专业医美
先搜新氧

2021医美行业白皮书

医美行业迈入品质竞技时代

医美“四大发明”推动行业变革

前言

逆流而上，向阳而生。

用这句话形容2021年的中国医美行业，也许再恰当不过。

2021年，新冠肺炎疫情进入常态化管控，医美消费需求蓬勃而出，市场快速增长，非手术类需求旺盛，消费者更加追求品质和体验。

同时，政策层面前所未有的强监管，以及产业发展纰漏给消费者和行业带来的损害和反噬，也给某种程度“野蛮生长”的医美行

业，敲响了警钟。

技术革新、品牌建设、信息透明、服务革新、供应链重构，都在推动着整个医美产业向新的征程进发。而这一切都归结为一个方向：让医美回归医疗本质，为消费者提供更为精细可靠、有品质的服务。

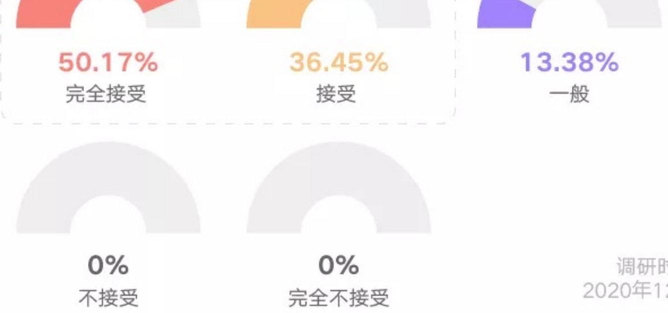
随着医美归医的进程，医美市场必然要进入一个品质化角逐的新阶段。站在这样一个历史的节点，我们丝毫不敢懈怠，同时我们也始终对未来充满敬畏和期待。医美产业处在扬帆起航的前夜，而服务消费者的道路远远没有到尽头。我们相信，只要我们走在正确的路上，早晚都会抵达胜利的终点。

