的研究和应用提供了必要的技术规范和参考。
2024年1月12日	国家药监局药审中心《人源干细胞产品非临床研究技术指导原则》	本指导原则为按照药品管理相关法规进行研发和注册申报的人源干细胞产品的非临床研究提供技术指导。
2023年9月12日	国家药品监督管理局药品审评中心《间充质干细胞防治移植物抗宿主病临床试验技术指导原则（征求意见稿）》	本指导原则适用于各种组织如骨髓、脐带、脐带血或脂肪等来源的间充质干细胞产品，以及从胚胎干细胞或诱导多能干细胞分化产生的间充质样细胞产品。
2023年7月25日	国家药品监督管理局药品审评中心《细胞和基因治疗产品临床相关沟通交流技术指导原则（征求意见稿）》	本指导原则旨在为细胞和基因治疗产品临床研发过程中沟通交流的资料准备和临床研发要素考虑等提供建议，以期提高沟通交流效率，助力细胞和基因治疗产品的临床研发能顺利推进。
2023年6月21日	国家药品监督管理局药品审评中心《人源性干细胞及其衍生细胞治疗产品临床试验技术指导原则（试行）》	指导原则的发布为人源性干细胞及其衍生细胞治疗产品开展临床试验提供技术指导和建议。
2023年3月23日	中共中央办公厅、国务院办公厅《关于进一步完善医疗卫生服务体系的意见》	加强临床医学、公共卫生和医药器械研发体系与能力建设，发展组学技术、干细胞与再生医学、新型疫苗、生物治疗、精准医学等医学前沿技术。

干细胞-政策监管：国家正逐步扩大试点区域的范围，促进干细胞研究与应用的深入发展。



干细胞-消费级应用：消费级干细胞应用在全球已经有六种类型，其中部分已经在国内合法应用。



干细胞-干细胞治疗：干细胞治疗已被应用于包括卵巢早衰、男性勃起功能障碍、膝骨关节炎以及神经系统疾病在内的多个治疗领域。

卵巢早衰



勃起障碍



膝骨关节炎



神经系统疾病



干细胞-干细胞保健：在保健领域，干细胞技术当前已应用于男女生殖健康、抗衰老以及免疫功能增强等方面。



女性生殖健康

- 促进卵巢功能恢复
- 增加卵泡数量和质量
- 提高卵巢储备功能
- 促进子宫内膜修复再生
- 减轻氧化应激损伤



男性生殖健康

- 自体生殖干细胞的制备和储存
- 抗衰老保健综合服务
- 睾丸结构重建



抗衰

- 面部抗衰
- 大脑抗衰
- 心血管风险降低
- 肌肉增强



免疫提升

- 激活细胞增生
- 内分泌调节
- 免疫系统强化

干细胞-医学美容：在美容整形外科方面，干细胞已被应用于软组织重建和再生、皮肤年轻化、面部年轻化、疤痕改善和抗衰老治疗等。

减少疤痕

伤口愈合过程中会遗留不同程度的疤痕，这对爱美的人来说影响是巨大的。在伤口愈合过程中，促进更多的再生过程是减少疤痕问题的有效方法。一些研究已经报道了干细胞在改善皮肤质量方面的作用，如增加真皮厚度、促进胶原合成和减少皱纹。一项研究发现，由脂肪干细胞组成的纳米脂肪可以减少疤痕的大小、颜色和改善皮肤。

毛发再生

脱发问题现在成为许多人的困扰，如何实现毛发再生是科研人员努力的方向。在多项研究中，骨髓间充质干细胞以及脂肪干细胞已经成功地促进了毛发生长，这些干细胞激活了毛乳头细胞，提高了毛囊的增殖率，并促进了毛囊从旧阶段向年轻阶段的转化。

促进皮肤年轻化

干细胞有望逆转各种因素对皮肤的损伤作用。干细胞通过分泌生长因子、细胞因子、趋化因子和血管生成因子以及调节免疫系统来促进衰老皮肤的修复。研究人员观察了在注射间充质干细胞后老化面部皮肤的变化，结果发现真皮浅层弹性纤维增加，胶原蛋白含量增加和网状纤维网络变得更为有序，进而达到抗衰老的目的。

整形外科中的干细胞组织工程

在整形外科中，如何重建受损组织器官是一大难题。干细胞组织工程有望为这一难题提供新思路。组织工程由生物材料支架和生物活性分子创造的环境以及供体细胞组成。组织特异性支架和信号分子为干细胞分化为所需细胞并有效利用它们构建三维（3D）组织方面起着至关重要的作用。

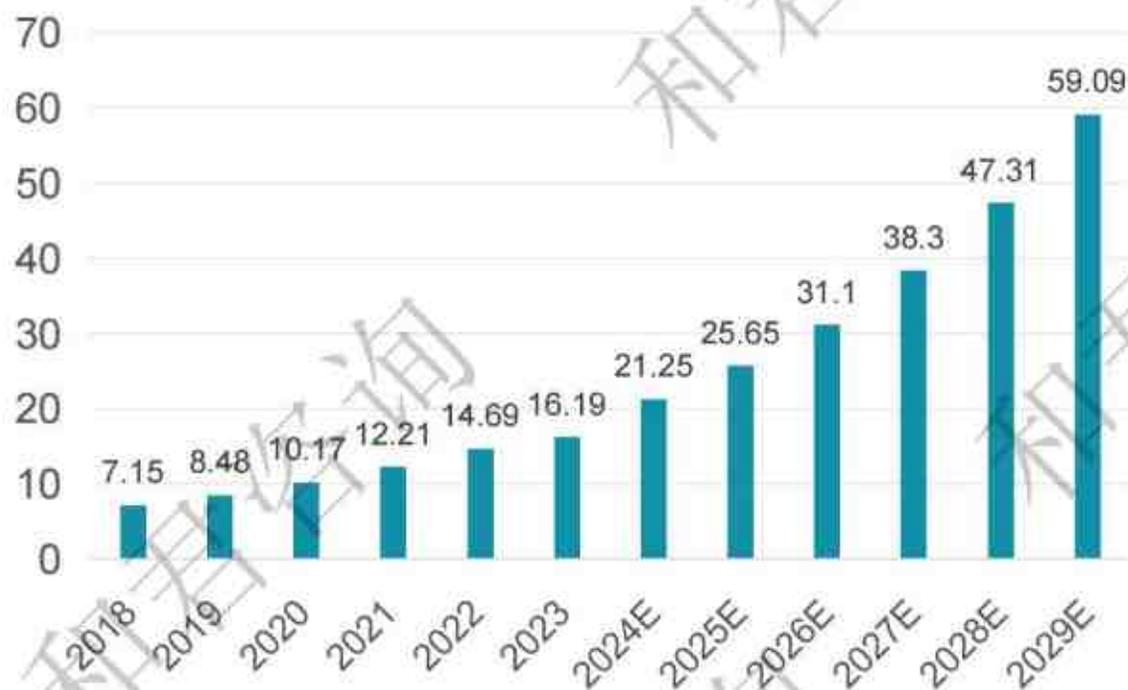
干细胞-美容护肤产品：目前全球在售干细胞护肤品共有10款，利用干细胞衍生的生长因子、外泌体和其他活性成分，主打促进皮肤修复与再生、减少皱纹和细纹、改善肤色和皮肤质地的效果。

名称	产品图	背景	成分	功效
CALECI® Professional Serum		CALECIM® Professional是为数不多的公开披露其干细胞来源的护肤品牌之一。该品牌的干细胞来源于马鹿脐带。据报道，每条脐带可以提取120亿个干细胞。该公司使用高浓度的干细胞衍生培养基生产一系列护肤品。1ml其专利活性成分PTT-6®含有3000多种活性生长因子和外泌体。	高浓度的干细胞衍生长因子和蛋白质	<ol style="list-style-type: none"> 1. CALECIM® Professional已经在世界各地的数百家美容诊所使用，以支持患者康复并优化美容效果。 2. 作为一种奢侈的护肤品：每天局部滴几滴精华液可以帮助皮肤细胞产生最佳量的糖胺聚糖、透明质酸和弹性蛋白等蛋白质。《药物与皮肤病学杂志》等同行评审期刊上的文章也证明了它在加速皮肤修复和再生方面的功效。
XOGLO		该产品由Kimera实验室生产，这是一家专注于再生医学应用的专业合同研究组织（CRO），包括外泌体纯化。该公司在佛罗里达州迈阿密有一家美国食品药品监督管理局注册的组织机构，并开发药物、基于外泌体的再生疗法。	纯化的间充质干细胞（MSC）衍生的外泌体产品，含有多种生长因子	<ol style="list-style-type: none"> 1. 这是一种提供生长和愈合信号以引导组织再沉积，并且避免伴随烧伤或其他皮肤损伤的疤痕的产品。 2. 该公司的案例研究显示，XOGLO™产品大约七天内治愈了一名二度烧伤的患者。 3. 该产品还可以用于一般皮肤的健康和增强。
Lifeline Intense Moisture Serum			多能干细胞的蛋白质和肽组成的保湿精华。	该精华液主要针对皮肤皱纹和细纹的减少。

数据来源：BioInformant

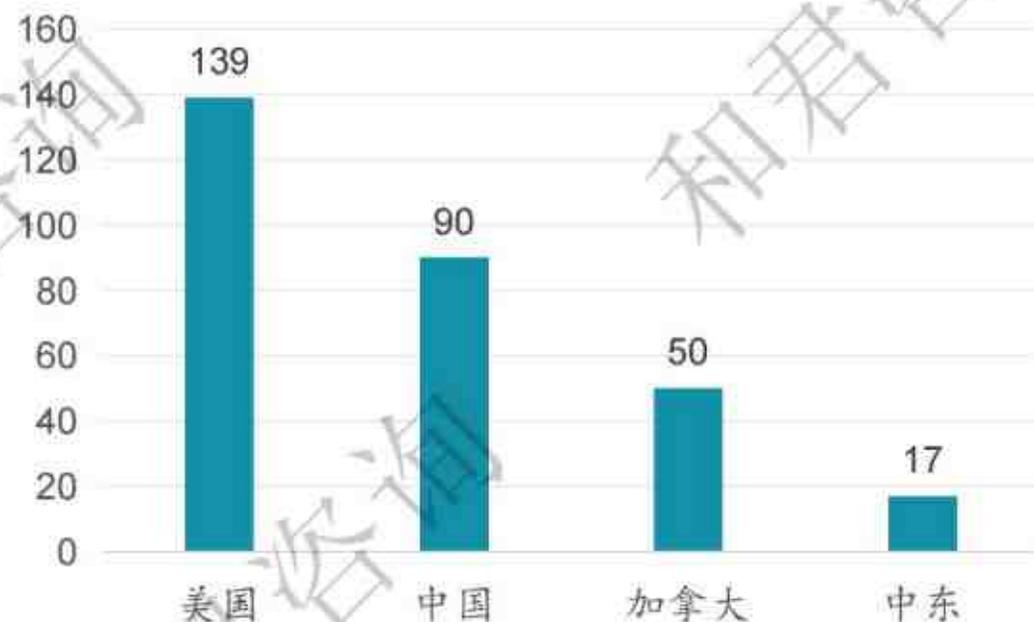
菌群移植-市场规模：中国菌群移植（FMT）行业正以10.19%的增长率稳步上升，在全球临床研究项目中，中国以90项位列第二，仅次于美国，反映了中国菌群移植领域的研究活跃度和市场扩张潜力，预示着该行业将成为医疗健康领域的重要增长点。

