

# 2022-2028年中国医疗美容 市场深度评估与市场年度调研报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国医疗美容市场深度评估与市场年度调研报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202110/242044.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

医疗美容（MedicalCosmetology）是指运用药物、手术、医疗器械以及其他具有创伤性或者不可逆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的美容方式。最早起源于古埃及时期，是使容貌美丽的一门艺术。

根据2015~2018行业总收入增长了90.6%，总人数增长了2.2%，渗透率增长了195.7%，可以推测出人均医美次数\*平均项目单价在3年内下降了约37%。中国医美消费由明星网红带动，近年开始走进公众生活，对15~18年人均医美次数的增长幅度做敏感性分析，当我国人均医美次数分别增长0%、4%、8%、12%、16%时，对应得到一系列我国平均医美项目单价下降幅度，其中当人均医美次数增加了8%时，医美项目均价3年下降了41.6%。2015~2018在人均医美次数增长为正的背景下，医美项目整体均价降幅在37%以上

人均医美次数增长

0

4.0%

8%

12.00%

16%

医美项目均价下降幅度

36.9%

39.4%

41.6%

43.7%

45.6%

公立医院应信誉良好处于供不应求状态，基本无推广营销，小型医美机构注重营销但是因高昂成本，推广力度不如大型连锁医美集团。以7家上市医美集团为例，发现在医美行业的产业链中，上游企业收入占行业收入的32%~52%，流量入口份额为28%~60%，下游份额为-10%~13%。

假设：以7家上市医美集团公司所处的产业链代替整个医美行业的产业链

测算公式：上游份额=上市医美集团营业成本/上市医美集团营业收入；流量入口=上市医美集团销售费用/上市医美集团营业收入；下游份额=上市医美集团净利润/上市医美集团营业收入  
7家上市医美集团公司产业链分成

产业链

俏佳人

京都时尚

华韩整形

利美康

永成医美

希思医美

瑞澜医美

平均值

集中区间

上游份额

32.6%

41.5%

43.18%

51.09%

33.28%

32.52%

46.9%

40.16%

32%—52%

流量入口

38.4%

37.3%

28.00%

15.36%

33.33%

59.29%

38.9%

35.80%

28%—60%

下游份额

-2.4%

-1.9%

4.64%

6.75%

12.37%

-9.57%

-7.4%

0.35%

-10%~13% 中企顾问网发布的《2022-2028年中国医疗美容市场深度评估与市场年度调研报告》共十章。首先介绍了中国医疗美容行业市场发展环境、医疗美容整体运行态势等，接着分析了中国医疗美容行业市场运行的现状，然后介绍了医疗美容市场竞争格局。随后，报告对医疗美容做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国医疗美容行业发展趋势与投资预测。您若想对医疗美容产业有个系统的了解或者想投资中国医疗美容行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 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。

报告目录：

第一章医疗美容概述

第一节医疗美容定义

第二节医疗美容行业发展历程

第三节医疗美容分类情况

第四节医疗美容产业链分析

第二章2019年中国医疗美容所属行业发展环境分析

第一节2019年国内宏观经济环境分析

一、国民经济增长

二、中国居民消费价格指数

三、工业生产运行情况

四、中国房地产业情况

五、中国制造业采购经理指数

第二节2019年中国医疗美容行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

## 二、相关行业标准分析

### 第三节2019年中国医疗美容行业发展社会环境分析

## 第三章2019年中国医疗美容所属行业发展生产现状分析

### 第一节医疗美容行业总体规模

#### 第二节医疗美容市场容量概况

##### 一、2015-2019年市场容量分析

##### 二、2022-2028年市场容量预测

### 第三节医疗美容产业的生命周期分析

### 第四节医疗美容器械供需情况

## 第四章2019年我国医疗美容所属行业发展现状分析

### 第一节我国医疗美容行业发展现状

#### 一、医疗美容行业品牌发展现状

2016年医美O2O开始普及，医美平台类似“天猫”模式，消费者可以参考用户评价选择口碑好的医院。2019年中国医美平台市场中，新氧、更美是主要的医美宣传平台，市场份额分别为49%、17%。医美机构在新氧平台的获客成本低于每人400元。2019年，通过新氧平台促成的医美服务交易总额为21亿元，占当年线上预约医美服务交易总额的33.1%。2019年中国医美平台主要市场份额（按医美平台收入计算）

