



2021 中国医美抗衰消费趋势报告

经测算，2021年我国医美抗衰市场规模超755亿元。医美抗衰市场方兴未艾，进入放量增长阶段，想象空间巨大。

调研数据显示，医美抗衰市场光电类项目最受青睐，选择光电类项目的医美抗衰消费者比例高达86.23%，消费频次、医生技术成为保障医美效果的关键因素，而“黑医美”横行，也给抗衰消费带来了更多挑战。

作者：童威远

电话：010-59336582

邮箱：tong315@163.com

编辑：刘琼

审核：范珊珊

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



目录

一、引言	4
二、快速增长，2021 年医美行业增速将恢复至 20%.....	4
1、医美行业重回高增长通道	5
2、消费市场向“轻医美”转变.....	5
三、医美抗衰方兴未艾，光电类项目最受期待.....	6
1、非手术类项目占据医美抗衰市场主流.....	7
2、2021 年医美抗衰市场规模超 755 亿	9
3、垂直医美平台推动医美抗衰行业格局纵深发展.....	9
四、医美抗衰消费，消费频次、医生技术不可缺	11
1、目标用户 90%是女性，90 后、00 后占比近七成.....	11
2、消费频次不能少，医生技术离不了	12
五、医美行业乱象频发，非法医美场所 90%设备是假货	14
1、乱象频发，消费者避坑迫在眉睫.....	14
2、监管落地，行业面临深度调整	18
六、未来 10 年，医美抗衰市场都将保持高增长潜力.....	19

图表目录

图表 1：医美行业规模在疫情后加速增长.....	5
图表 2：2020 年各类医美项目市场规模占比.....	6
图表 3：医美抗衰项目主要类别.....	7
图表 4：消费者体验各类医美抗衰项目的比例	8
图表 5：消费者对是否复购医美抗衰项目的看法	8
图表 6：医美抗衰市场规模测算.....	9
图表 7：医美抗衰行业产业链情况	9
图表 8：医美抗衰项目目标消费者性别比例	11
图表 9：医美抗衰项目目标消费者年龄比例	11
图表 10：医美抗衰项目目标消费者职业身份比例	12
图表 11：医美抗衰项目效果	12

图表 12：消费者对医美抗衰项目体验频次看法.....	12
图表 13：医美抗衰项目效果因素重要性打分.....	13
图表 14：北京朝阳法院医美纠纷案件情况	14
图表 15：涉诉医美机构比例与市场比例对比.....	15
图表 16：消费者对医美抗衰项目禁忌了解情况.....	16
图表 17：消费者询问机构与医生资质的比例.....	16
图表 18：近年医美行业主要监管政策一览	18

2021 中国医美抗衰老消费趋势报告

一、引言

“最是人间留不住，朱颜辞镜花辞树。”红颜弹指老，只在刹那芳华。衰老，曾经是让无数人忧惧却又无可奈何的自然规律。进入现代以后，医学技术创新不断涌现，更多丰富多样的医美抗衰老手段得以问世，医疗美容日渐成为每个普通人可以借之抵御衰老的方式之一。

在互联网的加持下，信息流动更加便捷，人们对医疗美容行业的误解不断消解，医美抗衰老项目的接受程度越来越高，生活水平的提高也让更多人能够追求更加青春的自己。

医美抗衰老行业应运而生。医美抗衰老项目凭借轻便简单的消费体验与显著有效的美容效果，成为越来越多对衰老感到焦虑的消费者的选择。在医美抗衰老类项目中，光电类与注射类项目受到更多青睐，选择光电类项目的医美抗衰老消费者比例高达86.23%；采取注射类项目抵御衰老的消费者比例相对次之，达到78.7%；选择手术与其他项目的消费者比例最少，仅有19.74%。

在医美抗衰老快速发展的过程中，高涨的市场需求刺激了大量违规经营的机构与人员涌入，形成了黑机构、黑场所与黑医生开展违规执业、恶意套路和虚假服务的行业乱象，严重危害了消费者的合法权益，扰乱了正常的市场秩序，造成恶劣影响。

为了支持医美抗衰老行业更好发展，助推行业进一步规范化转型，引导更多消费者选择合规合法的医美机构、获得更加优质的医美服务，新华财经与新氧针对医美抗衰老领域的现状与问题联合开展深入调研，并撰写发布本报告。

二、快速增长，2021 年医美行业增速将恢复至 20%

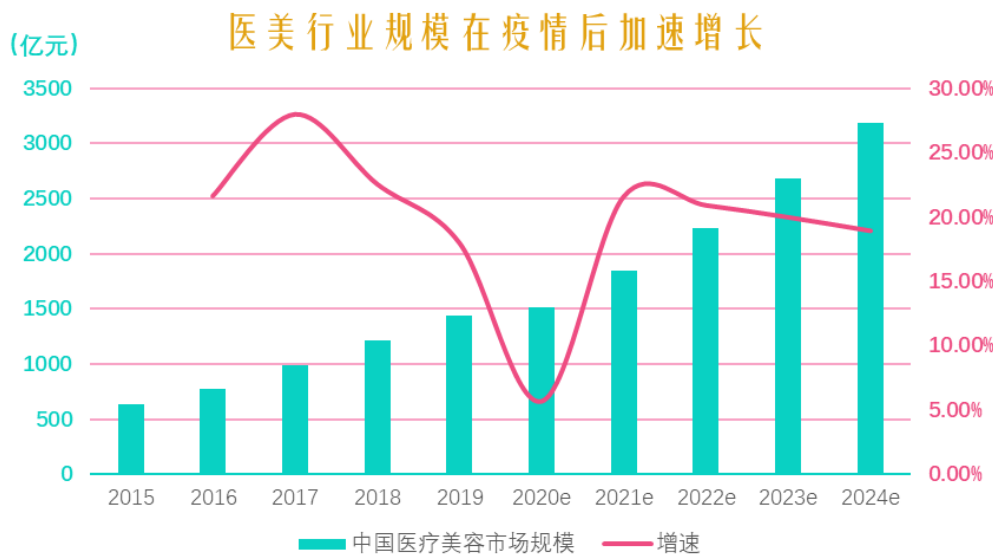
近年来，80与90后日渐成为消费市场主力群体，女性地位与收入提升，让医疗美容等“她经济”成为新的服务消费增长极。此外，伴随着韩流文化、欧美文化的普及让大众对医美的接受程度进一步提升，网红经济也让消费者对医疗美容效果的感知更加强烈，医美需求迎来了快速增长期。