2018-2029年中国菌群移植（FMT）行业
市场规模（亿元）



2023年中国菌群移植（FMT）行业市场规模16.19亿元，增长率为10.19%。预计2029年市场规模达到59.09亿元。

全球各国注册的菌群移植临床研究项目数量
（个）



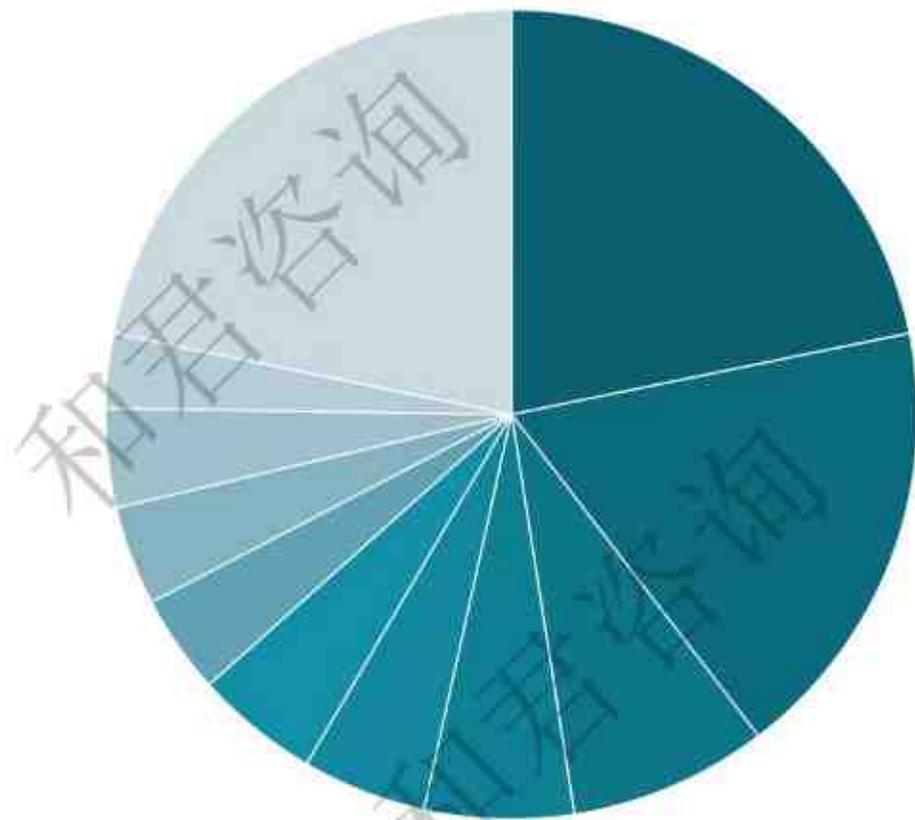
2023年，全球登记的菌群移植临床研究项目共计520项。美国以189项位列全球首位；中国以90项位列世界第二。

数据来源：智研瞻产业研究院，ClinicalTrials.gov，和君测算

菌群移植-技术现状：从适应症角度看，目前菌群移植技术主要用于治疗艰难梭状杆菌感染、炎症性肠病（包括溃疡性结肠炎和克罗恩病）以及肠易激综合征、便秘。

菌群移植临床试验适应症分布情况

- 炎症性肠病
- 艰难梭菌感染
- 癌症
- 肠易激综合征
- 感染
- 肝病
- 肥胖/糖尿病
- 自闭症/帕金森病/抑郁症
- 移植物抗宿主病
- 抗生素
- 其他



数据来源：ClinicalTrials.gov，和君整理

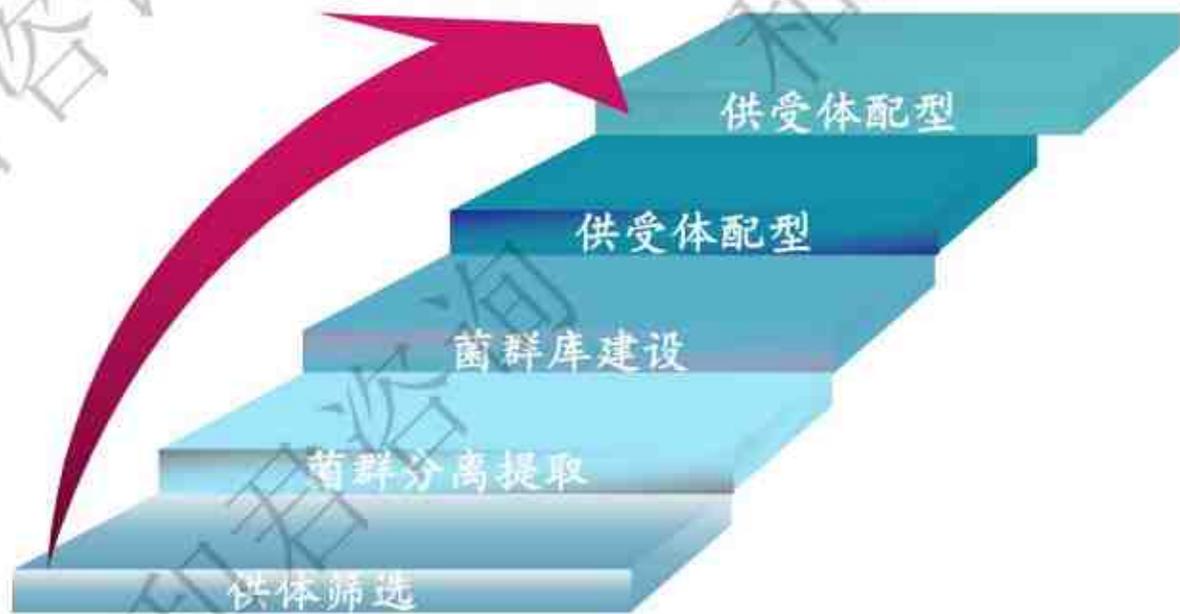
菌群移植-某头部企业：建立了中国首个精准化菌群移植治疗平台，产品涵盖了上游的仪器和耗材，中游的菌液和胶囊，下游的供受体配型跟整体的菌群库建设的解决方案，并且基于精准化菌群移植治疗平台（PMTT平台），开启微生物制药业务。

产品矩阵

PMTT平台

医疗端

健康产品



菌群移植-政策监管：中国菌群移植行业在政策监管方面已形成一系列标准化建议和技术规范，涵盖制备、临床应用及质量控制的全流程，确保了医疗质量和安全，并逐步纳入国家医疗服务项目技术规范体系。

日期	政策/事件	重点内容
2024年07月09日	中国抗癌协会肿瘤与微生态专业委员会、中国感染免疫与微生态研究转化协作组织《肠菌移植制备和质控实验室标准化技术规范中国专家共识（2023版）》	这份共识由50多位专家共同讨论形成，为从事肠菌移植的企业、厂家等单位提供了标准化建议和雏形，以提升产品的安全性、稳定性、可控性及有效性。
2023年9月28日	国家卫生健康委、国家中医药局、国家疾控局《关于印发全国医疗服务项目技术规范（2023年版）的通知》	该《技术规范》统一了市面上所有医疗项目及其相关操作内容、技术要求及难度、风险程度、收费体系等相关要素。肠道菌群移植技术正式纳入《全国医疗服务项目技术规范（2023年版）》
2021年8月30日	上海市卫生健康委员会《上海市菌群移植技术管理规范（2021年版）》	规范了菌群移植技术的临床应用，保证医疗质量和安全。规范中详细列出了医疗机构的基本要求、供体筛选、菌液制作、FMT操作要求等，为医疗机构及其医务人员开展菌群移植提供了明确的指导。
2019年	国家《生物医学新技术临床应用管理条例（征求意见稿）》	规定将肠菌移植列为中低风险生物医学新技术。
2018年	中华医学学会消化病学分会《炎症性肠病诊断与治疗专家共识意见》	FMT正式写入中华医学学会消化病学分会《炎症性肠病诊断与治疗专家共识意见》
2018年	FMT获得广州市发改委审批，具有正式收费编码。	



小结

- **研究：**全球范围内间充质干细胞的研究与应用较为成熟；中国在脐带血间充质干细胞的研究和应用方面达到了世界领先水平。
- **应用：**干细胞应用已覆盖治疗、美容、保健等多个领域。
- **监管：**大多国家地区对于干细胞疗法的监管较为成熟，中国正逐步放开。

基因检测

- **市场：**中国基因检测产业链完善，产业聚集性特征明显，消费级应用市场增长显著。
- **应用：**生殖健康、肿瘤检测类型项目繁多、应用广泛。
- **监管：**政策鼓励创新发展，人员、产品监管日益规范。

干细胞

菌群移植

- **市场：**产业技术创新活跃，产业链下游应用领域不断扩展，承葛医药与未知君占据国内较大市场份额。
- **应用：**目前广泛用于治疗肠道相关疾病。
- **监管：**政策监管标准化、规范化，应用普及化。

目录

CONTENTS

01

医疗美容行业篇

02

男性医疗健康篇

03

私密医疗美容篇

04

医疗抗衰健康篇

05

上游材料设备篇

06

医美资本市场篇

重点关注材料：包括玻尿酸、肉毒素、胶原蛋白、水光针、童颜针/少女针等成熟型材料，以及羟基磷灰石、ADM、干细胞、生长因子等成长型材料。

01

玻尿酸

02

肉毒素

03

胶原蛋白

04

水光针

05

童颜针/少女针

06

羟基磷灰石

07

ADM

08

干细胞

09

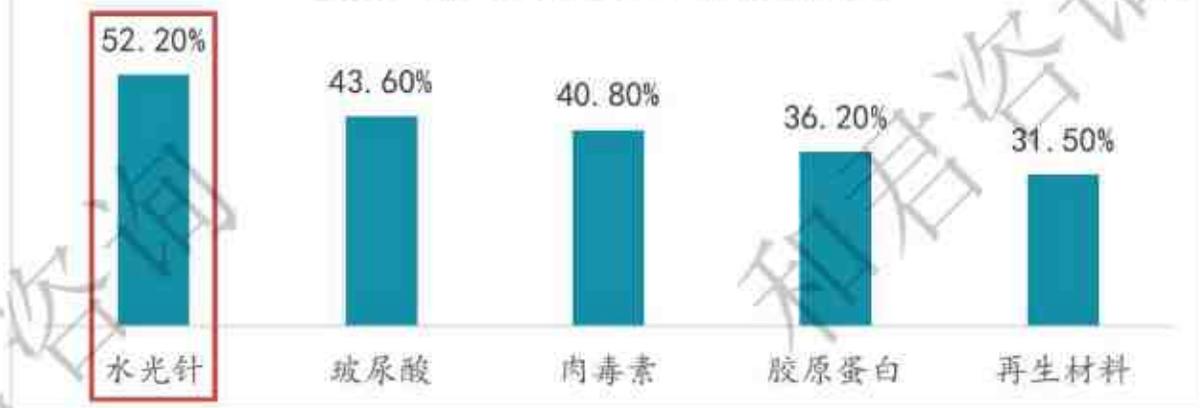
生长因子

概况：中国注射类医美市场中，玻尿酸、肉毒素、水光针因技术成熟、发展较早，占据较大市场份额；相比之下，胶原蛋白、PLLA等再生材料增速更快，未来将抢占更多份额，市场空间广阔。

