

想做医疗美容提颜值？等等！

尽管国内超七成消费者并不反对医美消费，

颜值经济崛起，让医疗美容这一“立竿见影”的美容方式得到了青睐。明星整容已不再稀奇，普通消费者则更偏好用医美进行日常护肤、祛斑祛痘等。相比于普通美容，医美一般会使用具有创伤性或侵入性的医学技术，这也使得不正规的医美机构或制品容易对消费者造成巨大伤害。

近年来，各种医美机构如雨后春笋般冒出，但鱼目混珠、层次不齐。有数据显示，目前医美市场由中小型民营机构主导，整形医生数量少，非法针剂和设备使用率较高。消费者不仅可能因舆论而产生压力，而且普遍担心医美效果和后遗症等问题。在选择医美项目的时候，消费者应该提高辨别能力，对自身需求、医美项目及机构资质有充分的认知和判断。

颜值经济崛起！ 超七成消费者不反对医美

国家卫计委《医疗美容管理办法》指出，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。据相关报告，目前医美项目大致分为手术类和非手术类两种。前者包括鼻整形、口腔牙齿矫正等面部手术，隆胸等胸部手术以及吸脂等身体手术。后者则包括肉毒素等注射类、光子嫩肤等非注射类和针灸等中医项目。

“爱美”的需求催生了一个巨大的市场。1997年，国内首家民营整形美容医院才出现。2010年起，国内医美行业便进入高速发展期，各类医美APP和新兴机构出现。艾媒咨询数据显示，去年国内医美市场的用户规模达到1120万人，这个规模还在不断增长。一方面，90后人群成为求美的主力军，年纪增长的中产人群也有了医美抗衰的需求。另一方面，互联网医美平台推动行业信息透明化，消费环境得以改善。

据艾媒咨询调查，今年上半年，国内超七成消费者并不反对医美消费。其中，11.6%的消费者认为医美越美越好，23.6%的消费者认为医美只要不过度就好。只有17%的消费者较反对医美，认为有较大缺陷才需医美或自然的脸蛋和身材才最美。艾瑞咨询数据显示，在疫情高峰期过后，新白领人群便迫不及待出门做医美了。在疫情高峰期后旅游、外出就餐等品类消费支出减少的同时，新白领对医美的投入却有所增长。

消费者选择医美的原因也值得关注。有数据显示，约半数消费者是因为变美能取悦自己而选择医美。在外界影响层面上，则有近三成的消费者是为了以更美的外貌获得优待，迎合当下的审美潮流而选择医美。

要变美但不想整容？ “轻医美”接受度高

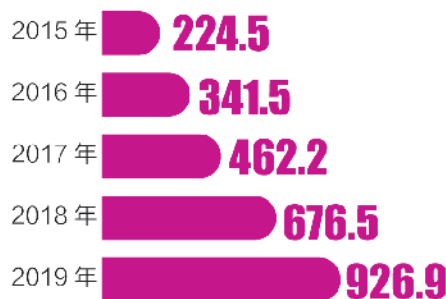
医美需求上，国内消费者则更偏向日常护肤、祛痘祛斑、脱毛植发等。具体而言，医美消费者最热衷于选择祛痘祛斑、牙齿整形、光子嫩肤和抗衰老美容。其中，有四成以上的医美消费者在今年上半年进行了祛痘祛斑，而进行五官/轮廓整形以及微整形美容的医美消费者分别只有19.4%和15.7%。

由于“轻医美”有风险较小、恢复期较短等优点，越来越多的消费者接受了这种医美形式。同时，由于“轻医美”无需手术，且具有高性价比的特点，目前已成为更加生活化的一类医美项目。其中，“轻医美”皮肤护理包含注射玻尿酸、淡斑等，基础美容仪器包含洗脸仪、按摩仪等。“轻医美”项目还包括牙齿美容、脂肪填充、光电项目和整容手术后可使用的修复型产品等，医美化妆品则是化妆品与具有医学背景的原料的创新结合。

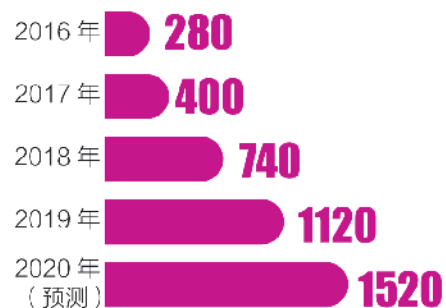
有数据显示，国内医美意向消费者愿意使用美容仪器、凝胶等医美化妆品的比例达到68.2%。艾媒分析师指出，中国已成为全球最大的“轻医美”市场。考虑到医美产业价值链各节点的现状和痛点，判断中游的医美机构未来变革方向会是重点发展“轻医美”，引入前沿设备及产品来提升利润空间，打造标准化模式。