1.二线城市成新增长极

1.医美已成为生活日常，超八成用户对医美接受度高

经过互联网文化冲击与医美行业教育，人们对医美的接受程度已大幅提高，超八成大众人群对医美接受度较高，完全不能接受医美的受访者为0。

超8成大众人群对医美接受度较高

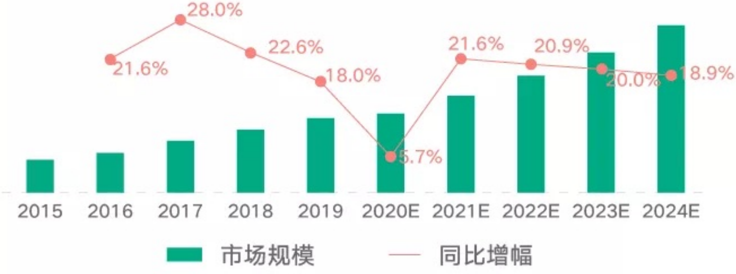


调研时间
2020年12月

数据来源：新氧数据颜究院、第一财经

2.医美市场重回20%以上增长通道

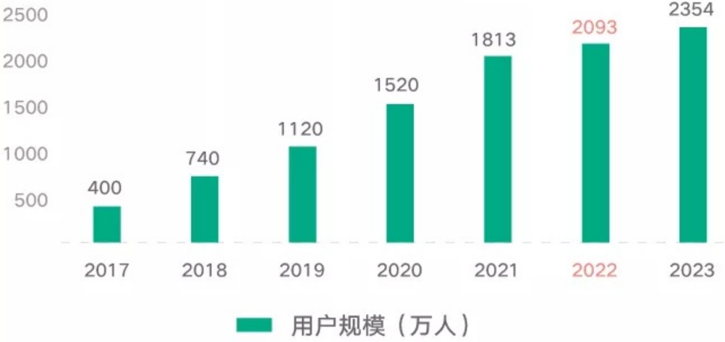
2015-2024中国医美市场规模



数据来源：新氧数据颜究院、Frost&Sullivan

3.2022年医美用户规模将迈过2000万人大关

2017-2023中国医美用户入群规模

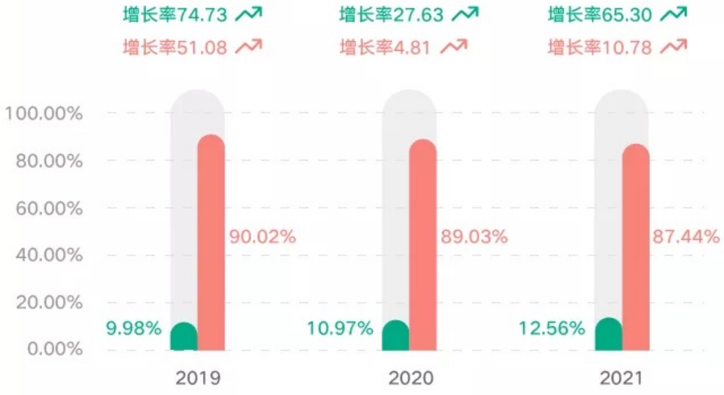


数据来源：新氧数据颜究院、艾媒咨询

4.女性是绝对主力，2021年男性用户增幅是女性的6倍

女性是医美消费绝对主力，但男性医美用户群体持续增长。2021年，男性消费者同比增长超过65%，增幅是女性的6倍。

医美消费人群男女占比及增速



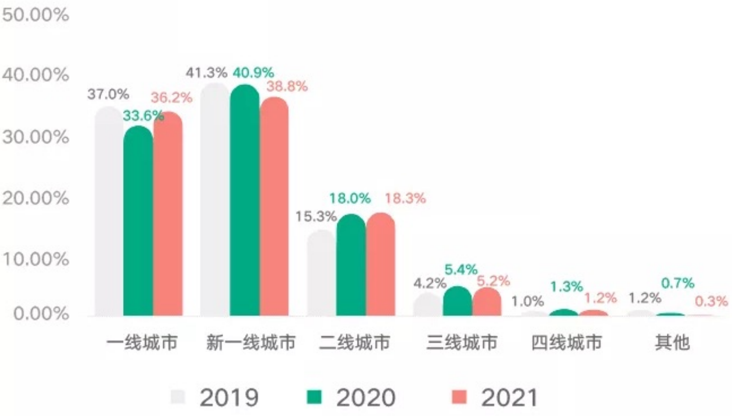
🟩 男性　🟥 女性

数据来源：新氧数据颜究院

5.二线城市消费人群连续三年增长，将成新增长极

一线、新一线城市是医美消费主战场，医美消费人群占比70%以上，二线城市消费人群数量近三年来持续增长，至2021年，这一群体比例已经达到18.33%，与一线、新一线城市呈现三足鼎立之势。未来，二线城市有待成为医美市场新的增长极。

二线城市消费人群占比连续三年提升



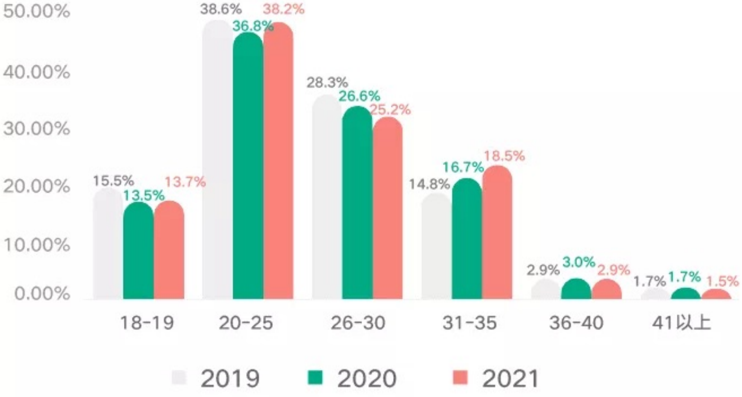
数据来源：新氧数据颜究院

注：一线城市4个，分别为上海、北京、深圳、广州。新一线城市15个，分别为成都、杭州、重庆、西安、苏州、武汉、南京、天津、郑州、长沙、东莞、大连、宁波、青岛和沈阳

6.25岁以下人群是主力，31-35岁人群占比持续三年提升

25岁以下人群，依然是医美消费的绝对主力。同时，31-35岁人群占比连续三年上升，医美消费呈现熟龄消费的新特征。

医美消费人群年龄分布

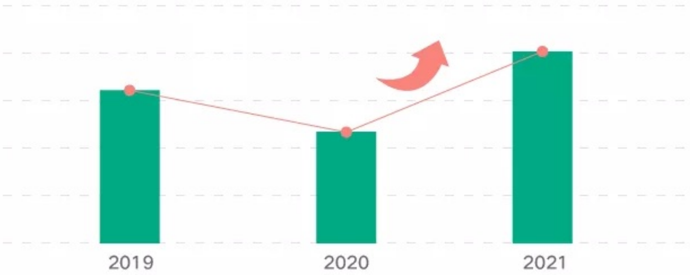


数据来源：新氧数据颜究院

7.多疗程消费成常态，36-40岁人群下单最频繁

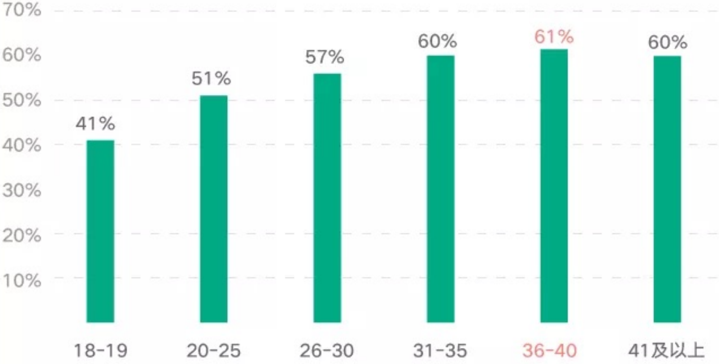
伴随着医美概念的普及，多疗程消费成为大多数医美用户的选择。其中，36-40岁人群下单最频繁，超半数20-25岁人群消费不止1次。