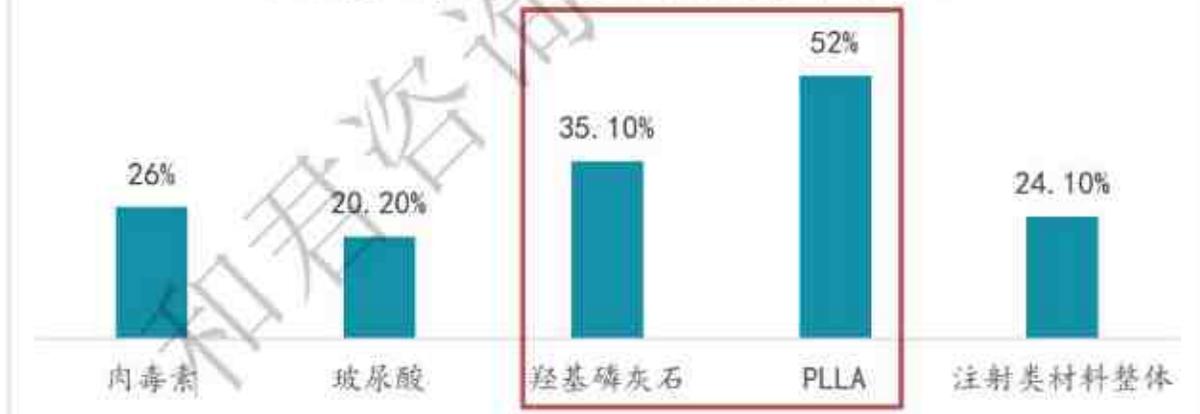
2017-2023年中国注射类医美市场规模（亿元）



2022年注射类医美项目消费统计



全球各注射类医美项目治疗次数增速对比



数据来源：ISAPS

玻尿酸：玻尿酸发展较早，产品种类丰富，布局厂家众多如国外的艾尔建与Q-Med、国内的爱美客及华熙生物等，产品的新适应症研发持续进行中，整体竞争激烈。

玻尿酸产品（部分）

公司	品牌	交联技术	部位	特色	价格	获批时间
艾尔建	乔雅登	双相交联玻尿酸Nycross交联技术	唇部	唇部塑性	15000	2021
瑞典Q-Med	瑞蓝	双相交联玻尿酸/NASHA交联技术	下巴、眉弓、太阳穴	填充塑性	6000-8000	2020
爱美客	态活泡泡	非交联玻尿酸	颈部真皮层	纠正颈部皱纹提亮	3000-4000	2021
华熙生物	润百颜	双相交联玻尿酸	眉骨、山根、隆鼻	填充、轮廓塑性	1200-3000	2019

玻尿酸在研产品

企业	在研产品	功效	进展
华熙生物	注射用修饰玻尿酸钠凝胶 交联玻璃酸钠注射液的开发-交联玻尿酸粉末II	/	小试 结题
昊海生科	玻尿酸钠凝胶-交联玻尿酸钠凝胶 加强型水光注射剂	/	临床 临床试验
爱美客	无痛交联注射用交联玻尿酸钠凝胶	体内注射美容填充材料 深层填充同时疼痛降低	注册检验 临床试验
爱美客	医用玻尿酸钠-羟丙基甲基纤维素凝胶 注射用玻尿酸酶	增加新填充部位的适应症 眼科手术、药物扩散等	临床试验 临床前在研

玻尿酸-发展趋势：随着玻尿酸行业的工艺、技术、产品应用、营销策略等各方面愈发成熟，未来将呈现高纯度规模化、品牌化、产销一体化与复合配方的发展趋势。

趋势1

工艺技术持续进步

随着生物科技和精细化工技术的不断创新，玻尿酸生产工艺正朝着更高纯度、更大规模、更低成本的方向发展

趋势2

品牌意识加强

随着国内医美市场的日益成熟和消费者认知水平的不断提高，推动企业注重品牌形象建设和品质保障。

趋势3

向终端产品领域拓展

越来越多的企业开始从单纯的玻尿酸原料供应商向自主研发、生产并销售终端产品的方向转型。

趋势4

开发多种联合使用产品

玻尿酸在联合使用策略上有明显发展趋势，如在注射填充用玻尿酸中加入再生制剂成分，可以综合利用玻尿酸的及时填充效果和再生制剂的长期再生能力，实现更好的疗效。

肉毒素：肉毒素产品获批难度大，国内当前已获批产品仅五款，其中衡力和保妥适长期以来几乎垄断市场，是行业龙头，随着新产品获批及在研产品的申请，未来市场竞争将趋于激烈。

	品牌	证数	上市时间	生产商	代理商	产品特点
获批	BTXA（衡力）	1	2012年	中国兰州生物	-	国产、高性价比
	Botox（保妥适）	3	2009年	美国艾尔建	国药控股	弥散度低、纯度高、市场认可度高
	Letybo（乐提葆）	2	2020年	韩国Hugel	四环医药	高纯度、低致敏、性价比高
	Dysport（吉适）	1	2021年	英国Ipsen	上药控股	抗药性低、起效快
	Xeomin（西马）	/	2024	德国Merz	精鼎医药	不含辅助蛋白，不产生抗体，可常温运输保存
在研	Nabota（绿毒）	/	2021.7完成三期已注册申报	韩国大熊制药	大熊北京分公司	不易产生抗体，维持时间长
	Hutox（橙毒）	/	2023-2024E	韩国Huons	爱美客	适用于动态皱眉纹
	RT002	/	2020.12三期	美国Revance	复星医药	弱扩散新型肉毒素，专利胜肽技术增加稳固性，延长维持时间
	The Toxin（蓝毒）	/	2020.11达成合作协议	韩国Jetema	华东医药	菌株由英国引进，安全性高

胶原蛋白：胶原蛋白合规产品不多，均价高，利润空间大，代表性企业有台湾双美、汉福生物、长春博泰、锦波生物、巨子生物等；重组胶原蛋白是当前的研发重点。

国内合规胶原蛋白产品

企业品牌	台湾双美		汉福生物	长春博泰	锦波生物	
	肤柔美	肤丽美	爱贝芙	弗缦	薇旖美	
注册证类别	3类	3类	3类	3类	3类	
注册证数量	3		1	1	47	
首次获批时间	2009	2017	2012	2012	2021	
主要成分	I型猪胶原蛋白	凝固I型猪胶原蛋白	凝固I型猪胶原蛋白+利卡多因	PMMA微球+牛胶原蛋白+利卡多因	牛胶原蛋白+利卡多因	重组III型胶原蛋白
参考均价	5300元	13800元	-	13700元	12800元	6800元
持续时间	3个月	3-12个月	-	5-10年	3-6个月	6个月
注射部位	额头纹、眉间纹和鱼尾纹	泪沟、太阳穴、鼻唇沟皱纹	鼻唇沟皱纹	鼻唇沟皱纹或隆鼻	鼻唇沟皱纹	面部真皮组织

国内胶原蛋白在研产品（部分）

公司	产品名称	研发阶段	适应症
巨子生物	重组胶原蛋白液体制剂	临床	用于抗衰老的皮内及皮下恢复肌肤活力的产品（主要针对面部皮肤）
	重组胶原蛋白固体制剂	临床	用于抗衰老的皮内及皮下恢复肌肤活力的产品（主要针对面部皱纹，如抬头纹、鱼尾纹）
	重组胶原蛋白凝胶交联	开发	用于抗衰老的皮内及皮下恢复肌肤活力的产品（主要针对中度至重度的颈纹）
吴海生科	重组胶原蛋白凝胶	开发	用于抗衰老的皮内及皮下恢复肌肤活力的产品（主要针对中度至重度法令纹）
	智能交联胶原蛋白填充剂	临床前	通过体内环境智能调节交联技术，使得胶原蛋白填充剂具有优秀的组织融合性和体内维持时间
锦波生物	人源化胶原蛋白	实验室	具有良好的吸水性及细胞修复再生功能，可起到隔离、修复再生、止血的作用，也可用于改善皮肤干燥毛孔粗大、皮肤老化等皮肤问题
创尔生物	动物源性医用胶原材料	-	医美方面：利用天然胶原的优良生物兼容性与诱导组织再生能力，用于面部皱纹组织或凹陷性组织的重塑

胶原蛋白-发展趋势：在未来，通过持续性的研发和生产技术的进步，胶原蛋白将不断丰富自身的产品种类和功效，以此不断丰富下游应用场景领域。

趋势1

下游应用场景不断丰富，优质产品供给加速行业扩容

重组胶原蛋白在功效性护肤、医美等领域受到越来越多消费者和厂商的青睐。众多厂商均看好重组胶原蛋白医美注射剂的应用前景，纷纷加码重组胶原三类械产品，并在防脱生发、女性私密领域持续探索

趋势2

胶原蛋白丰富的型别及多元的功效奠定行业长期发展基石

近年来，更多类型的胶原蛋白及其多元化的功效被不断发掘，围绕其开发的终端应用场景和产品矩阵也不断拓展，如III型胶原蛋白除了用于皮肤的修护与抗衰，还在增加毛囊营养与活性等方面具备良好功效。

趋势3

制备生产技术进步有望带动终端应用场景进一步延伸。

重组胶原蛋白在设计、生产制备、终端应用开发等环节具有较高壁垒。长期来看，重组胶原蛋白较动物源胶原蛋白更具规模化生产潜力且成本更具优势，随着制备技术进步，未来终端应用场景有望进一步延伸。

水光针：因监管趋严，国内合规水光针产品不多，代表企业为艾尔建、华熙、爱美客、锦波等；2022年药监局明确将“水光针”纳入III类器械管理，因此械III认证成为了水光针产品的竞争关键点，决定其能否进行破皮注射。

国内合规水光针产品

产品类型	产品名称	公司	注册证	证数	维持时间	价格
纯HA	润致娃娃针/御龄双子针	华熙生物	3类	12	1-3个月	2330
	碧萃诗	常州药物	3类	3	1-3个月	1400
	术唯可	昊海生科旗下其胜生物	3类	4	1-3个月	1800
	瑞蓝唯琨	瑞典Q-Med	3类	7	12-15个月	6800
HA+“X”	嗨体2.5	爱美客	3类	6	1-3个月	1500
	杰活泡泡针	爱美客		1-3个月	3980	
	乔雅登VOLITE/SKINVIVE	艾尔建	-	-	6-9个月	-
	乔雅登Hydrate	艾尔建	-	-	4-6个月	-
	丝丽动能素516/532	华熙生物旗下法国Revitacare公司	-	-	-	-
	菲洛嘉	法国菲洛嘉	妆字号	已过期	-	980
	胶原蛋白	薇旖美	锦波生物	3类	47	1-3个月
肤柔美		双美生物	3类	3	3个月	5300

童颜针/少女针：国内合规的童颜针/少女针产品较少，当下仅江苏吴中、圣博玛、爱美客、华东医药四家厂商拥有获批产品，其他厂商产品正在研发之中。

国内合规童颜针/少女针产品

企业	PDLLA材料		PLLA材料	
	江苏吴中	圣博玛	爱美客	骨性材料 华东医药
产品名称	AestheFill艾塑菲	艾维岚	濡白天使针	伊妍仕少女针
主要成分	PDLLA（聚双旋乳酸）微球+CMC羧甲基纤维素	聚左旋乳酸微球PLLA	聚左旋乳酸-乙二醇共聚物微球+玻尿酸	聚己内酯PCL微球+水性羧甲基纤维素CMC凝胶
作用效果	即刻塑形	渐进方式改善面部衰老	去皱、抗初老、面部立体	面部填充、立体塑形
作用部位		避开鼻子和下巴，适合脸部大面积区域或臀部、胸部的组织填充	适合小面积骨性区域	适合小面积骨性区域
可逆性		不可逆	部分可逆	不可逆
持续时间		2.5年	2年	1-2年
首次获批时间	2024	2021	2021	2021
注册证类型	3类	3类	3类	3类
参考均价	19800元	18800元	12800元	18800元