与此同时，医美技术日渐成熟与轻便化让医美服务更加贴近大众生活，行业格局进入深度调整，抗衰老“轻医美”消费成为行业未来重要的增长突破口。

1、医美行业重回高增长通道

在生活水平逐渐提高、网红经济、互联网营销与电商发展的众多因素加持下，2012年-2017年医疗美容行业整体规模快速提升。近年来，随着医美行业竞争愈发激烈，监管整治力度不断加强，市场步入调整期，医美行业规模增速有所放缓，叠加疫情影响，2020年医美行业整体增长速度预计较2019年有所下降。进入2021年医美市场发展快速回升，预计今年行业增幅将恢复至20%左右。

图表 1：医美行业规模在疫情后加速增长



数据来源：Frost&Sullivan、新氧数据颜究院、新华财经

在近期市场监管对医美行业开展的一系列强有力清理整治作用下，医美行业市场还将迎来一段时期的调整期。预计未来的3-5年，伴随疫情阴霾散去，医疗美容市场将在行业整顿与自我调整中逐步走向规范，更多优秀的医美机构品牌与医生将脱颖而出，国内医疗美容行业市场将逐步回暖，重新回归较高速度增长。

2、消费市场向“轻医美”转变

根据《医疗美容服务管理办法》，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。

从医疗美容的覆盖面来看，人体的各部位都是医美可以触达的区域。具体来看，各部位的医美项目可分为皮肤美容、面部整形、美体塑形、牙齿美容、私密护理、种发植发等。根据艾瑞咨询的数据，2020年医美用户购买最多的医美项目是皮肤美容项目，比例高达69%。

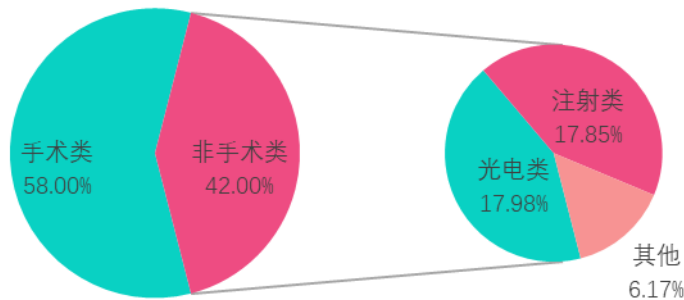
从医疗美容的操作方法来看，医美项目还可分为手术类整形项目与非手术类项目(为便于理解，本报告以下将非手术类医美简称“轻医美”。所谓“轻医美”，属于医疗美容范畴，风险和

不轻），其中手术类整形项目包含眼睑整形、鼻整形、口腔牙齿矫正、植发等头面部项目，丰胸等胸部项目，以及吸脂等身体项目；而轻医美类项目主要泛指非手术医疗美容项目，包含激光、射频、光子嫩肤等光电类项目，肉毒毒素、玻尿酸等注射项目，以及牙齿美容、化学剥脱等其他项目。

与手术类项目相比，非手术类轻医美项目因具备单次价格较低、风险相对较小、恢复期短、占用时间短等多种优势，更加受到消费者的青睐。随着近年来医美设备越来越普及，技术越来越完善，玻尿酸、肉毒素等原材料价格逐渐下降，轻医美类项目在医美中的比重不断提升。根据Frost&Sullivan的数据，2015年-2019年非手术类医美项目的规模复合增速为24.59%，高于手术类医美项目的21.16%。

图表 2：2020 年各类医美项目市场规模占比

2020 年各类医美项目市场规模占比



数据来源：新华财经、新氧数据颜究院、中信证券、艾瑞咨询

根据新氧数据颜究院提供的最新数据，2020年光电类与注射类项目在非手术类轻医美总市场规模中占据了较高的比重，分别高达42.80%与42.50%，而这大部分是光子嫩肤与水光针等医美抗衰类项目。近年来，消费者对医美抗衰项目关注度不断上升，医美抗衰项目需求快速提升。同时由于消费者需定期开展医美抗衰以保持预期的修复效果，医美抗衰项目具有消费频次高、复购率高的特点，终端消费者具有极高粘性。可以说，医美抗衰是医美消费市场的重要核心品类之一，是接下来推动医美市场快速发展的重要板块。

三、医美抗衰方兴未艾，光电类项目最受期待

衰老，是人类对身体变化永恒的忧虑。根据新氧数据颜究院与第一财经联合调查的数据，59.2%的人在20-30岁就开始对衰老产生了压力，19.64%的20至25岁青年人对衰老感到“非常焦虑”。在身体机能衰老问题中，皮肤松弛、身材变形、白发与脱发成为大众最为关注的三大问题。

有需求，就有解决方案。在众多抗衰手段之中，医美的效果最受消费者期待，对医美效果抱有期待的消费者比例高达91.3%，力压护肤、健身、饮食等其他手段，成为大众缓解衰老焦虑的重要“稻草”。

1、非手术类项目占据医美抗衰市场主流

医美抗衰是指通过医疗美容手段，改善面部皱纹、面部松弛下垂、肤色暗沉、色斑等与衰老相关问题的医美项目。具体来看，医美抗衰项目也可以区分为手术类项目与非手术类项目，其中手术类主要包括拉皮除皱、脂肪填充、线雕等传统手段，而非手术类则包括玻尿酸注射、肉毒素除皱等注射类项目与热玛吉、超皮秒、光子嫩肤等光电类项目。