2021年人均下单量增长30%
多疗程消费成更多用户选择



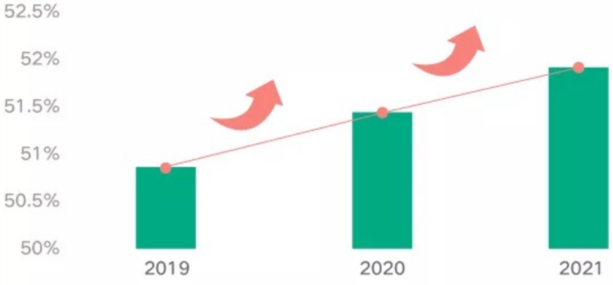
数据来源：新氧数据颜究院

2021年消费2次或2次以上
人群在各年龄段占比



数据来源：新氧数据颜究院

20-25岁人群2次或2次以上
消费占比逐年提升



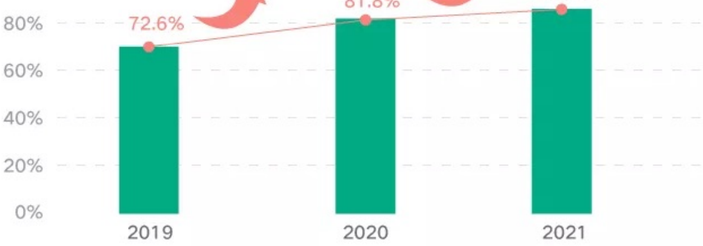
数据来源：新氧数据颜究院

2.光电仪器、肉毒素、玻尿酸，加速医美消费走入大众市场

1.爱“美”不爱“动刀”

不动刀是大趋势，非手术用户占比连续三年提升。

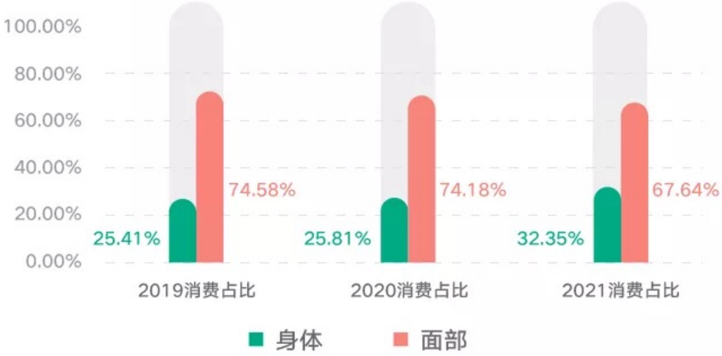
非手术用户占比逐年提升



数据来源：新氧数据颜究院

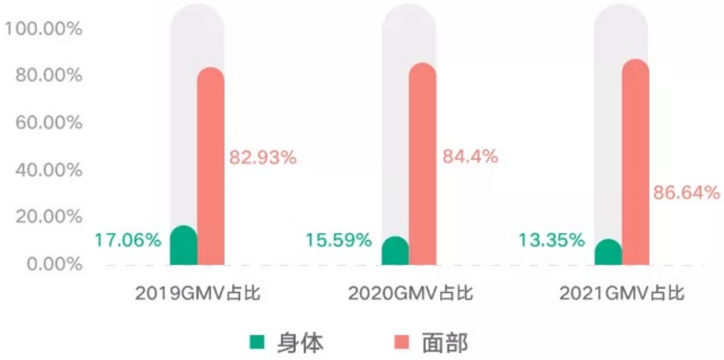
2.脸越来越娇贵，身体更抗造

人们越来越不愿意在脸上动刀了，而是选择向身体“开刀”。2021年手术类医美消费，面部项目消费占比较2019年下降了近7%。同时，在非手术类消费中，面部项目占比连续三年提升。