企业	产品名称	进展	预计上市时间
高德美	Sculptra	临床	2024年
四环医药	初代童颜针 二代少女针	临床	-
兴科蓉医药	聚己内酯微球面部填充剂	临床	2025年

童颜针/少女针产品研发进展

羟基磷灰石：当前国内尚无获批医疗美容适应症的羟基磷灰石产品，产品申请注册医美新适应症仍需时间。

羟基磷灰石产品

上市地	公司	产品	主要成分	适应症
国外	Merz	Radiesse	CMC、羟基磷灰石钙微球	用于皮下植入，矫正中度至重度面部皱纹和褶皱，如鼻唇沟
		Radiesse (+)	CMC、羟基磷灰石钙微球、利多卡因	增加适应症：深层注射（皮下和/或骨膜上）用于软组织增强，以改善21岁以上成人中度至重度下巴轮廓缺失
	艾尔建	HarmonyCA	透明质酸、羟基磷灰石钙、利多卡因	丰盈轮廓，改善面中部/下面部松垂和脸颊凹陷
国内	铭融医药	悦龄塑	纳米簇羟基磷灰石中空微球、透明质酸	骨缺损修复填充，骨相塑形
	睿合医药	菲林普利	羟基磷灰石多孔微球、透明质酸	中胚层维养，软组织填充，骨相塑形
	昊海生科	海魅·云境	活性多孔羟基磷灰石生物陶瓷	非承重性骨缺损的填充
	华熙生物		羟基磷灰石（60%）、I型（牛）胶原蛋白	整形外科和口腔科需植骨填充的骨缺损等

羟基磷灰石：国外已上市产品开始通过多地区注册申请拓展医疗美容相关适应症，扩大市场影响力，有成熟产品作为参考借鉴，未来国产产品或将陆续启动医美适应症注册，以获得更多合规宣传机会。

2023年2月，Radiesse 启动“纠正中重度鼻唇沟皱纹”适应症的国内注册临床

23年2月启动国内注册临床

重磅 | Merz Aesthetics正式启动Radiesse®NMPA注册临床!

Medactive 2023-02-03 11:17 浏览量:228

点击蓝字，轻松关注



近日消息，Merz Aesthetics正式启动关于“注射用羟基磷灰石凝胶面部填充剂（商品名：Radiesse®）”的新适应症，多中心，盲法（评价者-受试者双盲），随机，对照，非对照NMPA注册临床试验，以评估Radiesse®用于纠正中重度鼻唇沟皱纹的有效性和安全性。

23年启动FDA注册临床

医美 | 艾尔建美学：全球首个“液体线雕”HArmonyCa正式启动FDA注册临床

来源 | 医美网 医美翻译 2023-06-01 16:00

近日消息，艾尔建美学旗下的两款凝胶混合注射填充剂HArmonyCa™正式启动美国FDA临床试验。据悉，目前HArmonyCa™是唯一一个由羟基磷灰石和羟基磷灰石CaHA两种活性成分组成的综合填充剂，同时已在欧洲、以色列等地上市销售。

23年11月合作引入国内市场

华糖大昌与CGBio签署战略合作协议，推动“FACETEM”羟基磷灰石填充物的上市许可及助力其开拓中国市场

来源 | 华糖大昌 华糖大昌HTDK 2023-11-04 12:54 浏览量:218

近日，华糖大昌（以下简称：HTDK）与CGBio宣布签署中国地区及澳门地区商业化战略合作协议，推动“FACETEM”羟基磷灰石填充物的上市许可及助力其开拓中国市场。作为韩国上市公司Daewoo（大宇制药）的子公司，CGBio是一家引领再生医学技术的企业，其产品线主要覆盖骨科、医美、创伤等领域。此次合作的产品“FACETEM”羟基磷灰石填充物是一种用于改善皱纹的面部皮下注射剂。这是CGBio开拓中国医美市场的重要一步，HTDK将凭借卓越的产品注册能力、丰富的市场拓展经验，全方位助力“FACETEM”在中国市场的推广。

ADM：基于ADM临床应用效果缺乏研究支持、制备方法尚无统一标准、免疫排斥风险等因素限制，海内外仅数款产品获批。

ADM产品

品牌	产品	注册企业	类别	预期用途	批准信息
爱缇恩（远想生物品牌）	脱细胞真皮基质	江苏优创生物	三类	适用于真皮缺损的替代和修复治疗：（1）创伤、手术后的真皮缺损；（2）肉芽创面；（3）深II度、III度烧伤等。	2017.12 NMPA
东慈	异种脱细胞真皮基质敷料	江苏优创生物	三类	供医疗机构用于浅II度烧（烫）伤创面、供皮区创面、深度烧伤切（削）痂创面、肉芽创面等创面的覆盖治疗。	2019.01 NMPA
美伏灵（畅丰生物品牌）	猪皮脱细胞真皮基质敷料	江苏奔翔生物	三类	适用于II度烧伤创面，供皮区创面覆盖	2014.06NMPA

干细胞：在医美领域，干细胞技术尚处基础临床研究阶段，未有广泛应用和成熟技术规范，安全有效性待检验，国家监管严苛。详见本报告医疗抗衰篇中干细胞章节。

干细胞应用背后难点主要在于：

01

干细胞技术处于初期阶段，存在干细胞排斥、过敏反应、与其他干细胞发生交叉污染以及不可控增殖等潜在风险；

02

干细胞在体内对众多宿主细胞影响机制的细节尚不够明确；

03

干细胞的提取、制备和使用等方面没有相应的标准指南来规范，进而降低干细胞临床使用的安全性

生长因子：国内外泌体、富血小板血浆PRP均未有合规产品。

● 外泌体

现状：因规模化制备难度大，全球外泌体商业化应用较少，在国内仍处于临床研究阶段，而在日本有较多应用。国内外泌体产品有4家（远想生物、佰鸿集团、三禾医疗、捍马医疗），处于临床研究阶段，未有合规产品。

01

● 富血小板血浆PRP

现状：国内医疗美容领域应用上尚未有合规产品，而在日本医疗美容领域，则有较多应用案例。

02

材料未来趋势：未来材料的创新将从材料创新、配方创新两大维度进行。



未来趋势一：材料创新



未来趋势二：配方创新

未来趋势一：材料创新。从材料本身着手，创新开发出与以往成熟材料明显不同的新型材料，从而实现材料的革命性创新。



● 新型材料的出现与创新

D型材料（可能完全可吸收+可能实现永久性增强效果），包括合成生物、组织工程及再生医学产品、生物活性材料，如重组胶原蛋白、PCL微球/PLLA、羟基磷灰石、干细胞、生长因子、ADM等

未来趋势二：配方创新。从制作配方及适应症方面着手，对成熟型材料进行二次开发、迭代升级，从而开发出功效更强、更全面的创新材料。

老材料的配方创新，对不同材料组合实现新效果

老材料的适应症创新，趋于精细化与多元化

例：濡白天使（透明质酸+PLLA）效果> 艾薇岚（PLLA）

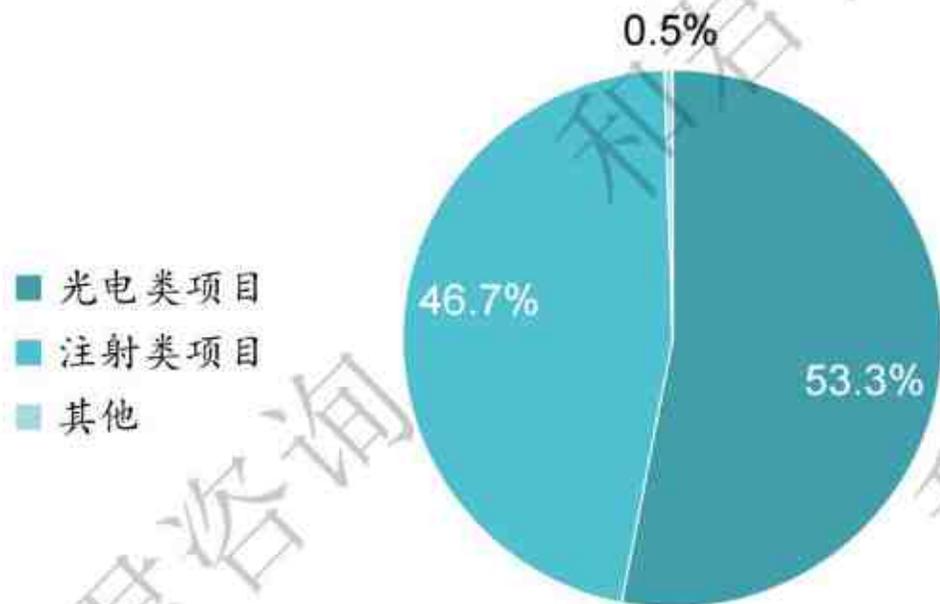
图表：FDA认证的玻尿酸适应症

产品	艾维岚	濡白天使
类型	童颜针	童颜针
公司	圣博玛生物	爱美客
主要成分	PLLA	PLLA、HA、盐酸利多卡因
有效期限	30个月左右	2年左右
参考价格	18800	12800
特点	自体胶原再生，自然灵动、触感真实；填充容量的同时，紧致嫩肤；无残留，栓塞风险低	即刻填充，持久再生；无需复配；注射舒适

部位	产品	FDA认证时间	适应症
鼻唇沟	Restylane®Contour	2021/06	矫正面中部轮廓缺陷
唇部/口周	Restylane®Kysse	2020/03	丰唇和矫正上口周皱纹
脸颊	Restylane®Contour	2021/06	矫正面中部轮廓缺陷
手部	Restylane®ft	2018/05	注射到手背以纠正体积损失
下巴	Restylane®Defyne	2021/01	改善轻度中度下巴后缩
下颌线	Juv é derm Volux XC	2022/07	改善下颌线
眼周	Restylane®Eyelight	2023/05	改善眶下凹陷
全面部	Juv é derm Skinvive	2023/05	改善皮肤光滑度