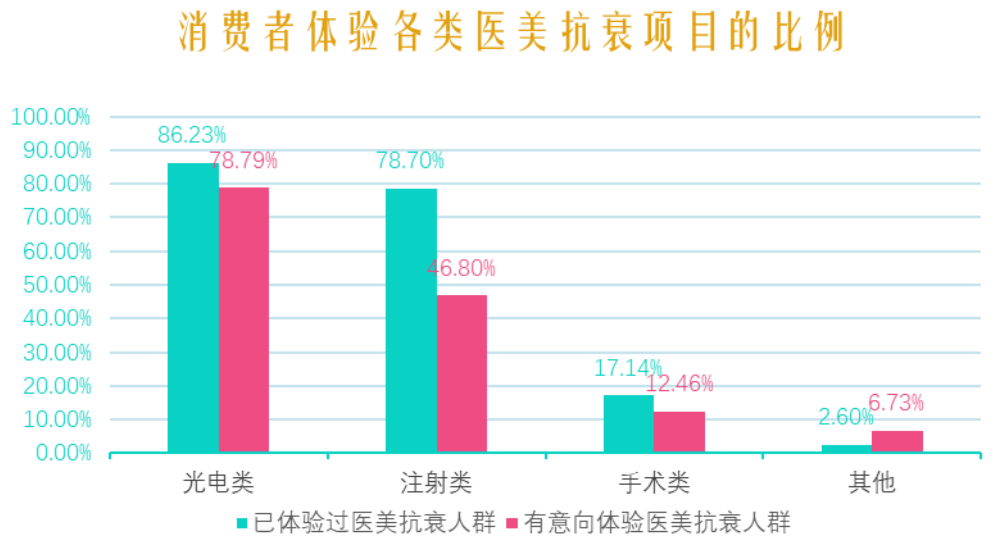
图表 3：医美抗衰项目主要类别

类别	具体项目
光电类	光子嫩肤、皮秒/超皮秒、热玛吉、激光点阵等
注射类	肉毒素除皱、玻尿酸注射、水光针等
手术类	线雕、拉皮除皱、脂肪填充等

资料整理：新氧数据颜究院、新华财经

与其他医美项目相比，医美抗衰更加注重皮肤保养和与整体改善，而非局部的塑形整容，所以消费者更加倾向于采取非手术类的轻医美手段来抵御衰老。根据新氧数据颜究院与新华财经的联合调查，大多数医美抗衰项目消费者都体验过非手术类的抗衰项目，开展过手术类抗衰项目及其他项目的消费者比例约20%。

图表 4：消费者体验各类医美抗衰项目的比例

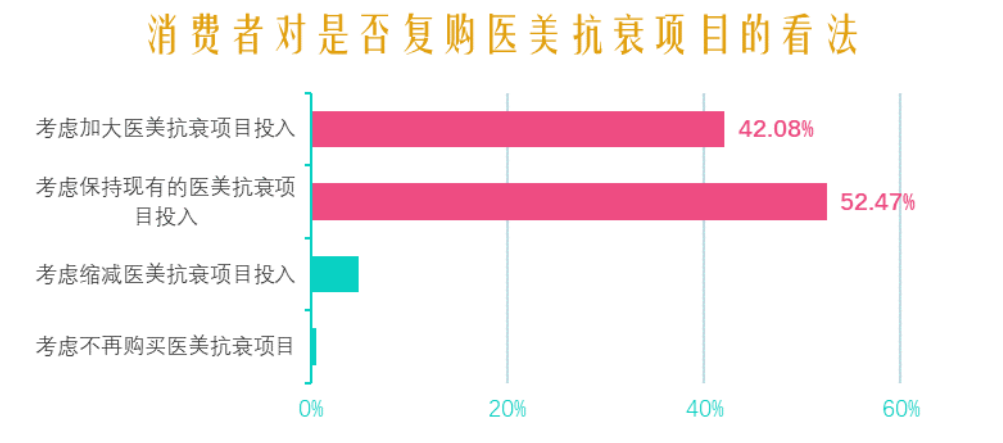


数据来源：新氧数据颜究院、新华财经

在已经购买过医美抗衰项目的消费者中，体验过光子嫩肤、热玛吉等光电类项目的比例最高，达到86.23%，玻尿酸注射、水光针等注射类项目排名次之，达78.7%。值得注意的是，在还没有体验过医美抗衰项目但有意向的人群中，倾向于体验光电类抗衰项目的比例显著高于其他。光电类项目相对无创便捷，初次尝试的心理门槛低，或将成为大部分人初次尝试医美抗衰项目的首选。

与其他医美项目相比，医美抗衰更加注重多次、长期、高频的保养，所以消费者开展医美抗衰消费的频次更高，粘性更强。在已体验过医美抗衰类项目的消费者中，超九成的消费者表示会加大或保持现有的消费投入。对于开展医美抗衰业务的服务机构来说，保障客户的消费体验，维护好现有客源，提高客户复购的比例，将是稳定和提高收入的重要手段。

图表 5：消费者对是否复购医美抗衰项目的看法



数据来源：新氧数据颜究院、新华财经

2、2021 年医美抗衰市场规模超 755 亿

根据Mob研究院数据，截至2021年4月，我国医疗美容用户规模达到1807.3万人。参考新氧数据颜究院与新华财经的联合调研样本，医美抗衰用户约占医美总用户规模的64.36%，可推算2021年中国医美抗衰市场用户数量约为1163万人。

光电类抗衰项目主要包括热玛吉、光子嫩肤、激光皮秒、射频紧肤等项目，按照新氧数据颜究院热门机构的销量作为权重，可计算得光电类抗衰项目平均客单价约为2200元。根据德勤《中国身体塑形市场行业发展白皮书2021》提供的2020年医美产品客单价及其年增速，可推算出2021年玻尿酸、肉毒素等注射类抗衰项目的平均客单价约为2346元，以自体脂肪填充为代表的手术类抗衰项目平均客单价约为16034元。经过对各类医美抗衰项目用户规模数量与消费客单价的综合测算，可推算2021年我国医美抗衰市场规模超过755亿元。

图表 6：医美抗衰市场规模测算

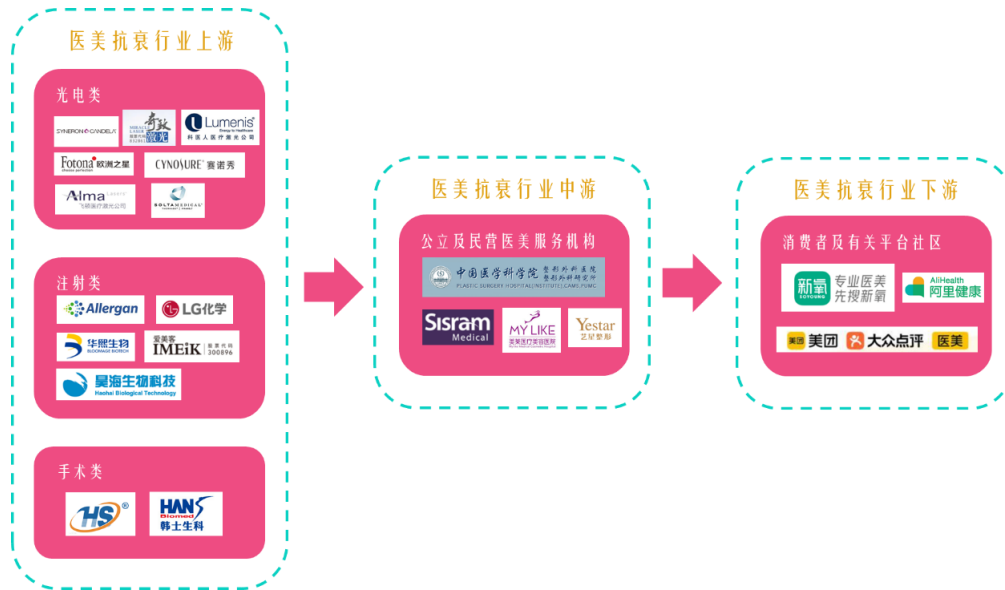
医美抗衰用户总人数	1163 万人		
医美抗衰项目类别	光电类	注射类	手术类
各类用户比例	86.23%	78.7%	17.14%
用户人数	1003 万人	915 万人	199 万人
客单价	2200 元	2346 元	16034 元
市场规模	220.7 亿元	214.8 亿元	319.7 亿元
医美抗衰市场规模	755.2 亿元		