手术类医美消费，身体消费占比逐年增加

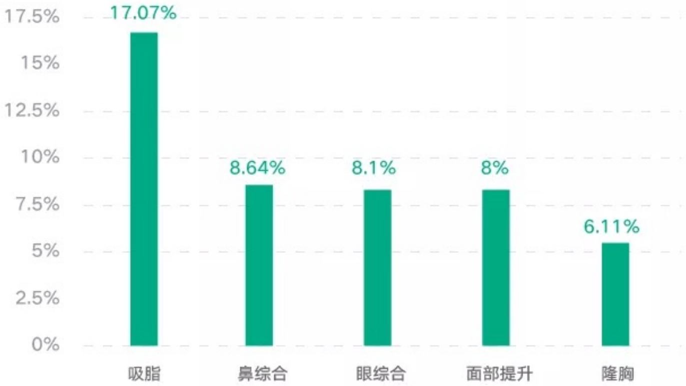
数据来源：新氧数据颜究院

非手术类医美消费，面部消费占比不断增加



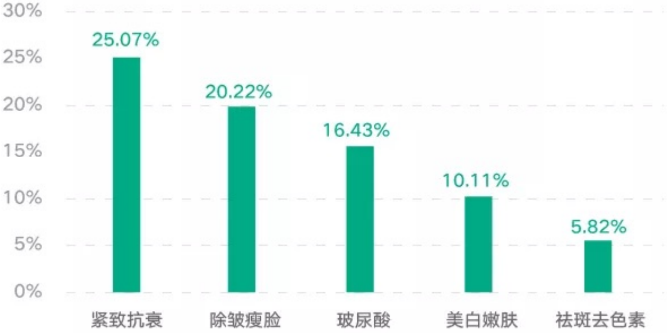
数据来源：新氧数据颜究院

吸脂成最受欢迎的手术类消费品类



数据来源：新氧数据颜究院，手术类项目消费占比

紧致抗衰成最受欢迎的非手术类消费品类

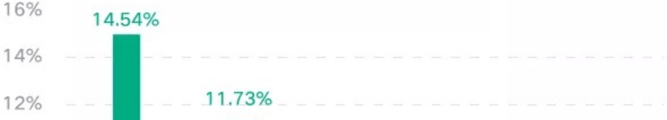


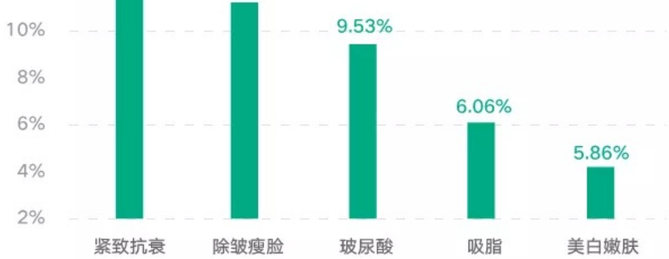
数据来源：新氧数据颜究院，非手术类项目消费占比

3.光电仪器、肉毒素注射消费，加速医美消费走入大众市场

以光电仪器操作为主的紧致抗衰项目，成为全年消费金额最多的项目。此外，以肉毒素注射为主的除皱瘦脸消费，则成为2021年下单人数最多的项目。玻尿酸类消费，无论是消费规模，还是下单人数，都牢牢占据第三位。

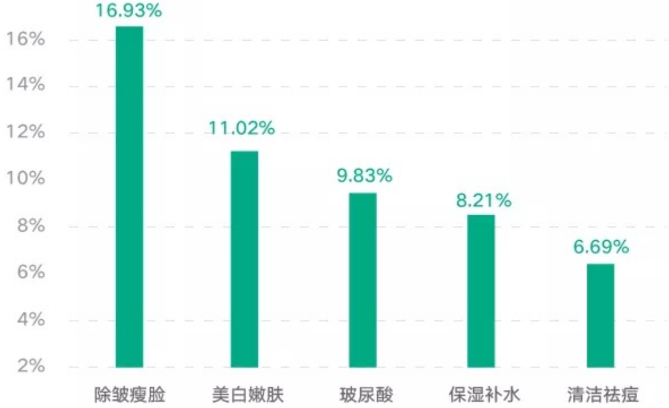
2021年消费规模最大的项目





数据来源：新氧数据颜究院，消费规模占比

2021年下单人数最多的项目

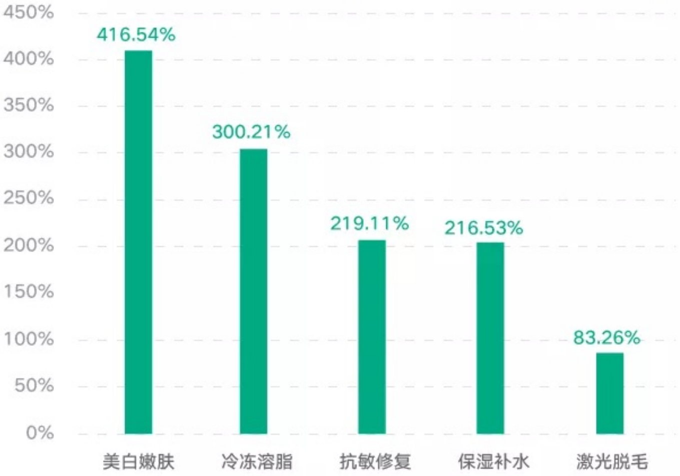


数据来源：新氧数据颜究院，下单人数占比

4.要白也要瘦，非手术减脂消费势头旺

美白嫩肤、非手术类减脂等项目，成为2021年消费增速最快的项目，增速分别高达416%、300%。可以看到，身体塑形需求，也在逐渐走向精细化、非手术化。

2021年消费同比增长最快的项目



数据来源：新氧数据颜究院

数据来源：新氧数据颜究院

5.2021医美消费榜单出炉：女人要瘦，男人在割双眼皮，他们都害怕变老

2021年医美市场百花齐放，就此，我们整理了具体的细分项目榜单。

女性最喜爱医美项目榜单

除皱瘦脸	17.03%
美白嫩肤	10.73%

男性最喜爱医美项目榜单

除皱瘦脸	16.15%
美白嫩肤	13.41%

玻尿酸	10.15%
保湿补水	8.34%
清洁祛痘	6.25%
紧致抗衰	6.22%
激光脱毛	5.71%
祛斑去色素	5.43%
去疤痕痘印	3.33%
吸脂	2.74%

数据来源：新氧数据颜究院，订单占比

清洁祛痘	10.26%
玻尿酸	7.22%
保湿补水	7.14%
去疤痕痘印	5.93%
祛斑去色素	4.91%
紧致抗衰	4.05%
激光脱毛	3.62%
双眼皮	2.3%

数据来源：新氧数据颜究院，订单占比

“精打细酸”玻尿酸榜单

玻尿酸隆鼻	20.29%
玻尿酸去黑眼圈	17.05%
嗨体去颈纹	8.87%
玻尿酸全脸填充	8.74%
玻尿酸垫下巴	8.16%
玻尿酸丰卧蚕	7.97%

“仪态万千”仪器类消费榜单

光子嫩肤	34.19%
脱腋毛	9.28%
皮秒激光	6.4%
射频紧肤	4.76%
热玛吉	3.05%
热拉提	2.93%

玻尿酸丰唇珠	3.74%
玻尿酸丰唇	3.64%
玻尿酸去法令纹	3.34%
玻尿酸丰面颊	3.04%

数据来源：新氧数据颜究院，订单占比

点阵激光	2.89%
激光点痣	2.7%
M22王者之冠	2.53%

数据来源：新氧数据颜究院，订单占比

“溜脂大吉”吸脂榜单

吸脂瘦手臂	44.72%
吸脂瘦全身	17.49%
吸脂瘦大腿	10.21%
水动力吸脂	7.97%
吸脂瘦腰腹	6.7%
吸脂瘦腰部	6.11%
吸脂瘦小腿	2.43%
吸脂瘦腹部	2%