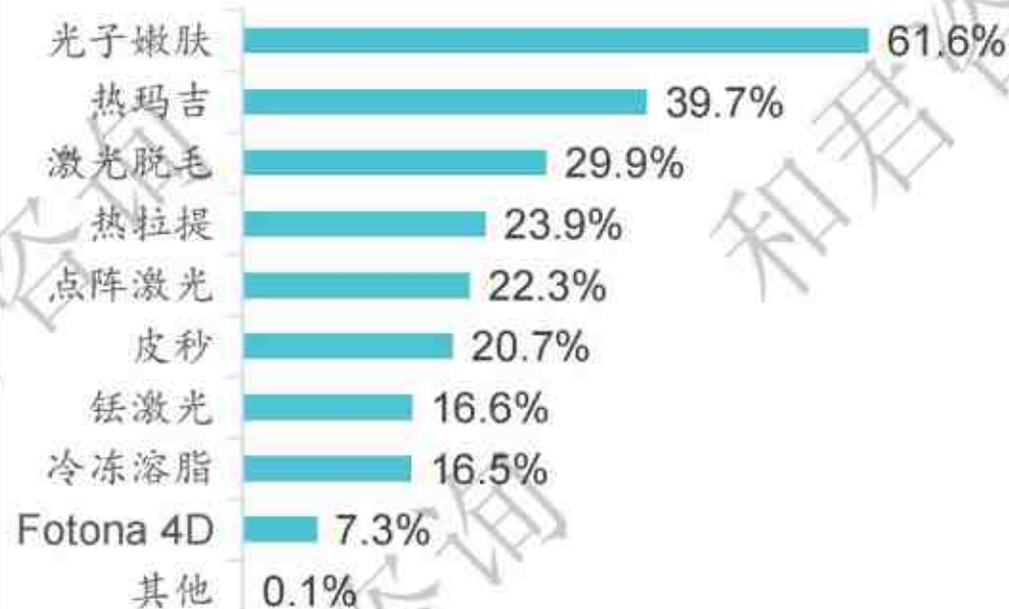
设备项目结构：医美非手术市场中，光电类项目占比超过50%，占据超过一半的市场份额，最受用户青睐；其中光子嫩肤、热玛吉、激光脱毛等激光、射频项目热度最高。

2022年中国非手术医美市场项目结构



中国非手术医美市场中光电类项目占比为53%，高于注射类及其他。

2022年中国光电类医美项目消费统计



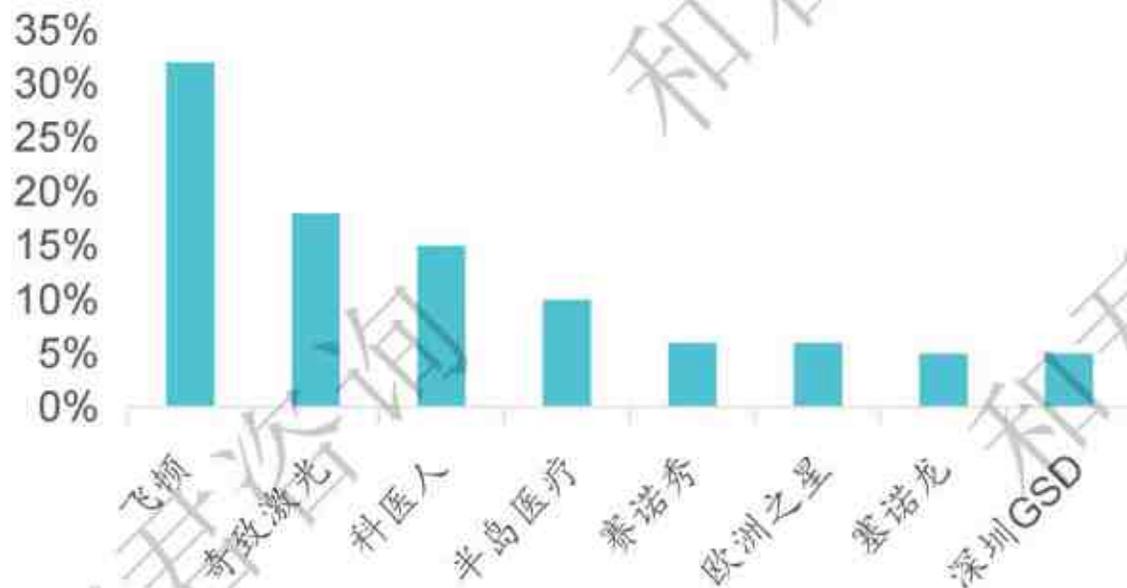
光电类医美项目中，消费者喜欢消费光子嫩肤、热玛吉、激光脱毛等项目。

激光：激光类项目分为调Q、皮秒、点阵激光、激光脱毛、紧致抗衰、私密等品项，其功效各异，包括祛斑、祛痘、紧致、改善肤色等。

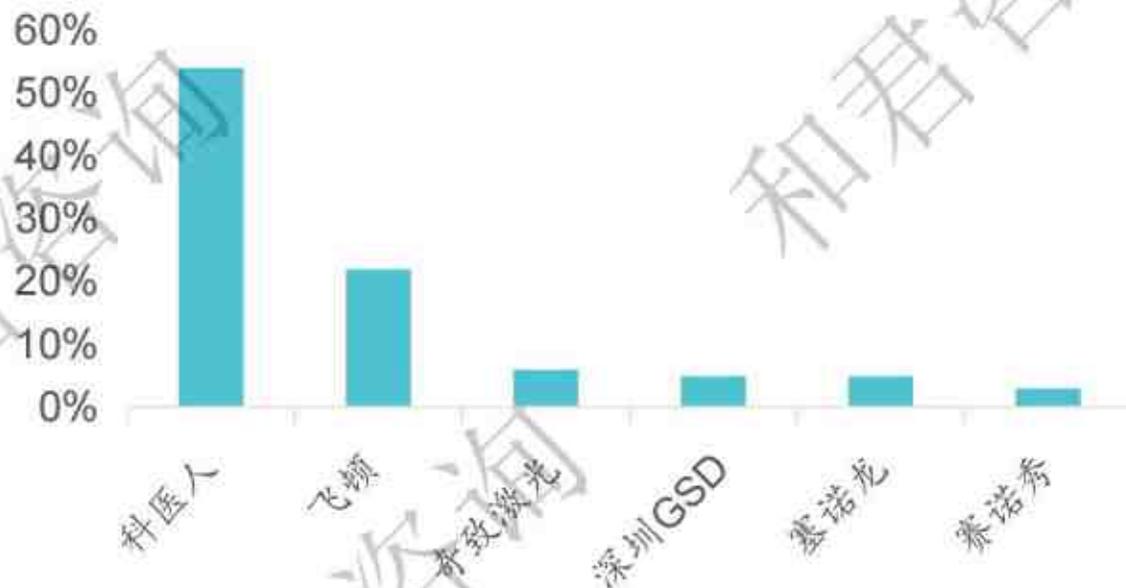
项目	原理	产品	品牌
调Q	可选择多种波长和模式，主要针对色素类疾病、祛斑以及祛纹。	白瓷娃娃（赛诺秀C6） 飞顿大Q	美国赛诺秀 以色列飞顿
皮秒	调Q基础上脉宽缩短达到皮秒级别，能量在靶组织更聚集。	蜂巢皮秒 超皮秒 Picofour皮秒	美国赛诺秀 以色列塞诺龙 以色列飞顿
点阵激光	利用局部性光热效应，适用于瘀痕痘坑的治疗。	微雕点阵王 超脉冲点阵王	美国科医人
激光脱毛	激光光束被毛发中的黑色素吸收，破坏毛囊，抑制或延迟未来的毛发生长。	月光脱毛 超级冰点脱毛 华尔兹冰点	美国科医人 以色列飞顿
紧致抗衰	采用四种激光模式，对皮肤进行分层治疗，紧致提升、改善肤质肤色，实现全面抗衰。	Fotona4D极塑提拉	德国Fotona
私密	激光技术作用于女性黏膜组织，实现改善肤色/紧致抗衰	菲蜜丽 欧洲之星蕊丽	以色列飞顿 德国Fotona

激光：激光类市场前五品牌为飞顿、奇致激光、科医人、半岛医疗、赛诺秀，CR5达81%，强脉冲光类市场前五品牌为科医人、飞顿、奇致激光、GSD及塞诺龙，CR5达92%，整体市场集中度较高，市场结构稳固。

2020年激光类医美器械竞争格局



2021年强脉冲光类医美器械竞争格局



激光类市场中，飞顿、奇致激光、科医人、半岛医疗、赛诺秀的市占率排名前五。

强脉冲光类市场中，科医人、飞顿、奇致激光、深圳GSD、塞诺龙的市占率排名前五。

射频：国内共23款射频类产品获批，其中进口的射频设备为3类医疗器械证，而国产的射频设备主要为2类证，国产产品聚焦相对低端市场。

国内射频 获批产品

国家	公司	获批产品数	获批时间
以色列, 昊海收购	EndyMed	1	2014年
以色列, 复锐收购	Alma	3	2014年
韩国	Jeisys	1	2014年
加拿大	Solta	1	2015年
以色列	Syneron	3	2015年
以色列	Viora	1	2015年
韩国	维奥	1	2015年
韩国	Lutronie	1	2016年
英国	BTL实业	2	2017年
以色列	InMode	2	2020年
中国	武汉中科科理	1	2015年
中国	光燧激光	1	2019年
中国	德技	1	2021年
中国	热芙美	1	2021年
中国	顺博医疗	1	2021年
中国	半岛医疗	1	2022年

数据来源：NMPA

超声：超声类设备因技术风险高，国内外的超声类合规产品均比较有限，代表性厂商包括美国Ulthera、韩国Doblo、韩国Classys及美国Solta。

超声类光电项目代表产品

产品	厂商	原理
超声刀（美版聚焦超声提升）	美国Ulthera（德国Merz）	高聚焦能量波使聚焦处的SMAS产生蛋白凝固反应，以凝固点为中心向四周产生拉力、重生胶原蛋白，双重加强SMAS的弹性
韩版超声提升	韩国Doblo	超声在皮肤表层下3到4.5毫米形成聚焦面，通过热反应使松弛的皮肤组织收紧，治疗部位会持续胶原再生，达到面部紧致提升。
7D聚拉提	韩国Classys	将65-75° C的高能聚焦超声能量传递于目标皮肤组织层，产生热凝固效应，而保护周围组织。刺激胶原蛋白、弹力纤维增长同时大大提升舒适感，让肌肤饱满紧致。
热立塑	美国Solta（博士康）	通过集中治疗的HIFU聚焦超音波技术，深入皮下1.3cm处进行治疗，利用热量永久性地破坏皮下脂肪、直接减少脂肪量，同时刺激胶原蛋白增厚填补消融脂肪后的空隙。

最新动态：新产品层出不穷，设备厂商通过在成熟产品技术的基础上，从疗效、效率、使用场景等方面制造独特卖点，打造区别于原有产品的差异化。

燃脂炮

原理：与射频主要作用于真皮层，及超声主要作用于筋膜层不同，燃脂炮聚焦真皮层和筋膜层之间的脂肪层细胞，从源头解决脂肪型双下巴、眼袋及内脏脂肪堆积造成的形体问题，同时，燃脂炮的内生热机制更可改善宫寒等亚健康问题

激光脱毛仪

原理：采用三种最有效的脱毛激光波长（755nm、810nm和1064nm）同步激光脱毛，重塑了脱毛模式，提升了治疗速度，宣称脱毛速度最快

透皮胶原光

原理：利用红外光的高穿透性，直接作用于真皮层，热效率更高；近红外短波和长波覆盖真皮层不同深度，抗衰效果更好；通过生物作用促进 ATP 等关键细胞生成，以及成纤维细胞和胶原蛋白的再生。

家用超声炮美容仪

原理：从院线到家用，拥有院线超声炮同源的技术，通过高能聚焦超声将热能作用至皮肤组织真皮层、浅脂肪层、SMAS筋膜层，促进组织收缩并促进胶原蛋白的新生，从而达到淡纹 提拉、紧致