数据来源：新氧数据颜究院、德勤《中国身体塑形市场行业发展白皮书 2021》、新华财经测算

3、垂直医美平台推动医美抗衰行业格局纵深发展

医美抗衰行业整体产业链结构与生态较为简单，行业的上游主要是原料、药品及器械的生产商，产业链中游主要包括公立医院、美容整形医院与诊所等医美服务机构，而下游则是消费者及各类医美信息集合平台社区。

图表 7：医美抗衰行业产业链情况



资料整理：新华财经、新氧数据研究院

其中，光电类医美抗衰行业上游厂商主要是激光、彩光、射频等专用美容器械的研发生产厂商。当前中国光电类美容设备市场以进口设备为主导，国产化程度低，主要依赖从以色列、美国等国家进口，主要进口品牌包括欧洲之星、赛诺龙、赛诺秀、科医人、飞顿等。以奇致激光、半岛医疗和深圳GSD为代表的本土领先企业，已具备不同层级的自主研发能力，有望对进口产品形成替代。

得益于上游各大生产厂商不断加大投入，光电类医美抗衰设备更新换代速度很快，新型设备在市场上不断涌现，产品迭代层出不穷，各类设备的功能性越来越丰富，效率越来越高，消费者体验越来越便捷。以欧洲之星fotona 4D极塑提拉系统为例，这一设备具备Smooth 快速收紧技术、PIANO 深层加热溶脂技术、Superfical双向提拉焕肤技术、FRA C3焕肤技术4大技术，一台设备就可以承担紧致皮肤、改善肤色、提拉塑形、细化肤质等多种功能，较市场上的其他上一代设备相比功能更丰富，效果也更明显，也更加节约消费者的时间成本。

注射类医美抗衰项目上游厂商主要是玻尿酸、肉毒素、胶原蛋白等药剂与专用注射设备的生产厂商，主要品牌包括华熙生物旗下的“润百颜”、昊海生物旗下“海薇”、美国艾尔建公司旗下“乔雅登”、爱美客旗下“爱芙莱”等等。手术类医美抗衰项目的上游则主要是线雕线材、填充假体等材料的生产厂商，包括天津市东南恒生医用科技有限公司、韩国韩士生科等手术材料生产企业。

整体来看，医美上游产品上市审批严格，整体壁垒高，具备护城河优势，所以医美抗衰行业上游市场较为集中，厂商议价能力强。医美抗衰行业产业链中游主要是医美服务机构，包括公立医院、民营大型连锁医院、中小型民营医美机构等。医美服务机构相对门槛较低，业务地理区位性更强，竞争格局分散，所以行业参与者众多，市场上存在大量的中小型机构与非正规机构，竞争较为激烈。

医美抗衰老行业的产业链下游是消费者和医美社区平台、消费评价平台等等。在短视频与自媒体时代，普通人能够接触到更多医美相关的讯息，可以更加直观立体地感知医美项目的效果，使得人们对医疗美容的误解和抗拒得到有效的消解，同时网红经济的发展也让更多人对“美”的追求进一步提升。随着消费者对医美相关信息的需求持续增长，医美垂直类社区平台迎来快速发展。自2013年医美垂直平台新氧进入市场以来，医美抗衰老行业的线上获客形式逐步多样化，由传统单一的线下广告、线上搜索竞价等方式开始向综合社交、短视频、垂直类电商等平台转变，伴随更多年轻消费者对医美抗衰老项目的了解程度加深，医美产业生态将更加进一步完善和丰富。

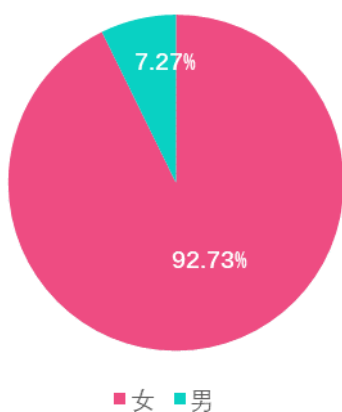
四、医美抗衰老消费，消费频次、医生技术不可缺

为了深入了解医美抗衰老市场格局、目标人群及需求偏好等情况，2021年8月，新华财经与新氧数据颜究院联合面向医美消费者样本开展了抽样问卷调查。本次调研通过线上渠道进行，共累计回收752份有效问卷，勾勒出了我国医美抗衰老市场的一个清晰轮廓。

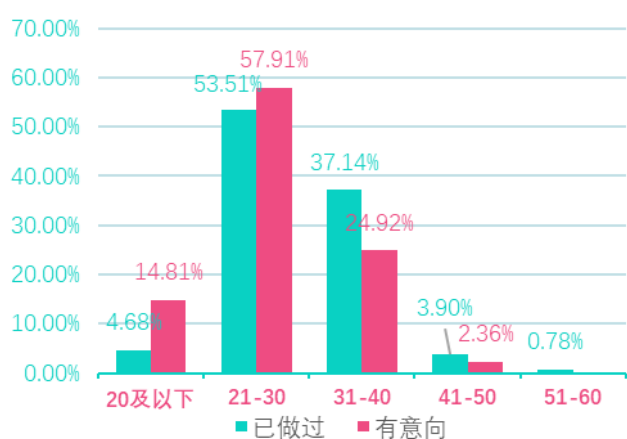
1、目标用户 90%是女性，90 后、00 后占比近七成

女性是医美抗衰老类产品毫无悬念的消费主体，占到整个目标消费者群体的92.73%。在抵抗衰老方面，很多男性朋友也加入到医美抗衰老的消费者大军中来，根据调研结果，在做过医美抗衰老项目的人群中，有7.27%的消费者是男性。