颜值经济崛起 医美备受年轻男女喜爱

2015-2019年中国医美诊疗人数
(单位：万人)



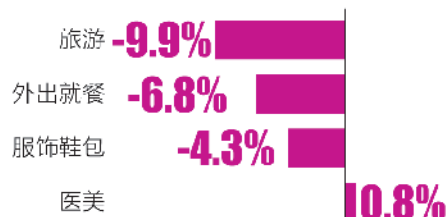
2016-2020年中国医美市场用户规模
(单位：万人)



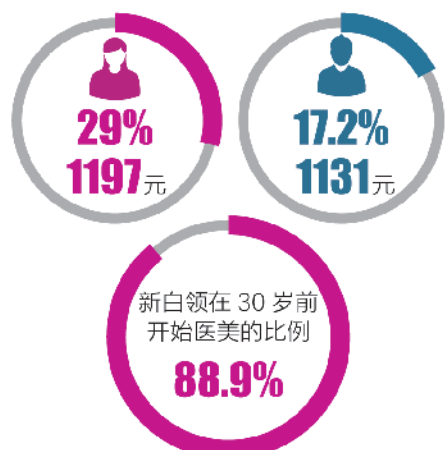
中国医美用户开始体验医美项目的原因



疫情高峰期后新白领消费支出变化



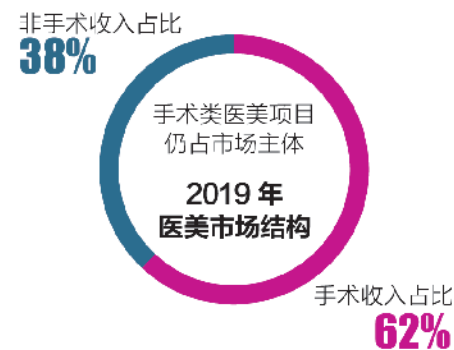
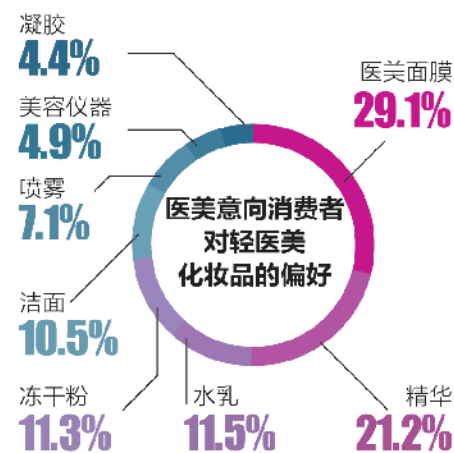
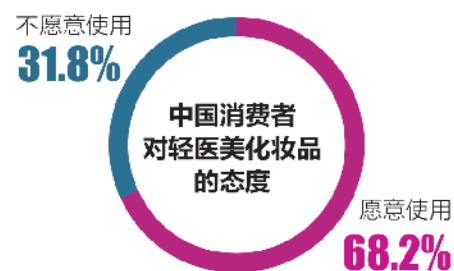
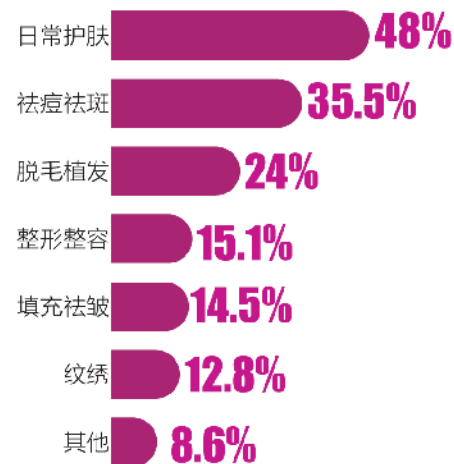
2020年新白领
月均投入医美的比例及费用



注：新白领指家庭年收入10万元以上、个人年收入5万元以上、工作稳定的白领

日常护肤最受欢迎 轻医美潜力大

2020上半年中国消费者的医美需求



不同年龄段消费者偏好的医美项目