政策动态：国家针对医美设备的监管持续细化升级；与此同时，部分地方政府对医美设备的创新鼓励政策也已出台，支持实力品牌发展。

医美设备相关政策

产品	厂商	原理
2021年6月	《关于进一步加强医疗美容6月容综合监管执法的通知》	严厉打击非法开展医疗美容相关活动的行为和非法制售药品医疗器械的行为，严格规范医疗美容服务行为，严肃查处违法广告和互联网信息。
2022年3月	《关于调整<医疗器械分类目录>部分内容的公告》	部分内容调整表对部分医美产品监管类别做出调整，明确射频治疗仪、射频皮肤治疗仪按照三类医疗器械监管。
2022年7月	《深圳市促进大健康产业集群高质量发展的若干措施》	积极发展用于皮肤美容的医用激光、光子、射频及超声设备等医疗器，对新获II、III类证的品种给予一次性奖励，对进入创新医疗器械特别或优先审评程序的获批产品提高资助。
2024年4月	《关于调整<医疗器械分类目录>部分内容的公告》	射频治疗仪、射频皮肤治疗仪类产品未依法取得医疗器械注册证不得生产、进口和销售；未取得医疗器械生产、经营许可证（备案）的企业，不得从事相关产品的生产和销售



小结

- **项目结构**：光电是主流，激光、射频热度最高。
- **设备概况**：激光最成熟，射频正上行，超声有风险。
- **发展动态**：监管持续细化升级，政策鼓励创新。

上游材料

上游设备

- **重点关注材料**：玻尿酸、肉毒素、水光针、胶原蛋白及童颜针。
- **未来趋势**：材料创新+配方创新。

目录

CONTENTS

01

医疗美容行业篇

02

男性医疗健康篇

03

私密医疗美容篇

04

医疗抗衰健康篇

05

上游材料设备篇

06

医美资本市场篇

行业上市公司

上游原料/器械

爱美客
IMEiK

华熙生物
BLOOMAGE BIOTECH

昊海生科
Hao Hai Healthcare

华东医药
HUADONG MEDICINE

FOSUNPHARMA
复星医药

LUSHANG
鲁商发展
健康生活服务

四环医药
SinoPharma

双鹭药业
SL PHARM

现代制药
SHYNDEC

崇山药业
CSBIO

光正集团

冠昊生物
GUANHAO BIOTECH

景峰医药

东宝生物
DONGBAO BIO-TECH

Lifotronic
普门科技

BTN
贝泰妮集团
BOTANEE GROUP CO.,LTD

巨子生物
GIANT BIOGENE

jimbo 锦波

中游机构/下游平台

ARSMO
华韩®整形

瑞丽医美
RULI MEDICAL COSMETICS
— 始于1993 —
医疗美容 诚信经营

LANCY 奥园
朗姿股份
你我的理想生活

国际医学
INTERNATIONAL MEDICAL

SUNING
苏宁环球

华邦健康
HUABANG LIFE SCIENCE

GOPRO

悦心健康
ENERGY HEALTH GROUP

金陵药业

LOUING 澳洋健康

创新医疗
INNOVATIVE MEDICAL

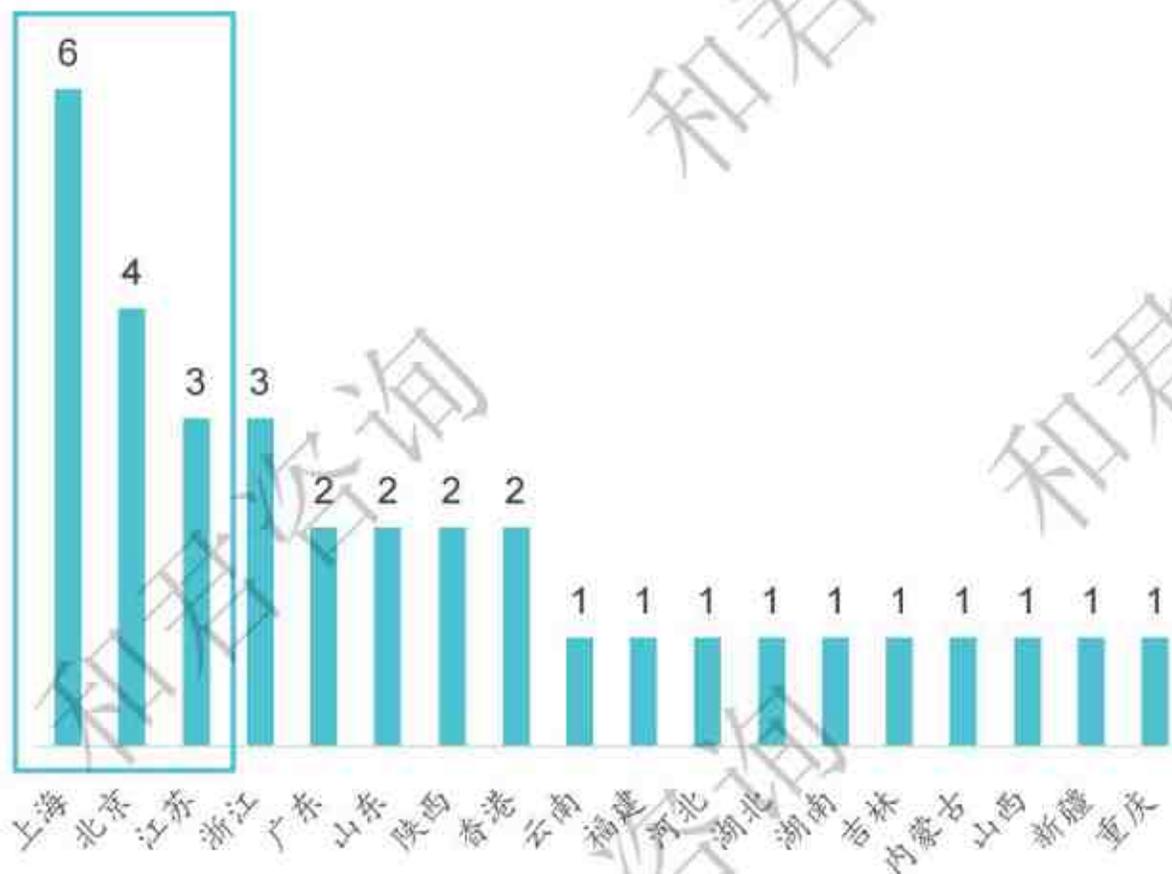
美丽田园
Beauty Form

東森 自然美
NATURAL BEAUTY

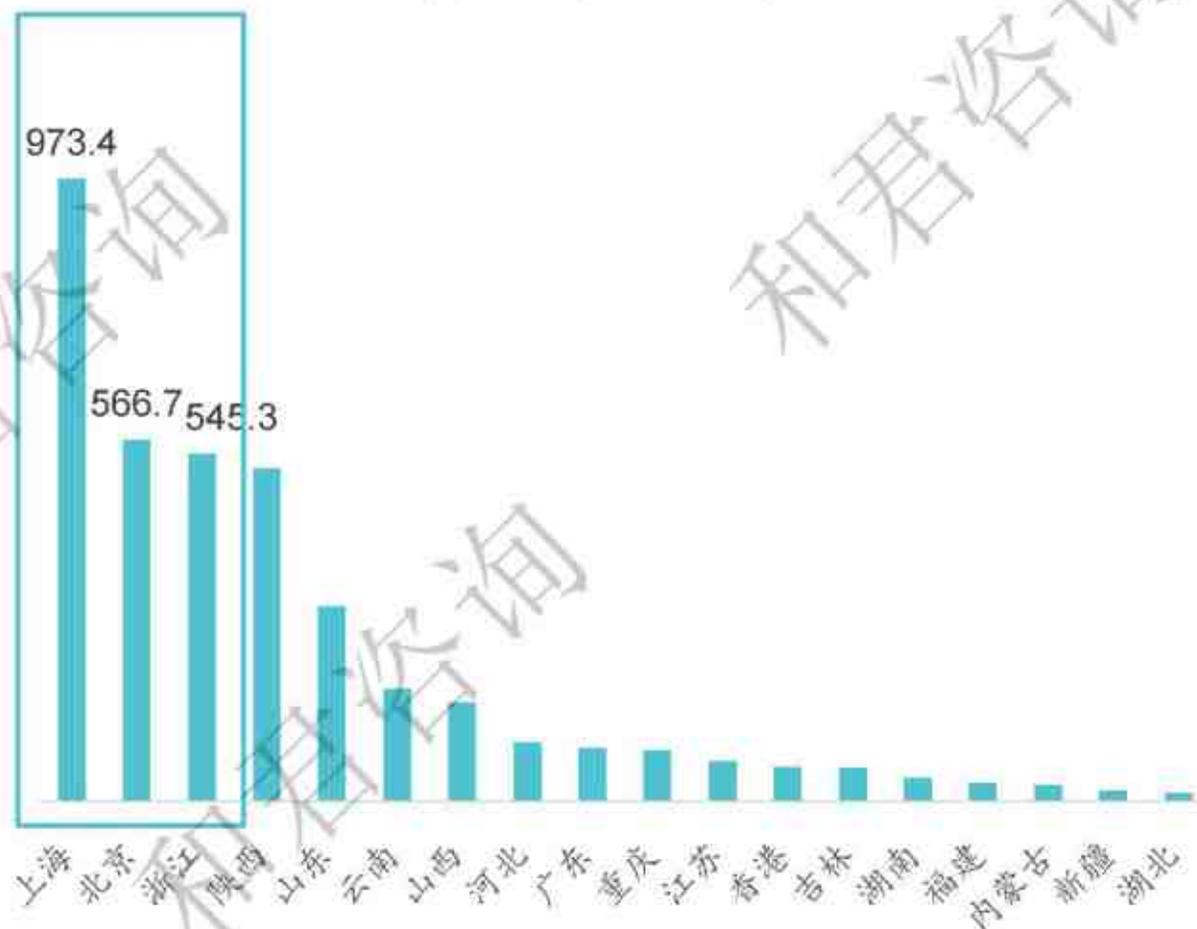
新氧

行业上市公司分析：从区域分布来看，上海的医美上市公司数量最多，北京、江苏位列其后；从各区域总市值来看，上海区域的医美上市公司总市值最高，北京、浙江其次；上海、北京处于领先地位。

医美行业上市公司数量区域分布（家）



医美行业各区域上市公司总市值（亿元）



数据来源：choice，和君整理，数据截止2024.8.31

行业上市公司分析：截止2024年8月31日，市值分布上，数量上呈现明显金字塔结构，企业主要分布在300亿元以下的中小市值区间，占比近90%，排名前9的企业均为上游原料企业，前三分别是复星、华东及爱美客；市盈率分布上，主要分布在50倍以下，整体市盈率中等偏低，证明资本市场谨慎看好。