数据来源：新氧数据颜究院，订单占比

“一马平川”除皱瘦脸榜单

注射瘦脸	44.49%
注射缩鼻头	11.29%
注射去鱼尾纹	9.84%
注射去法令纹	6.04%
注射去面部细纹	1.67%

数据来源：新氧数据颜究院，订单占比

“玉骨冰肌”美白嫩肤榜单

光子嫩肤	82.61%
焕肤美白	4.65%
美白导入	4%
小棕瓶美白	2.47%
白瓷娃娃	1.6%
DPL美肤	1.35%
伊肤泉疗程套组	1%

数据来源：新氧数据颜究院，订单占比

“新奇特”小众消费榜单

招风耳矫正	398.33%
xo型腿矫正	273.68%
男性乳房肥大矫正	216.67%
舌侧矫正	61.54%
脱络腮胡	35.09%
种植胡须	23.08%

数据来源：新氧数据颜究院
2021年订单量同比增幅

5.2021全国医美消费地图

广州 **最爱高鼻梁**
鼻综合手术下单最多，订单量全国占比超过12%

杭州 **最精致**
玻尿酸丰卧蚕下单最多，全国占比12%

北京 **最爱白瘦美**
下单全国近50%的美白嫩肤订单

上海 **最爱科技瘦身**
冷冻溶脂下单量最多，每10个下单用户里，就有超过3个上海人。

佛山 **最爱完美侧颜**
上下颚手术下单最多，占比40%

成都 **最爱玲珑曲线**
成都人爱隆胸，隆胸订单全国占比16%

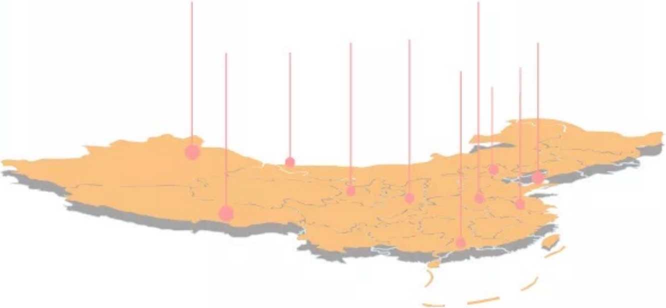
南京 **最性福**
私密整形下单最多，女性、男性都勇敢追求性福，订单占比全国第一。

武汉 **最爱大眼睛**
喜欢浓眉大眼，眼综合下单全国最多，占比11%

长沙 **最怕眉头紧缩**
花费占比全国13%的费用，购买肉毒素去川字纹。

深圳 **最爱翘臀**

假体丰臀项目全国下单最多



3.医美“四大发明”推动行业变革

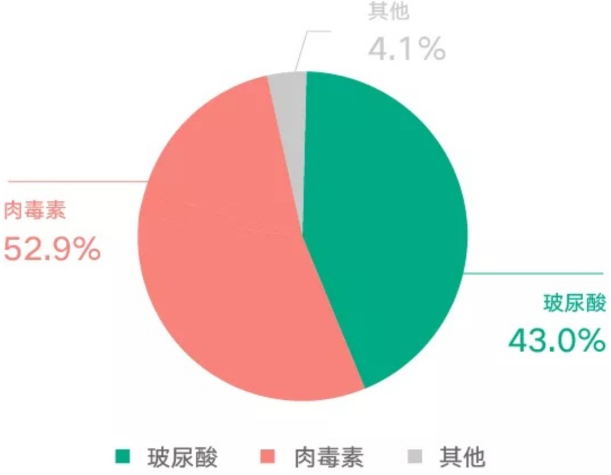
新氧数据颜究院针对百位业内专家和资深从业者的问卷调研显示，肉毒素、光电技术、医美电商、透明质酸，被认为是推动医美市场快速发展的四大关键因素，堪称医美界的“四大发明”。

1.肉毒素——新品牌，扛起轻医美市场大旗

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。至今，肉毒素去皱美容服务需求仍是非手术类医美消费的王者。

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。

2021年注射类医美消费占比



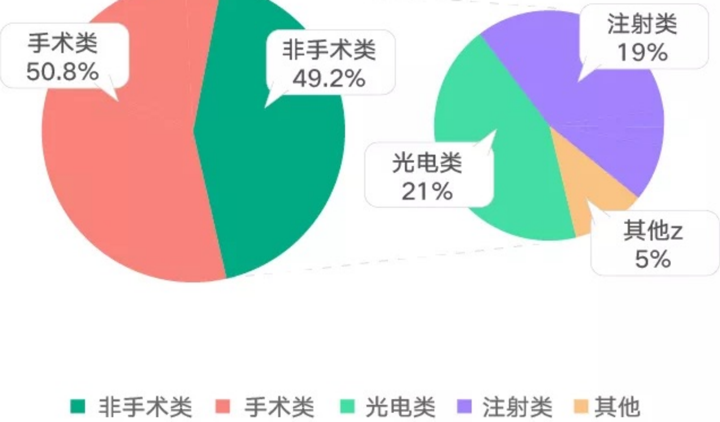
数据来源：新氧数据颜究院

2.光电技术——新技术，医美医生“必修课”