图表 8：医美抗衰老项目目标消费者性别比例



图表 9：医美抗衰老项目目标消费者年龄比例



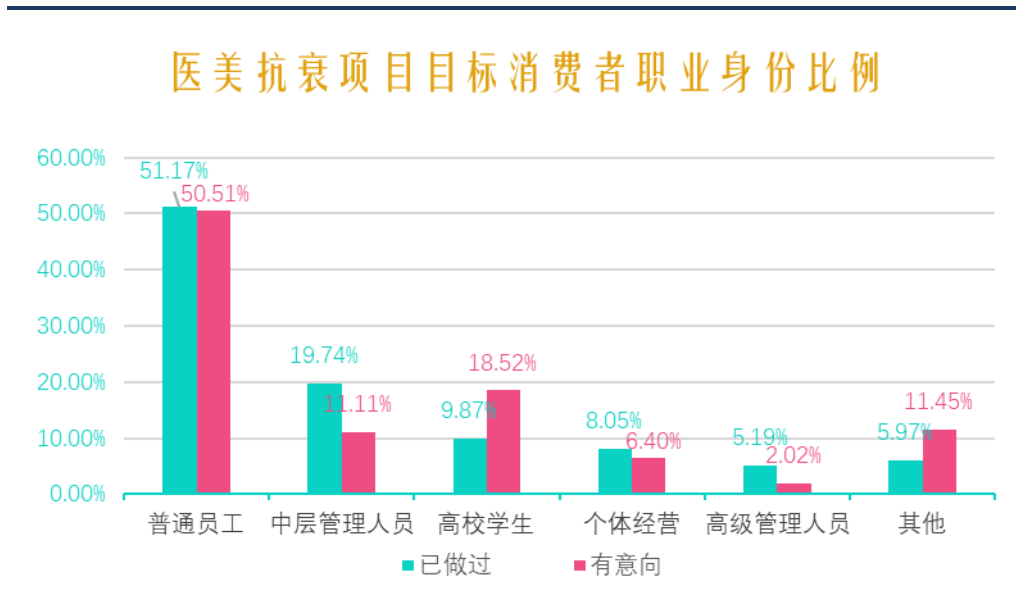
数据来源：新氧数据颜究院、新华财经

从医美抗衰老消费者年龄分布来看，医美抗衰老项目的消费群体呈现年轻化的格局。在体验过医美抗衰老项目的人群中，超过九成的消费者年龄在21岁至40岁之间，其中21岁-30周岁的人群数量最高，达到53.1%。

与此同时，更多比例的年轻化的消费者对医美抗衰项目产生了兴趣。在体验过医美抗衰项目的消费者中，20岁及以下人群占比仅有4.68%，而在有意向体验医美抗衰项目的群体中，年龄在20岁及以下的占比达到了14.18%，更多20岁以下的年轻人提前关注了医美抗衰项目，从这一数据可以窥见医美抗衰目标消费群体进一步年轻化的态势。

在医美抗衰市场，大多数消费者与潜在消费者的职业都为都市白领，超过50%的医美抗衰消费者为公司普通员工，其次为公司中层管理人员，占比达到了19.74%。高校学生占比接近10%。值得注意的是，可能是由于收入限制、身份限制、年龄偏小等原因，在有意向体验医美抗衰的人群中高校学生比例达到18.52%，不少高校学生对医美抗衰“欲为之而不能”，是医美抗衰未来的重要潜在客户。

图表 10：医美抗衰项目目标消费者职业身份比例



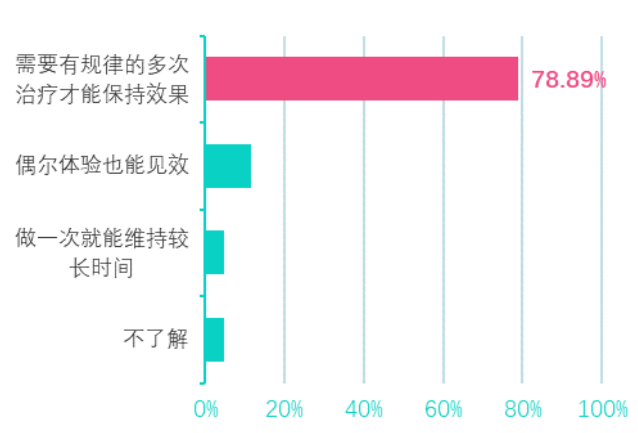
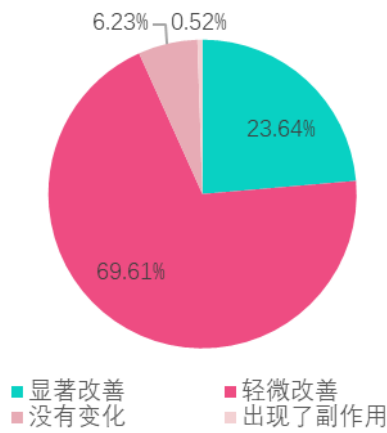
数据来源：新氧数据颜究院、新华财经

2、消费频次不能少，医生技术离不了

大部分体验过医美抗衰的消费者都取得了积极的改善效果，其中23.64%的消费者在体验过医美抗衰项目后出现了显著改善，而近七成的消费者仅感受到了轻微的改变。大多数消费者也意识到，医美抗衰需要经过多次长期坚持才能有显著明显的效果。近八成的消费者认为，医美抗衰需要有规律的多次治疗才能保持效果，认为偶尔体验或只做一次医美抗衰就能保持较长时间效果的消费者不足20%。

图表 11：医美抗衰项目效果

图表 12：消费者对医美抗衰项目体验频次看法

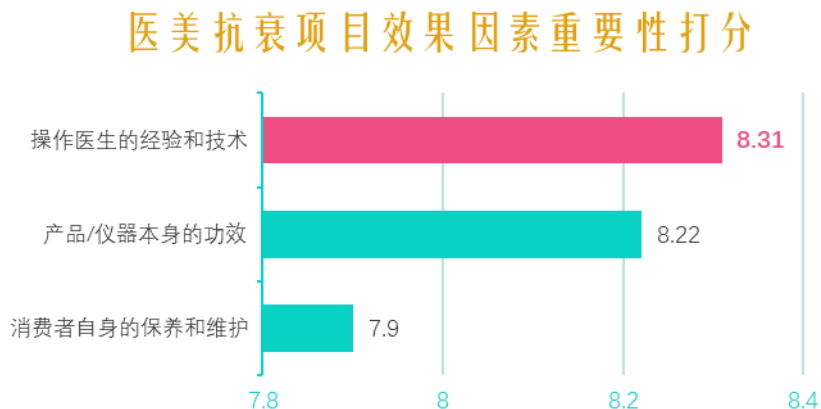


数据来源：新氧数据颜究院、新华财经

医美抗衰的疗程至关重要，保证多次、长期、高频的保养是提升效果的关键。新氧绿宝石榜单医生、成都艺星医疗美容医院主治医师谢雯表示，专业医师会根据消费者的问题情况、皮肤状态与效果诉求等方面情况，对相应的疗程与频次进行详细的规划，以达到最合适的抗衰效果。以光子嫩肤为例，这一项目平均需要经过五次治疗才能得到最满意的效果，而不同消费者的痘印、色斑情况也会延长和缩短相应的疗程。