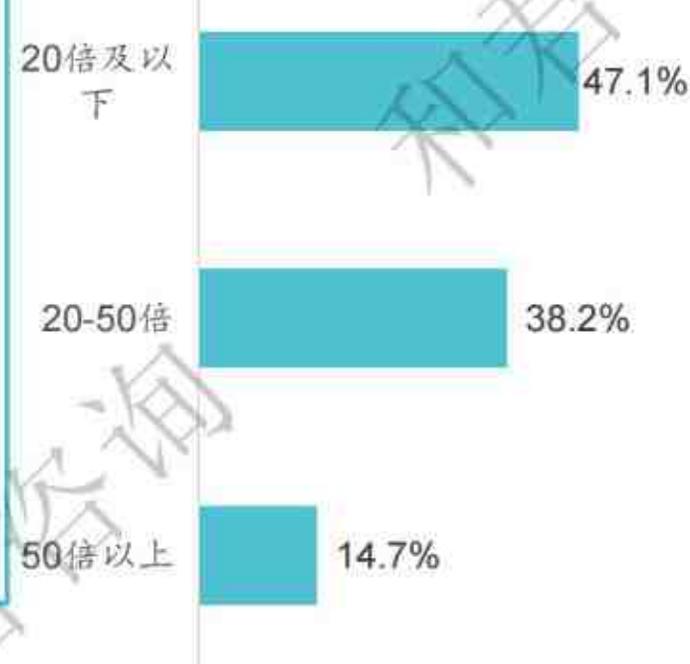
医美行业上市公司
市值量级分布



医美行业上市公司市值前十 (亿元)



医美行业上市公司市盈率
量级分布



行业上市公司分析：总资产上，排名前十的以上游原料企业居多，中游机构其次，前三为复星、华东、华邦；而资产负债率，排名前十的大部分为中游机构；综合来看，相比上游，中游机构对金融杠杆利用较充分，风险偏好较高，经营需重视稳健性。

医美行业上市公司2023年总资产前十
(亿元)



医美行业上市公司2023年资产负债率前十



数据来源: choice, 和君整理

行业上市公司分析：营收上，排名前十的基本为上游原料企业，前三为复星、华东、国药现代；净利润上，排名前十的均为上游原料企业，且大部分与营收前十重合，前三为复星、华东、爱美客；综合来看，上游原料企业的营收与盈利规模较中游为大，复星、华东表现突出。

医美行业上市公司2023年营收前十
(亿元)



医美行业上市公司2023年净利润前十
(亿元)



行业上市公司分析：毛利上，排名前十的基本为上游原料企业，前三为爱美客、锦波、亮晴；净利率上，排名前十的基本为上游原料企业，且大部分与毛利前十重合，前三为爱美客、巨子、双鹭；综合来看，上游原料企业的盈利能力较中游为大，爱美客表现突出。

医美行业上市公司2023年毛利率前十



医美行业上市公司2023年净利率前十



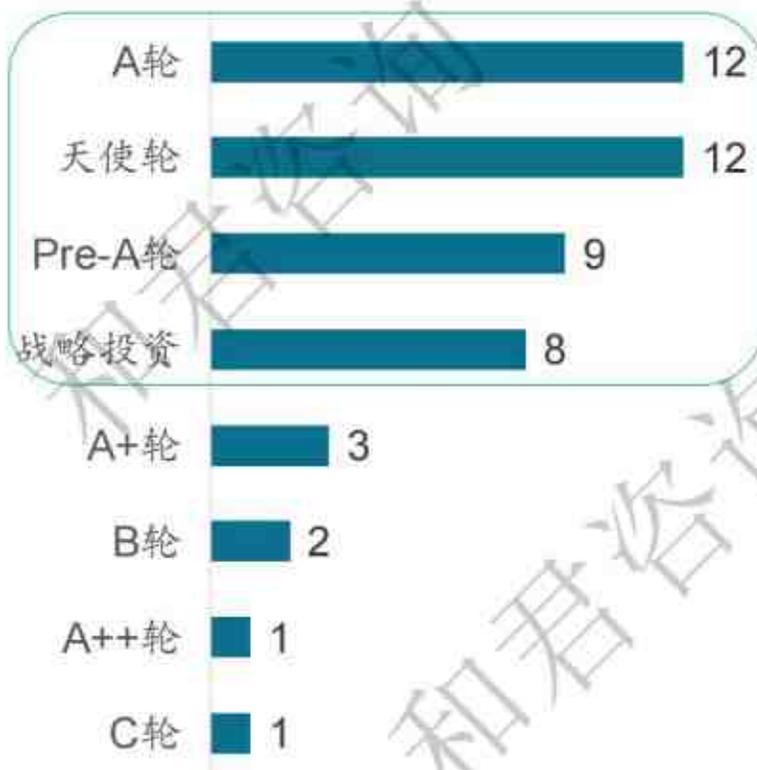
数据来源：choice，和君整理

投融资：企业类型上看，医美行业投融资主要集中在上游器械和原料，如合成生物、重组胶原蛋白等，其次是中游的医美平台和轻医美机构；轮次上看，主要集中在早期的天使轮、Pre-A轮和A轮，战略投资也出现频繁；金额上看，基本在千万级以上。

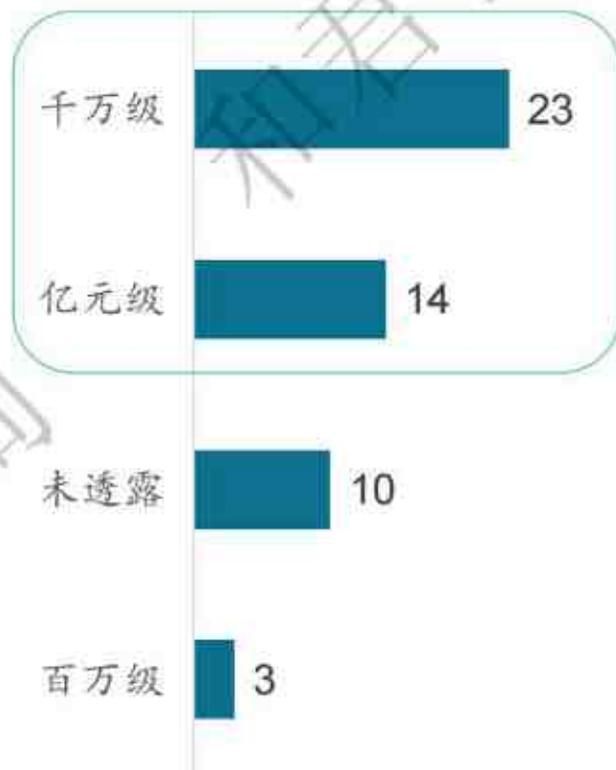
2022-2024年医美行业投融资企业类型分布



2022-2024年医美行业投融资轮次分布



2022-2024年医美行业投融资金额分布



收并购：主要包括上游原料商之间、以及中游机构之间的收并购和横向扩展，行业龙头通过收并购扩大医美产业布局，实现强强联合。



华熙收购益而康生物51%股权

2022年4月，华熙以2.33亿元收购了北京益而康生物51%的股权，标志着其进军胶原蛋白领域。并在同年8月推出了胶原蛋白产品。

LANCY
朗姿

朗姿收购多家医美机构标的

- 2022.9：收购昆明韩辰75%股权。
- 2023.5-8：投资成都幽兰、并购杭州妍工房美容
- 2024.2：拟收购郑州集美



美丽田园并购奈瑞儿

2024年3月，美丽田园宣布以3.5亿人民币战略投资并购奈瑞儿健康科技有限公司70%的股权。

奥园美谷
Aoyuan Beauty

ST美谷收购连天美3.2%股权

2024年3月，公司下属控股子公司以3237.71万元收购持有连天美公司3.2%股份。

从产业链看2022年至今行业内上市公司的收并购事件：

- 1、上游：华熙生物收购益而康
- 2、中游：朗姿收购韩辰等机构
- 3、中游：美丽田园并购奈瑞儿
- 4、中游：ST美谷收购连天美且收购股份占比普遍较高。

可看出主要是中游机构之间的强强联合，其次是上游原料商之间，行业龙头以此扩大业务布局，实现强者恒强

基金：通过投资基金、产业基金等的发起参与，行业上游原料商致力于实现行业内的资源整合，扩大业务布局，提高行业影响力。



华熙生物设立私募股权投资基金

2022年5月，华熙生物设立海南海熙私募股权投资基金合伙企业，探索皮肤科学领域的品牌生态布局，聚焦功效性护肤研发和品牌孵化。



贝泰妮参投红杉基金

2022年6月，薇诺娜母公司贝泰妮使用1亿元参投红杉资本设立的红杉基金，关注科技、医疗健康、消费服务等行业的投资机会。



国内首个合成生物 CVC基金落地

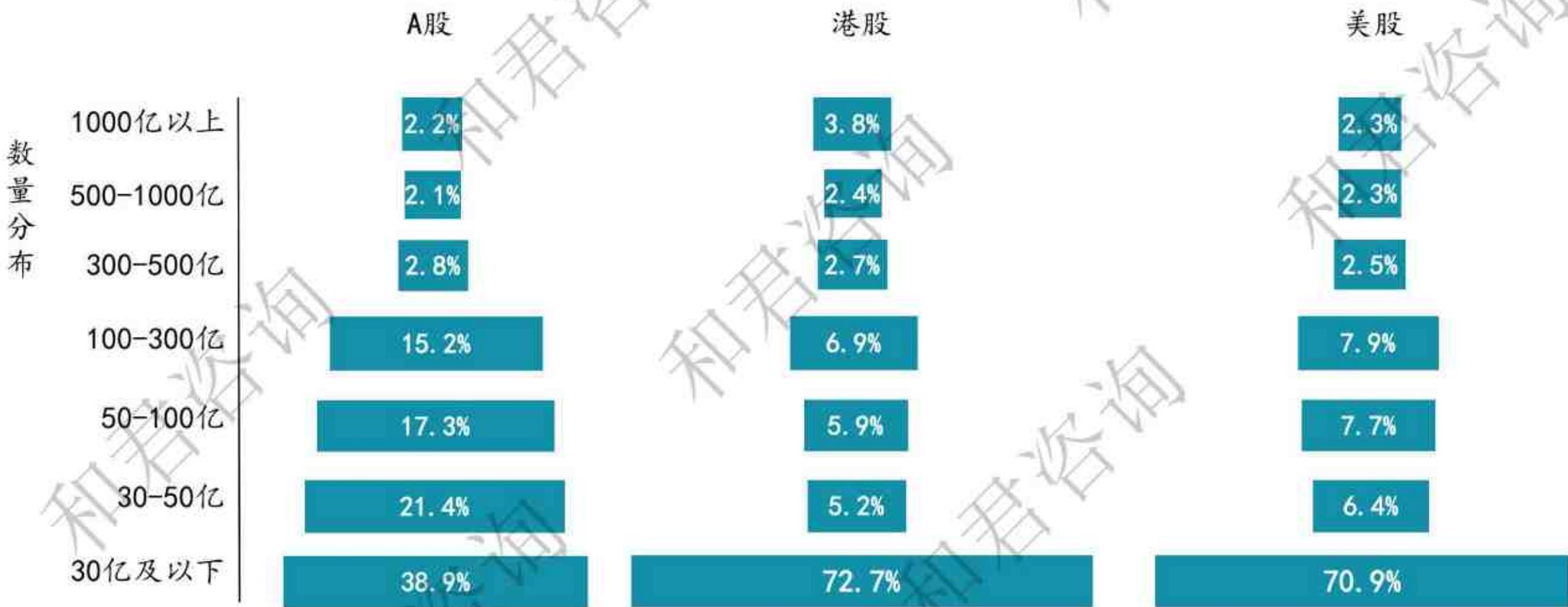
2024年4月，由华熙生物、朗姿韩亚、海南自贸港基金、海口国家高新区基金共同设立的国内首个合成生物CVC基金——海南华熙元祐医疗健康消费品产业基金正式落地。