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。

2021年各类医美项目市场规模占比



数据来源：中信证券、艾瑞咨询、新氧数据颜究院整理

3.医美电商——新信息，行业健康成长发动机

互联网医美平台在2015年之后崛起，线上医美平台的兴起为医美消费者提供了透明的行业信息，也降低了医美机构的营销门槛，医美电商模式促进了价格的透明化，为行业痛点的解决开辟多元路径。

从线下到线上，互联网医美平台促进信息透明化

服务对象	行业痛点	互联网平台模式	代表平台/生态差异
医美机构	推介路径受阻，优质医疗、医生资源无法触达消费者	线上推介，专家答疑/面诊	新氧首创的医美社区+电商模式，推动医美消费的信息
	营销成本高回报率低	平台品牌力背书，降低获客成本	
		入驻机构补贴/引流活动，	

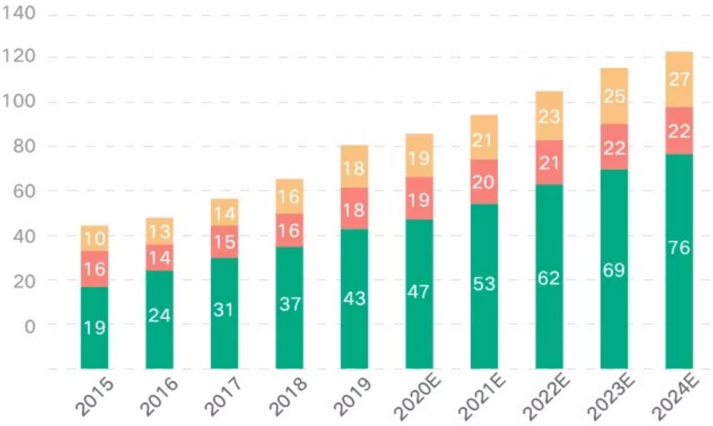
		增加用户粘性	透明化，为消费者和医美机构提供消费与运营的同步支持，并通过产业链布局，从源头把控正品； 百度以竞价模式为主，后尝试转型，推出医美服务平台“柠檬爱美”； 天猫医美和美团医美是阿里及美团在本地化业务方面的延伸，具有流量优势。
	运营不精细、把握用户需求不精准	精细化运营专项培训	
医美消费者	信息不对称，用户决策困难	经验交流社区	
		社交媒体多元化传递信息	
		行业科普	
	产品不够丰富，且价格昂贵，真伪难辨	筛选合规、优质产品	
		推动同类产品充分竞争，物美价廉	
		促进服务流程标准化，提升用户体验	
		正品原材料商家入驻，保证真品正品	
	优质医生资源稀缺，消费者获取难度大	医生/机构资质认证	
		榜单和奖项推荐、培养优质医生	
		共享医院，实现优质医生资源共享	

资料来源：新氧数据颜究院整理

4.透明质酸——新驱动，释放终端应用市场潜力

竞争激烈的玻尿酸市场，正成为医美企业备战的“黄金赛道”，由此也将带来对医美行业的持续“驱动力”。

中国医药级玻尿酸
终端产品市场规模（亿元）



数据来源：艾瑞咨询、招商证券、新氧数据颜究院

4.供需错位、优质资源稀缺成行业前进瓶颈

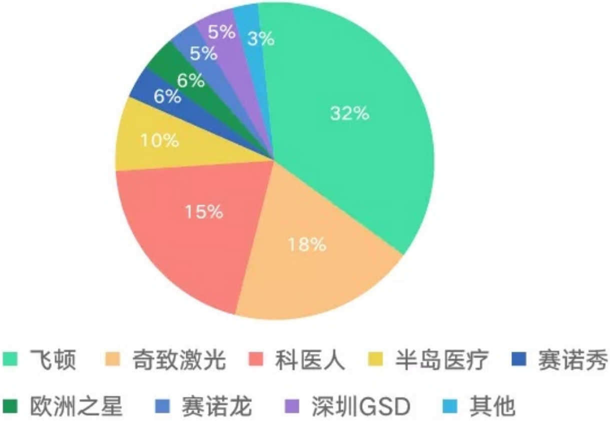
医美行业在变革中不断成长，旺盛的医疗美容需求带来了医美行业的繁荣，也加剧了供需两端资源分配不均。

1.医美药械高壁垒带来高盈利，国产替代任重道远

医美产业链以上游的器械耗材监管和技术壁垒最高，且具有垄断性较强的特点。聚焦医美领域的器械制造板块，光电医美设备服

务市场热度最高。中国激光医美设备市场前四名依次为飞顿、奇致激光、科医人和半岛医疗，份额集中度为75%。

2020年我国激光治疗设备市场份额



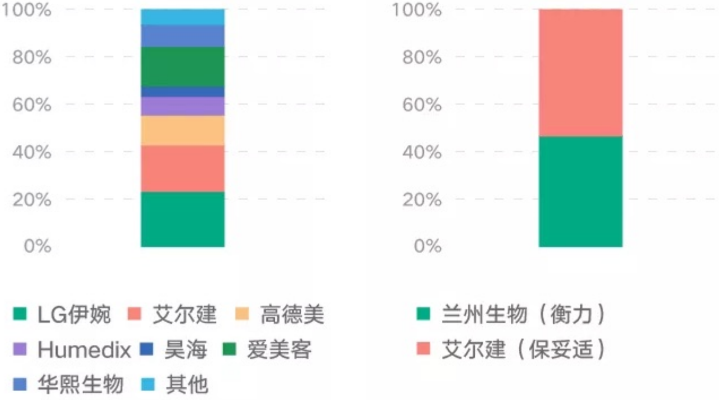
数据来源：中信证券、艾瑞咨询、新氧数据颜究院整理

我国注射医美市场以玻尿酸和肉毒素两大注射产品为主，上游生产商盈利能力强劲，市场竞争格局高度集中。玻尿酸品牌国产替代化进程加速，肉毒素市场目前为“两家平分”的竞争格局，2020年6月和10月，中国国家药品监督管理局批准吉适和乐提葆在市场推出。