医美抗衰项目的效果除了与用户的体验频次相关以外，医生的技术、产品与设备的选择、消费者自身的保养维护等多种因素均会对医美抗衰项目的效果产生影响。为了解消费者最关心的医美抗衰项目效果影响因素，我们邀请消费者对各因素的重要性程度进行了打分。在三大因素中，“操作医生的经验和技能”得分最高，高达8.31，超过“产品/仪器本身的功效”得分8.22，“消费者自身的保养和维护”因素重要性得分最低，为7.9分。

图表 13：医美抗衰项目效果因素重要性打分



数据来源：新氧数据颜究院、新华财经

虽然医美抗衰老项目的设备与产品差异等因素对实际效果会产生影响，但医师的技术水平与经验仍然对相应产品效果的发挥具有至关重要的影响。新氧绿宝石榜单医生、小忠丽格医疗美容连锁机构院长赵小忠医生提示，医生基础功底扎实程度、对仪器的熟练程度、以及审美和责任心等一系列因素都会影响最终效果。以光电抗衰老项目为例，大众普遍认为该类项目难度不高，上手容易，但事实上技术不娴熟的医生开展光电项目容易产生治疗不足或过度治疗的问题，甚至操作不当导致能量过高后还会导致色素沉着、水泡、乃至疤痕遗留等严重后果。

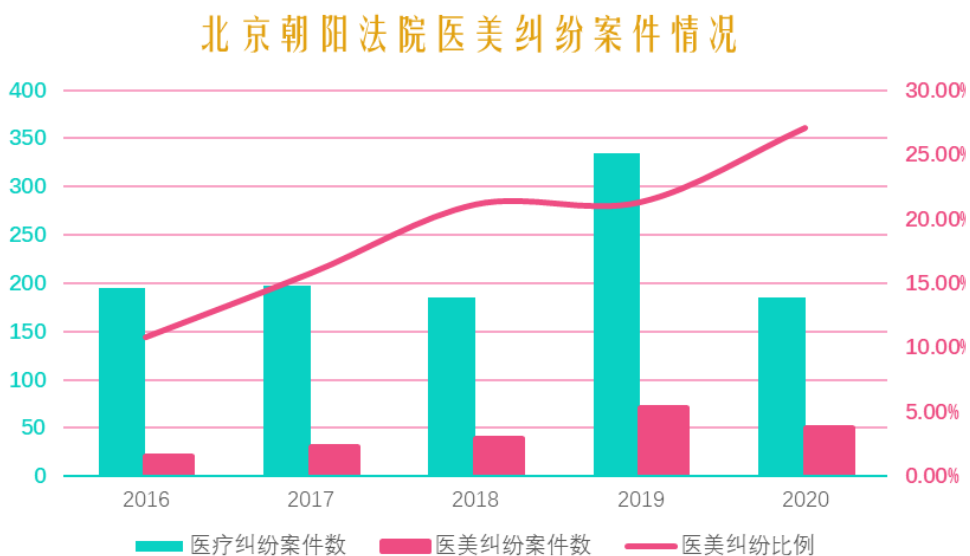
五、医美行业乱象频发，非法医美场所 90%设备是假货

今年7月，33岁女网红小冉在杭州华颜医疗美容医院因抽脂感染去世，去年4月，27岁女子做4项整容手术后昏迷，救治4天后去世。一系列医美事故与失败案例报道涌现，让医美行业乱象进入大众关注的视野。

1、乱象频发，消费者避坑迫在眉睫

近年来，因为医疗美容引发的投诉与诉讼数量急剧增加。根据北京朝阳法院发布的《医疗美容纠纷案件民事审判白皮书》，2016年至2020年期间，朝阳法院共受理医疗美容民事纠纷212件，医疗美容纠纷分别占同期医疗纠纷收案量的10.8%、15.7%、21.1%、21.3%、27.0%，医美相关的民事纠纷近年来的案件比例呈增加趋势。

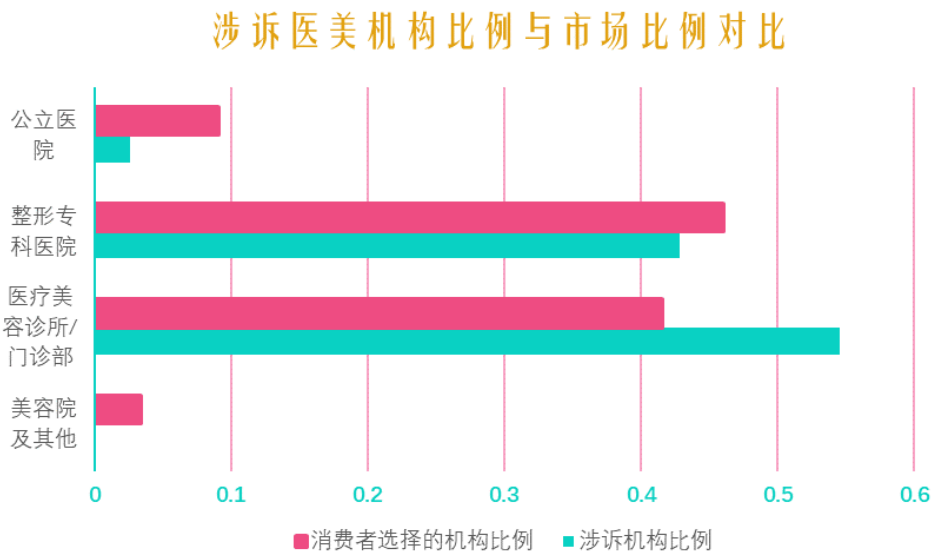
图表 14：北京朝阳法院医美纠纷案件情况



数据来源：《医疗美容纠纷案件民事审判白皮书》、新氧数据颜究院、新华财经

从涉诉的医疗美容机构类型来看，北京市朝阳区五年来涉诉医疗美容机构共77家，其中公立机构2家，民营医疗美容机构75家，约占97.4%。从涉诉医疗美容机构的规模上看，属于医院的35家，占比约为45.5%；属于门诊部与诊所的42家，占比约为54.55%。与消费者选择的机构比例情况相对比，被牵扯到诉讼中的医疗诊所与门诊部比例更高，而公立医院则相对被诉讼的比例较少。