#### 二、医疗美容行业需求市场现状

#### 三、医疗美容市场需求层次分析

#### 四、我国医疗美容市场走向分析

### 第二节中国医疗美容产品技术分析

#### 一、2019年医疗美容产品技术变化特点

#### 二、2019年医疗美容产品市场的新技术

### 第三节中国医疗美容行业存在的问题

### 第四节对中国医疗美容市场的分析及思考

#### 一、医疗美容市场特点

#### 二、医疗美容市场分析

#### 三、医疗美容市场变化的方向

#### 四、中国医疗美容行业发展的新思路

#### 五、对中国医疗美容行业发展的思考

## 第五章2019年医疗美容所属行业上下游行业分析

### 第一节上游行业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、行业最新动态及其对医疗美容行业的影响

### 第二节下游行业分析

- 一、发展现状
- 二、市场现状分析

## 第六章2019年医疗美容所属行业市场竞争策略分析

### 第一节行业竞争结构分析

- 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

### 第二节医疗美容市场竞争策略分析

- 一、医疗美容市场增长潜力分析
- 二、医疗美容产品竞争策略分析
- 三、典型企业产品竞争策略分析

### 第三节医疗美容企业竞争策略分析

- 一、2022-2028年我国医疗美容市场竞争趋势
- 二、2022-2028年医疗美容行业竞争格局展望
- 三、2022-2028年医疗美容行业竞争策略分析

## 第七章医疗美容国内重点生产厂家分析

### 第一节上海康丽医疗美容

- 一、企业基本概况
- 二、企业优势
- 三、合作机构

### 第二节长沙三和医疗整形美容医院

一、企业基本概况

二、企业优势

三、核心技术

### 第三节厦门华美整形医院

一、企业基本概况

二、企业优势

三、核心技术

### 第四节昆明丽都仁爱医疗美容医院

一、企业基本概况

二、企业优势

三、核心技术

### 第五节瑞丽舍时尚医疗美容整形机构

一、企业基本概况

二、企业优势

三、核心技术

### 第六节美尔雅医疗美容医院

一、企业基本概况

二、企业优势

三、核心技术

## 第八章2022-2028年医疗美容所属行业投资与发展前景分析

### 第一节2019年医疗美容行业投资情况分析

一、2019年总体投资结构

二、2022-2028年投资趋势分析

### 第二节医疗美容行业投资机会分析

一、可以投资的医疗美容模式

二、2019年医疗美容投资机会

三、2019年医疗美容投资新方向

### 第三节医疗美容行业发展前景分析

## 第九章2022-2028年医疗美容行业发展趋势及投资风险分析

### 第一节当前医疗美容存在的问题



## 第二节医疗美容未来发展预测分析

### 一、中国医疗美容发展方向分析

### 二、2022-2028年中国医疗美容行业发展规模

### 三、2022-2028年中国医疗美容行业发展趋势预测

## 第三节2022-2028年中国医疗美容行业投资风险分析

### 一、市场竞争风险

### 二、技术风险分析

### 三、医疗行业政策和体制风险

## 第十章2022-2028年中国医疗美容行业投资战略研究

### 第一节2022-2028年中国医疗美容行业投资策略分析

#### 一、医疗美容投资策略

#### 二、医疗美容投资筹划策略

#### 三、医疗美容品牌竞争战略

### 第二节2022-2028年中国医疗美容行业品牌建设策略

#### 一、医疗美容的规划

#### 二、医疗美容的建设

#### 三、医疗美容业成功之道

### 第三节中国医疗美容行业市场发展趋势预测

### 第四节医疗美容产品投资机会

### 第五节医疗美容产品投资趋势分析

### 第六节关于项目投资建议

#### 一、行业投资环境考察

#### 二、投资风险及控制策略

#### 三、项目投资建议

## 图表目录：

图表：2015-2019年我国医疗美容行业市场规模

图表：2015-2019年全国医院总诊疗人数和出院人数

图表：2015-2019年全国基层医疗卫生机构总诊疗人数和出院人数

图表：2015-2019年全国其他医疗机构总诊疗人数和出院人数

图表：2015-2019年全国医院数量

图表：2015-2019年全国基层医疗卫生机构数量

图表：2015-2019年全国其他医疗机构数量

图表：我国医疗美容行业重点省市场占比情况

图表：我国医疗美容行业重点城市市场占比情况

图表：2015-2019年医疗美容细分市场规模情况

图表：2015-2019年我国医疗美容行业营业收入规模

图表：2015-2019年我国医疗美容行业累计接受服务人数

图表：2015-2019年我国医疗美容行业供给规模

图表：2015-2019年我国医疗美容行业从业人员数量

图表：2019年医疗美容细分市场占总市场的结构比例

图表：2019年市场领先企业的所有制结构占比

图表：2015-2019年中国整形美容市场实现产值

图表：2022-2028年全球医疗美容器械市场规模情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/242044.html>