国内医美注射类市场竞争格局

玻尿酸市场

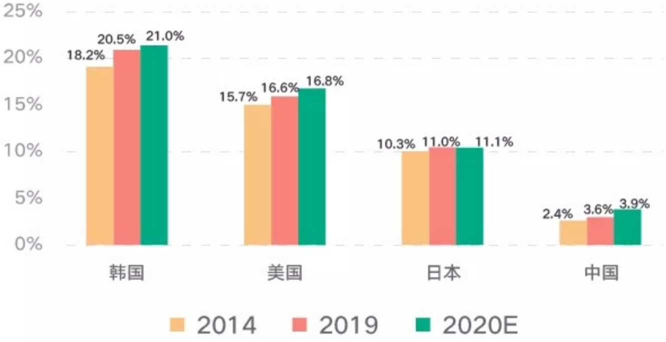
肉毒素市场



数据来源：海通证券，新氧数据颜究院，2019年销售额占比

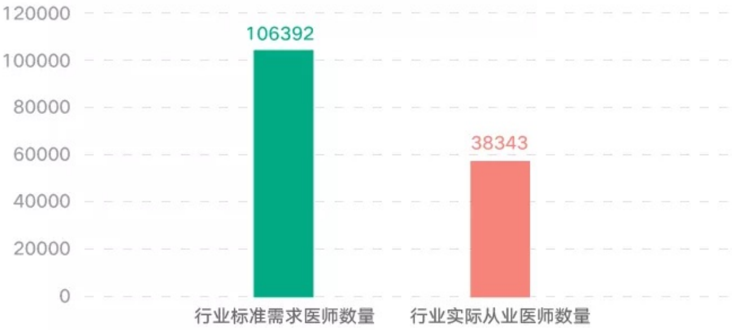
2.正规医美需求加大，医美人才供不应求

与其他发达国家相比，中国的医疗美容服务渗透率仍然很低。此外，除政策、技术、社会认知等外部条件，医美人才的缺口，也是发展制约的关键因素。



数据来源：头豹研究院、前瞻产业研究院、中金公司研究部、新氧数据颜究院

中国医美行业医师数量指标



数据来源：iResearch数据，新氧数据颜究院整理，2020年

3.医美机构市场分散，品质机构稀缺，营销成本高

医美机构数量在不断增加，但从竞争格局来看，中国医疗美容市场集中度仍较低，且医美资源分布不均，市场分散程度高。

中国医美行业机构类型占比及竞争格局

分类	占比	特点	分布
公立医院整容科室	8%	技术先进，推广营销力度低，手术项目相对保守	一线城市
大型连锁医美医院	6%	技术水平较高，设备齐全，营销力度大，利润较低	沿海等经济发达地区为主
中小型民营医院	15%	服务较为灵活，注重营销，获客难度较大	广泛分布
中小型民营门诊部和诊所	71%	服务较为灵活，注重营销，获客难度较大	广泛分布

数据来源：Froster&Sullivan、民生证券研究院、新氧数据颜究院

受制于巨额的营销费用，医美机构盈利水平举步不前。

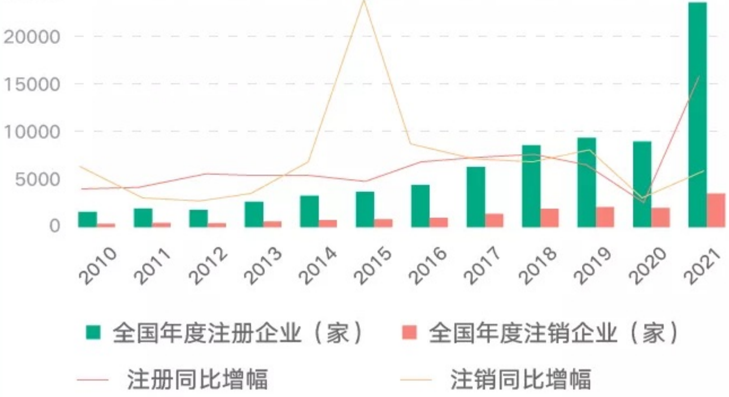
2020年医美机构营收、利润及营销成本

公司	营收(亿元）	毛利率	净利率	营销成本（亿元）	营销成本占比
医美国际	9.02	60.43%	-27.39%	5.11	56.70%
伊美尔	8.11	53.60%	3.97%	1.87	23.06%
瑞丽医美	1.65	48.72%	2.98%	0.33	20.10%
华韩整形	8.88	50.51%	13.49%	1.65	18.58%
朗姿股份	1.65	54.15%	4.72%	11.22	39.01%