从产业链看2022年至今行业内上市公司的基金相关事件：

- 1、上游：华熙生物设立私募股权投资基金
- 2、上游：贝泰妮参投红杉基金
- 3、上游：国内首个合成生物 CVC基金落地。

可看出参与者均为上游原料企业，通过资本的助力，打通上游生态，实现行业内的资源整合，同时跨行业延伸。

A股、港股和美股企业市值分布：A股300亿市值以下企业占比多，而港股和美股市场则没有腰部企业，大部分在30亿以内；未来A股的市值分化将向港股及美股等成熟资本市场看齐，相关医美健康机构要持续做大规模并提升盈利能力才能获取较好的市值表现。



数据来源：choice，和君整理，数据截止2024.8.31

政策监管：新“国九条”从严控发行、强化监管、加大退市力度等多角度出发，对资本市场进行全面深化改革，打造建设安全、规范、透明、开放、有活力、有韧性的资本市场，为投资者提供更加安全、公平、透明的投资环境，有助于进一步激发市场活力，推动我国资本市场的持续健康发展。

1 总体要求：深刻把握资本市场高质量发展的主要内涵，在服务国家重大战略和推动经济社会高质量发展中实现资本市场稳定健康发展

2 严把发行上市准入关：进一步完善发行上市制度，强化发行上市全链条责任，加大发行承销监管力度

3 严格上市公司持续监管：加强信息披露和公司治理监管，全面完善减持规则体系，强化上市公司现金分红监管，推动上市公司提升投资价值

4 加大退市监管力度：深化退市制度改革，加快形成应退尽退、及时出清的常态化退市格局。

5 加强证券基金机构监管：推动行业回归本源、做优做强。推动证券基金机构高质量发展，积极培育良好的行业文化和投资文化

6 加强交易监管：增强资本市场内在稳定性，促进市场平稳运行，加强交易监管，健全预期管理机制

7 大力推动中长期资金入市：建立培育长期投资的市场生态，完善适配长期投资的基础制度，构建支持“长钱长投”的政策体系，优化保险资金权益投资政策环境。

8 进一步全面深化改革开放：着力做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章，完善多层次资本市场体系，统筹资本市场高水平制度型开放和安全

9 推动形成促进资本市场高质量发展的合力：推动加强资本市场法治建设，大幅提升违法违规成本，加大对证券期货违法犯罪的联合打击力度，深化央地、部际协调联动

发展趋势：2024年资本市场改革一方面将立足现状，全力维护市场平稳运行，加大资本市场对中长期资金和耐心资本的吸引力，切实改善投资者预期，提振投资者信心；另一方面，将着眼长远，持续提升资本市场服务经济高质量发展的质效。

完善市场供需平衡机制 全力维护市场平稳运行

- 1、以推进全面注册制改革走深走实为抓手，不断完善市场自身的供需平衡调节机制
- 2、持续提升上市公司质量
- 3、综合施策，确保市场平稳运行

深化投资端改革 提振市场长期投资信心

- 1、以“资本市场投资端改革行动方案”为抓手，加快完善资本市场投资功能
- 2、持续推进公募基金费率改革，切实让利投资者

聚焦五篇大文章 提升资本市场服务高质量发展的能力

- 1、资本市场服务高水平科技自立自强行动方案”和“资本市场服务建设现代化产业体系行动方案”，全面提升资本市场服务科技创新和现代化产业体系的能力
- 2、支持北交所高质量扩容，进一步提升对专精特新企业的服务能力
- 3、中国特色期货监管制度和业务模式成改革重点，提升重要大宗商品价格影响力

深化资本市场双向开放 提升上海香港国际金融中心能级

- 1、持续深化互联互通机制，推进资本市场高水平制度型开放
- 2、加强上海与香港资本市场之间的统筹布局和协同发展

发展趋势：2024年资本市场改革一方面将立足现状，全力维护市场平稳运行，加大资本市场对中长期资金和耐心资本的吸引力，切实改善投资者预期，提振投资者信心；另一方面，将着眼长远，持续提升资本市场服务经济高质量发展的质效。

推动证券行业并购重组 打造一流现代投行

- 1、顺应金融强国建设需要，加快打造一流现代投行
- 2、2024年证券行业并购重组预计将进一步提速，推动证券行业形成多元差异化竞争格局

持续做好风险化解 应对风险新特征和新变化

- 1、资本市场将持续做好房地产及地方债务风险的防范化解工作
- 2、顺应资本市场发展的新趋势和新特征，提升防范化解系统性重大风险的能力

深化监管改革 加快金融干部人才队伍建设

- 1、全面强化机构监管、行为监管、功能监管、穿透式监管、持续监管，加大对欺诈发行的惩治力度，净化资本市场发展生态
- 2、加强金融干部人才队伍建设，全面提升监管的专业性、及时性和有效性



投融资集中在上游和早期；行业龙头通过收并购和基金实现强者恒强。

小结

上市公司分析

上游企业经营表现优于中游，爱美客靠研发取胜。

行业投融资

上市条件
政策监管

新“国九条”规范资本市场，A股市值逐渐分化，其上市有风险和金额优势。

和君专家研判

CONCLUSION



王奇峰先生

和君咨询副总经理、资深合伙人
和君咨询上海总部常务副总经理
医疗美容健康行业专家
多家大型上市公司战略顾问

在医美健康行业的长河中，我们见证了无数的波澜壮阔与曲折坎坷。一方面，市场的风云变幻，经济的起伏波动，给这个行业带来了前所未有的挑战。美业机构的闭店潮，技术的更新换代，消费者的日益挑剔，都在考验着每一位从业者的智慧与韧性。然而，正如黎明前的黑暗最为深沉，挑战的背后，也蕴藏着无限的机遇。技术创新的浪潮，消费者需求的升级，政策环境的优化，都在为这个行业注入新的活力。和君咨询作为医美行业的观察者与陪伴者，长期为业内头部机构提供咨询服务，持续跟踪行业动态，对于行业的未来，我们有着坚定的信念与清晰的洞察。

在对行业进行深入的市场调研与研究分析后，和君咨询提出以下几点趋势洞察，旨在为业界同仁提供参考。洞察汇集了行业趋势、消费者行为分析及政策导向，旨在促进行业内部的交流与思考，共同绘制医美行业的未来蓝图，并精准把握其发展脉络。我们坚信，基于严谨研究的洞察将为医美行业的稳健发展提供坚实的理论支撑和实践指导。

趋势一：经济结构重塑，消费两级分化。全球经济结构重塑，中国产业结构正面临巨大转型，正处于经济转型升级的关键时期，居民收入差距扩大，导致消费市场出现两极分化，但医疗保健支出均有提升。

趋势二：行业政策加码，监管扶持并重。国家与地方政府均采取措施对医疗机构进行监管，并打击财税违规；政府在监管的同时大力扶持医美发展，从技术创新、耗材进口、医师水平等方面给予政策利好。

趋势三：技术加持赋能，提升运营效率。创新技术快速发展，在医疗、医美领域已有代表性应用，为用户提供科学化、个性化健康管理服务体验，将来有更广泛、更深入的应用。以人工智能、创新医疗、云计算为代表的新兴产业是驱动中国未来发展的新质生产力，促进行业效率提升。

趋势四：产业资本加码，投资并购频发。医美资本市场投融资、收并购、产业基金等各类事件频发，上游材料设备成为热点；“新国九条”严把发行上市准入关，加大了企业上市准入的难度，并购整合将成为新常态。

趋势五：用户需求多元，品项技术创新。当前美业年轻用户成为主力，他们注重项目的安全性、自然度与有效性。为满足消费者多元化需求，医美材料持续进行材料创新与适应症扩展；人口老龄化带动抗衰老市场上行和干细胞技术发展应用。

趋势六：男性市场广阔，技术持续迭代。男性医美渗透率的提升，加上男科疾病的高发病率，男性用户占比持续上涨，男性医疗市场空间广阔；男性市场的发展带动了技术迭代，非手术、个性化精细化治疗技术涌现。

趋势七：抗衰需求增长，材料研发加快。消费者抗衰需求增长驱动中国抗衰市场热度上升，推动了能深入皮下组织、主打抗衰的射频类项目的增长；抗衰市场的活跃也带动了胶原蛋白的持续研发，目前在研产品中多数拥有抗衰老相关适应症。

趋势八：连锁进程加快，细分机构崛起。中国美容机构数量逐年萎缩，小型机构逐步出清，门店连锁化率、品牌意识提升；消费者多元化需求，驱动美业市场进一步细分，各类细分专业化服务机构崛起。

趋势九：关注品牌心智，实现品牌溢价。美业机构的竞争关键点，从营销内卷转为服务制胜，走品质化路线，实现品牌溢价，注重服务和精细化运营的机构将建立竞争优势。

趋势十：云连锁/双美融合，连锁品牌扩张。传统连锁模式下，打造千店品牌周期很长，而云连锁新模式下，通过快速整合社会资源，促使业务版图在短期内实现扩张。与此同时，双美融合发展促进行业提升运营效率、实现业务闭环，形成强大的品牌矩阵，最终建立市场竞争的“统一战线”。

在这个充满挑战与机遇的时代，我们对医疗美容与健康行业的未来充满期待。和君咨询相信，随着技术的进步、政策的优化、市场的成熟，行业将迎来黄金十年。和君咨询期待，每一位从业者都能以正心正念，合法合规的态度，共同推动行业的进步。期待医疗美容健康行业能够持续做大做强，引领行业发展，为人们带来更多的健康与美丽。让我们一起携手，共创医疗美容健康行业的美好未来！

敬请关注

和君咨询出品系列报告



关注“和君咨询”微信公众号
回复“医美”获取电子报告

中国医疗美容健康行业系列报告

- 《医疗美容行业深度研究》
- 《男性医美专题深度研究》
- 《私密医疗专题深度研究》
- 《医疗抗衰健康专题研究》
- 《上游材料设备专题研究》
- 《医美资本市场专题研究》
- 《医疗美容健康趋势研判》

.....

免责声明

本报告中相关数据与结论主要为公司研究员采用市场调研、门店走访、案例研究、消费者访谈、问卷调研、专家访谈等研究方法得出。其中部分调研数据主要采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前调研目的，为市场和客户提供基本参考，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。受研究方法和数据获取资源的限制，本公司不保证本报告所含信息及资料始终保持在最新状态，将随时补充、更新和修订有关信息及资料。本报告只提供给用户作为市场参考资料，不能作为投资研究决策的依据，不能作为道义的、责任的和法律的依据或者凭证。

关于我们

和君咨询

- 和君集团创建于2000年春，实缴注册资本1亿，先后在北京、上海及深圳成立总部，在赣南森林深处建立和君小镇。和君集团旗下三大板块业务，包括咨询、资本和商学。
- 和君咨询是亚洲本土大型规模的管理咨询机构之一，咨询师队伍达到1300多人，是获得国际管理咨询协会理事会（ICMCI）认证的咨询机构，持续经营二十四年，为企业提供管理咨询+投资银行专业服务，累计服务数千家企业，包括两千多家上市公司，在数十个行业里积累有丰富的案例和经验。



扫码获取资讯报告



www.hejun.com



微信联系和君专家

400-093-2688

189-2933-0636
(微信同号)



北京总部

地址：北京市朝阳区北苑路
86号院E区213栋

上海总部

地址：上海市黄浦区蒙自
路763号新富港中心6层

深圳总部

地址：深圳市南山区南光
路286号水木一方大厦6层

和君小镇

地址：赣州市会昌县223省
道南100米