图表 15：涉诉医美机构比例与市场比例对比



数据来源：《医疗美容纠纷案件民事审判白皮书》、新氧数据颜究院、新华财经

近年来，医疗美容行业快速发展，各类新型医美产品层出不穷，监管的相对落后为国内“黑医美”的滋生提供了条件。目前，医美市场存在着大量项目过度包装、假货产品泛滥、非专业机构和从业人员开展业务等乱象。根据艾瑞咨询发布的2020年《中国医疗美容行业的洞察白皮书》，2019年合法合规开展医美项目的机构只占全行业的12%，合法医师仅占行业28%。

与传统外科手术类的医疗美容相比，医美抗衰项目则更加轻量便捷，更容易出现医美机构与人员的非法执业现象，同时监管对小作坊、个人类的医美抗衰服务场所的监督执法也更加困难。与此同时，医美抗衰领域依然存在一定的风险，不专业的执业行为可能会导致较为严重的后果。在北京市朝阳区法院共受理的212件医疗美容民事纠纷中，除皱抗衰类项目的案件数量达到了29件，占比达到了13.7%。

消费者面对市场琳琅满目的医美抗衰项目服务机构，常常会陷入选择迷茫，误入“黑医美”的消费陷阱之中：

(1) 服务机构及人员没有资质

目前医美抗衰行业需求不断增长，但合法医师仅占行业现有医生总数的28%，具备资质的医生需求出现了极大缺口，于是市场有人铤而走险，开设了不少针对无医疗资质人员操作医美抗衰设备的“七天速成培训班”，这些没有资质的人员流入到各类医美抗衰机构中，形成了极高的风险隐患。

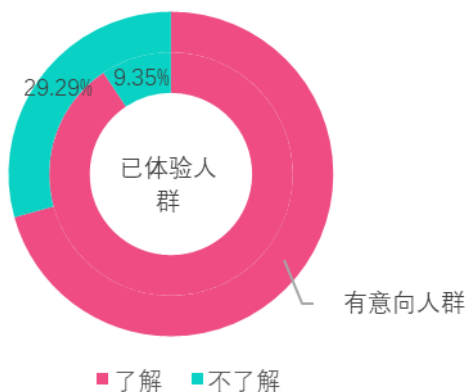
根据《医疗美容服务管理办法》规定，美容医疗机构必须经卫生行政部门登记注册并获得《医疗机构执业许可证》后方可开展执业活动，同时负责实施医疗美容项目的主诊医师治疗医生也需要持有执业医师证书，同时具有从事相关临床学科工作经历。

在北京市朝阳区人民法院处理的77家涉诉医疗美容机构中，因医疗美容诊疗活动超出登记的诊疗科目范围被行政处罚的有24家，因任用非卫生技术人员从事医疗卫生技术工作被行政处罚的有37家，一年内因上述违法行为被处罚超过两次的医疗美容机构有8家。

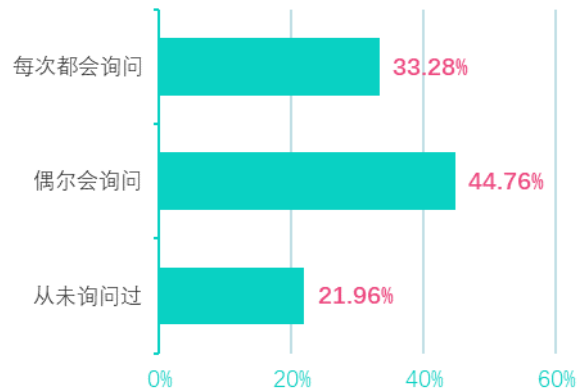
60%以上的医疗美容纠纷案件在审理过程中都会涉及医疗美容机构或其相关医务人员资质审查问题。在启动医师资质审查的案件中，绝大部分案件病历记载的主诊医师显示有医师执业资格证，但有30%左右的消费者反映病历记载的主诊医师与实际实施医美项目的主诊医师并非同一人，出现指定医生和实际治疗医生不匹配的“幽灵医生”现象；在涉诉案件中有近1/3的比例，参与护理或器械操作人员在实施医疗美容行为时无相应行医资质。

近年来，医美行业乱象频出，消费者对正规化医美的需求愈发迫切。但在消费过程中，不少消费者对医美行业了解有限，对医疗美容机构与医生的资质关注不足。在已体验过医美抗衰项目的消费者中，占比9.35%的人表示不了解相关的禁忌与副作用情况，而在未来有意向体验医美抗衰项目的人群中，这一比例更是接近30%。

图表 16：消费者对医美抗衰项目禁忌了解情况



图表 17：消费者询问机构与医生资质的比例



数据来源：新氧数据颜究院、新华财经

与此同时，在做医美项目时，消费者询问了解机构与医生资质意识不高。仅有33.28%的消费者会在每次体验医美项目时会询问机构与医生资质，有21.96%的消费者表示在体验医美项目时从未询问过相关资质。

新氧绿宝石榜单医生、成都艺星医疗美容医院主治医师张璇提醒各位消费者，注射类与光电类的医美抗衰项目也属于在医学范畴下进行的美容项目，国家相关部门明确要求需要在具有医疗美容资质的机构由具有医疗美容主诊医师资格证的医师进行操作，美容院与私人场所不具备注射类项目及光电项目场所和操作资格，护士或者未取得执业医师资格的助理医师不得直接实施激光操作等“轻医美”诊疗活动。对自己做医美抗衰项目的医生与机构具有疑问的消费者，可以在国家卫生健康委员会官网或一些垂直类互联网医美服务平台产品如医美查等查询机构和医生的资质。

（2）仪器、药品是假货

医美抗衰项目的药品与器械的生产与销售需要获得相应的经营许可证，尽管国家严查医美行业的针剂与设备的造假走私问题，但市场上仍然存在一定的假货、水货针剂与光电设备。根据艾瑞咨询《中国医疗美容行业的洞察白皮书》，市面上流通的注射类针剂正品率只有33.3%，在非法医美场所中90%以上的医疗美容设备都是假货。2019年合法医美机构的行业占比14%，合法医师行业占比28%，假设合规医生与“黑医生”操作的仪器数量相近，可以推算出在医美“黑场所”中使用的假冒伪劣光电设备约占整个市场中光电设备总数的64.8%，市场上超一半的光电设备均不合格。