数据来源：上市公司公开资料、新氧数据颜究院整理

从2010年到2021年，我国“医美”相关企业的注册量总体呈增长趋势。但行业优胜劣汰的速度也从未放慢脚步。

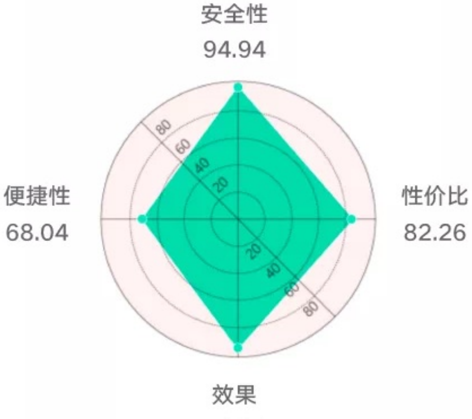
医美相关企业存续整体趋势（2010-2021）



数据来源：天眼查，新氧数据颜究院整理

4.供需不均衡抑制医美行业高增长

行业医美机构数量猛增，但没有统一和公允的机构、医师评价标准，缺乏了解、筛选优质机构的渠道，成了广大医美消费者心头最大的顾虑。



92.67

数据来源：新氧颜究院，第一财经

5.“医美归医”：专业化建设推动行业回归医疗本质

1.药械端：增强正品供给提升品牌认知，与C端用户建立直接联系

关于如何更好地增强正品供给、提升品牌认知，行业上游药械厂商正通过多个方式，持续开展模式探索。

市场监管

加强正品监管，树立消费信心。

授权意识

联合医美机构，实现药械产品、医师、科室技术“价值共振”。

互联网重构

消费者教育

建立“正品联盟”实现上游、中游、下游不同链条的信息透明化。

持续开展医美知识科普，让医美消费者，理性辨别真伪。

资料来源：新氧数据颜究院整理

2.医美人才端：完善培养机制，强化激励与培训体系建设

专业的医生是医美行业的“重要资产”，可高水准医生队伍的培养非一日之功，践行“医生为核心”的价值观，行业正在迈出这一步。

- 校企合作培养
- 行业奖项评定
- 医师参股激励
- 开展行业培训
- 创建共享医院
- 医美教育基金
- 权威医生榜单

资料来源：新氧数据颜究院整理

3.机构端：以精细化运营提升服务能力

面对如今竞争更加激烈的医美市场，精细化运营成为抢占医美市场的关键。

医美机构精细化运营现状分析

项目名称	概况	运营目标
医生运营	即医美机构医生的运营，其实更偏向于对具有专业资历的医生团队的管理。	发掘专家型医生，让好医生走到台前。
客户运营	即结合自身条件，围绕客户需求展开服务。	优化服务触点，真实展示机构优势，精准引流，强化客户体验感。
品类运营	即通过经营分析，对现有服务品类，进行增加或减少。	结合同业分析和市场风向，实现热门品类的迭代优化。
流程管理	即管理中台运转，对自身核心业务和核心能力的精细打磨。	依托技术支持，打通链路服务，实现高效运转。

资料来源：新氧数据颜究院整理

4.消费者端：强化消费者教育，打破行业信息壁垒

提升医美行业专业化程度，消费者教育是最大的“待解决”难题。破除医美行业的信息暗室势在必行。

医美机构精细化运营现状分析

渠道类型	传统广告	网络搜索平台	垂直医美平台	综合性电商平台
获取信息	传统媒体、户外广告	浏览器网页搜索	手机APP及经验分享论坛	大众流量，开设医美板块导流
特点	历史较早，通过机场、户外LED投屏等形式，传递企业广告的同时，进行科普	信息冗杂，企业营销方式粗放，纯广告传播占比高	聚焦医美专业领域，信息价值更高； 内容积累丰富，生态完善	用户来源广泛，运营一定时间后，会形成核心用户群

市场趋势	覆盖人群有限。且广告付费方考虑投产比逐年降低	改变竞价模式，推出自营品牌医美服务平台。	行业整合中，平台发起形式丰富的消费者科普等活动	市场形成中，目前科普内容较少，但声量日趋增大

资料来源：新氧数据颜究院整理

5.医美行业“去伪存真”，立足未来

政府监管	机构自治	行业自律	社会监督
● 加大对违规服务的披露力度 ● 建立产业链可追溯体系 ● 建立医美机构信用记录	● 完善依法执业自查制度 ● 构建医美消费者数据库 ● 重点事项，严格履行消费者告知义务	● 制定医美服务标准化流程 ● 医美从业人员需考取资格证书 ● 医美机构黑名单制度	● 由消费者代表发起组建“安心监督团” ● 强化消费者对不合规服务的举报意识 ● 开设线上便捷投诉窗口

资料来源：新氧数据颜究院整理

后 记

自2015年起，新氧数据颜究院每年发布一份医美行业白皮书，旨在总结医美行业最新发展特点和未来趋势，期待为医美行业的发展经验总结及未来发展规划提供参考。

今年是新氧数据颜究院连续第7年发布医美行业白皮书，数据采集周期截至2021年8月，对比了过去三年行业发展周期，数据来源为新氧数据颜究院数据、医美机构及上游厂商的走访调研、100

余位行业专家和资深从业者的访谈或调研。另有部分数据引自ISAPS、Frost & Sullivan、中信证券、中金公司、艾瑞咨询等机构的公开数据。

专业医美
先搜新氧