新氧绿宝石榜单医生、小忠丽格医疗美容连锁机构院长赵小忠医生提示，国家对设备与药品流通具有严格的管控要求，相关产品只能售卖给合法的医美机构，为防止使用到水货、假货针剂与光电设备，消费者一定要在正规的医疗美容机构进行医美消费。与此同时，不法商家由于利益驱使伪造仿造山寨光电设备仪器，未经NMPA认证批准存在安全等诸多隐患。目前正规仪器与注射针剂都具有官方的查询标识，消费者可以通过原厂认证对相应设备与产品进行辨识。

（3）低价吸引到店后捆绑销售

一些不良医美机构在线上宣传时喊出“一口价”，宣称“1块钱就能做打水光针”，但在消费者实际消费体验时会临时捆绑增加其他项目，五花八门的附加项目常常让消费者感觉掉入了“无底洞”。同时，轻医美消费中消费者常常会被医美顾问诱导办理次套卡，预付款后无法退款，被迫接受自己不适合的医美抗衰项目，造成过度医疗与成本浪费。

新氧绿宝石医生榜单医生、南京医科大学第二附属医院副主任医师蔡薇提醒，不少商家会选择通过低价引流宣传形式吸引消费者到店，消费者在咨询的时候，要充分了解一口价或低价引流

营销手段包括哪些项目，在线下体验后遇到医美机构收取额外费用的情况，如果属于线上报价已经包含了的项目或强制消费，消费者有权利拒绝付费。此外，医美顾问常常会诱导消费者增加医美项目，进行全脸整体设计，消费者很容易陷入医美机构的手术项目“连环套”。消费者应该在预付款前要充分了解产品说明，对自身需求进行理性分析严肃对待，如果对相关方案不认可，应直接拒绝额外建议的医美项目。

2、监管落地，行业面临深度调整

随着医疗美容行业快速发展，开展医美行业的手段越来越便捷，“轻医美”逐渐成为医美行业的快速增长点，行业入局者不断增长，竞争格局愈发激烈，同时行业的违规乱象也愈发突出尖锐。为了为进一步维护消费者合法权益，保障群众身体健康和生命安全，更好地引导医疗美容行业规范化发展，近年来卫生部门与市场监管部门等部门的监管快速跟进，出台了一系列针对医美行业的严格监管政策，大力开展集中整治活动，对医美行业出现的乱象行为进行了严厉肃清。

图表 18：近年医美行业主要监管政策一览

发布时间	发布机构	政策名称
2017 年	卫计委、网信办、公安部等七部委	《严厉打击非法医疗美容专项行动方案》
2020 年	卫健委、网信办、教育部等八部委	《关于进一步加强医疗美容综合监管执法工作的通知》
2021 年 6 月	卫健委、网信办、公安部等八部门	《打击非法医疗美容服务专项整治工作方案》
2021 年 8 月	市场监管总局	《医疗美容广告执法指南(征求意见稿)》

资料整理：新华财经、新氧数据颜究院

近期，全国各地也积极响应非法医疗美容整治工作要求，对医美行业加大监管力度。2019年，北京就在全市开展了专项整治行动，对各类医疗美容机构、生活美容场所等进行规范，严厉打击各类无证医疗美容服务行为。进入2020年，各地响应《打击非法医疗美容服务专项整治工作方案》部署，上海、四川、陕西等省市开展了打击非法医疗美容服务专项整治工作，湖北、甘肃、浙江、江西等多省市也均组织相关部门开启了监管升级行动，严厉打击非法医疗美容。

长期以来，不少缺乏资质的机构铤而走险，通过违法违规广告和劣质低价服务扰乱市场，“劣币驱逐良币”，部分正规机构被价格战、广告战严重影响，导致营销成本过高，难以实现盈利。随着行业规范化进程不断深入，部分医美机构的违规违法行为将得到有效的整治和管控，非规范化以及中小机构逐步出清，正规经营的医美行业机构有望集中更多精力做好服务、打造品牌、提升口碑，实现更好的发展。

六、未来 10 年，医美抗衰市场都将保持高增长潜力

伴随着轻医美项目的市场渗透越来越深，更多年轻人开始接受并尝试医美抗衰，轻便化的“午餐式医美”成为更多都市白领的选择，医美抗衰行业将是未来医美行业增长毫无疑问的重要突破口。

在医美抗衰行业中，非手术类部分增长势头强劲。大部分医美抗衰消费者都倾向于选择光电类与注射类的轻医美项目，这类项目简单轻便，心理门槛不高，恢复期短，效果直接可见，成为初次尝试医美抗衰的消费者的首选。在有意向尝试医美抗衰的消费者中，近八成都意愿体验光电类项目，光电类项目或将成为医美行业渗透率进一步增长的主要方向。

与此同时，医美抗衰项目的目标客户将愈发向年轻化转变，更多年轻人开始有意愿体验抗衰类项目，抗初老等医美项目在年轻人群体中的接受度将进一步提升。未来10年，随着90后一代全部步入30岁年龄段，中国抗衰类医美消费将成为大众消费群体维持自身形象的日常方式。鉴于抗衰类轻医美项目一般都需要多次巩固长期保持，具有较高的客户粘性，未来很长一段时间医美抗衰行业都将保持较高的稳定增长潜力。

在医美抗衰市场的营销与推广方面，出于对医美抗衰的效果与安全性顾虑，消费者更倾向于从熟知的医美机构官网/APP、朋友交流与医美行业工作人员等渠道了解医美抗衰项目信息，医美抗衰行业的营销推广将更多依赖私域流量经营与自身的优质口碑裂变转化，未来服务效果稳定优质的医美机构将迎来更多的市场机遇。

医美抗衰项目的口碑的重要来源之一是医生的经验与技术水平。在消费者的心目中，医生的操作经验与技术已成为医美抗衰项目效果的首要影响因素，也是选择医美服务机构的重要参考因素，这意味着拥有好口碑医生的医疗服务机构将获得更多消费者的青睐。

近年来，医美抗衰行业出现了一些违规违法经营、假冒伪劣药品设备、违规宣传广告等乱象，严重危害了消费者与正规合法机构的利益，不利于市场长期稳定发展。近期，非法医疗美容现象得到了行业监管的高度重视，一系列规范政策纷纷出台，集中整治行动重拳出击。未来，医美抗衰行业的违规乱象将得到有效的整治肃清，不合规的中小医美机构将被逐步清理出市场，正规经营的医美抗衰服务机构将迎来更好的发展。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。