

从填充到再生 轻医美撑起数千亿元市场

疫情后时代,医美行业快速复苏。疫后修复将是主线,其中包括医美、牙科等可选的消费型医疗。其中,相较于以整形为主的手术类项目,以注射填充为代表的非手术类轻医美项目单次价格低、安全性高、恢复时间短,因而受到人们的青睐。2021年来,面部注射材料已由当年的玻尿酸、胶原蛋白当道,到如今出现的少女针、童颜针等新型再生注射材料,被业内认为由填充时代进入再生时代。

■新快报记者 梁瑜



■廖木兴/图

A 从手术到非手术轻医美 数千亿元市场蛋糕待分

与手术类医美整形相比,非手术类的轻医美项目,以注射和光电治疗为主要介入手段,因其风险低、创伤小、恢复期短、日常消费频次高成为当下热门,获得了更大的市场发展空间。据弗若斯特沙利文数据,2021年,全球非手术类医美市场占比达22.7%,而中国非手术类市场规模占比高达51.6%,且增速远高于手术类医美项目。

艾瑞咨询日前发布的《2022年中国医疗美容行业研究报告》显示,2021年中国医疗美容市场规模达到2179亿元,增长率达到12.4%,预计2025年中国医美市场规模有望达到4108亿元。非手术类医疗美容市场迅速扩大,2021年市场规模达752亿元,预计2025年市场规模将上升到2279亿元,有望成为医美主力市场。

爱美客招股书中数据显示,2020年轻医美市场规模已达到770亿元,2016-2020年4年复合增速为25.54%。随着轻医美市场逐步扩张,价格低、恢复快、风险低的注射类项目有望持续放量。

在下游客端,也对轻医美进行狂热追捧。新氧发布的《2022中国医美行业白皮书》显示,从高决策成本的重手术类医美到高频低价的非手术类医美,轻医美抢占手术市场的趋势愈发显著,在线上交易平台,非手术类的轻医美项目呈现压倒性优势,2022年其线上交易订单量占比高达84%。

B 从生产注射用玻尿酸 到争抢全产业链细分赛道

在轻医美分类中,注射医美发展尤为异彩纷呈。注射材料有玻尿酸、胶原蛋白、肉毒素、再生材料等,可谓百花齐放。

轻医美普及度最高的注射材料,当属玻尿酸。玻尿酸又名透明质酸,是一种直链酸性黏多糖,对人体有重要的生理功能。随年龄增长,人体内透明质酸含量逐渐减少,会出现因皮肤保水性下降而引起的皱纹、凹陷等皮肤问题。通过外源注射玻尿酸,能实现高效保湿护肤的功效,同时中大分子玻尿酸具备良好的支撑填充效果,适用于注射填充、塑形美容;小分子及寡聚透明质酸硬度低,但易渗透到真皮层中,多用于功能性护肤品。

国内透明质酸行业起步较晚,初期主要用于医疗。直到2008年瑞典Q-Med的瑞蓝及2009年爱美客的逸美等合规注射用玻尿酸产品陆续获批,带动了玻尿酸填充市场的兴起。2013年起,填充用玻尿酸产品矩阵不断丰富,成为注射填充市场的主流。目前,数十款注射用玻尿酸产品,且种类丰富,可应用从面部至颈部,包括艾尔建的乔雅登、Q-Med的瑞蓝、LG化学的伊婉等进口产品;华熙生物的润百颜、昊海生科的海薇、爱美客的嗨体等国产玻尿酸产品等。正是在玻尿酸产品的加持下,爱美客、华熙生物和昊海生科业绩突飞猛进,被市场称作“医美三剑客”。

而从原料来看,中国是不折不扣的“玻尿酸大国”。弗若斯特沙利文发布的《2021全球及中国透明质酸(HA)行业市场研究报告》显示,华熙生物、焦点生物、阜丰生物和安华生物这四家来自中国山东的公司在全球玻尿酸原料市场的份额分别为44%、15%、9%和7%,合计达到75%。

更多企业不满足于生产注射用玻尿酸而积极布局玻尿酸全产业链,深挖玻尿酸细分赛道。华熙生物、爱美客、昊海生科、鲁商发展2022年Q1-3分别实现营收43.20亿、14.89亿、15.83亿、85.29亿元,同比增速分别达43.43%、45.58%、24.14%、34.33%,呈现明显增长态势。

C 胶原蛋白规模呈增长趋势 赛道玩家数量较少

如果说注射用玻尿酸是注射类轻医美的左手,那胶原蛋白就是右手。

胶原蛋白广泛分布于人体的结缔组织中,如皮肤、软骨和骨、肌腱、韧带、角膜、硬脑膜等,其功能是维持皮肤和组织器官的形态和结构,也是修复各损伤组织的重要原料物质。

万联证券的一份胶原蛋白行业研究报告认为,目前胶原蛋白在功效性护肤品和医美注射领域还处于起步阶段,市场规模不及玻尿酸,但胶原蛋白在功效性护肤品和医美注射填充领域的市场规模增速将显著高于玻尿酸。2021年医美注射中胶原蛋白的市场规模为37亿元,市场占比为8.73%;预计2027年市场规模将达到137亿元,市场规模占比将达到10.92%。

根据Grand View Research数据显示,中国胶原蛋白市场规模呈逐渐增长趋势。胶原蛋白也有望在部分领域如泪沟等皮肤凹陷处填充等替代玻尿酸。但目前胶原蛋白赛道玩家数量没有玻尿酸领域拥挤。医美注射领域的胶原蛋白仅有双美生物、长春博泰、荷兰汉福及锦波生物4家公司获得批文。前三家的胶原蛋白产品均采用动物源,双美生物主打产品为肤柔美、肤丽美等,长春博泰主打产品为弗曼,荷兰汉福主打产品为爱贝芙。而重组胶原蛋白领域有较高的研发壁垒,获批产品更少,仅有锦波生物的薇旖美。

除了注射用胶原蛋白,受益于轻医美风潮的还有胶原蛋白医用敷料、功能性护肤品等,巨子生物、锦波生物、创健医疗、创尔生物等都有相关产品。

去年11月,“胶原蛋白第一股”巨子生物在港交所主板上市。上月底,锦波生物北交所上市成功“过会”。截至目前,除了巨子生物、锦波生物外,聚源生物、创健医疗也处于业内头部位置。

除了这些“种子”选手,也有觊觎胶原蛋白的医美巨头意欲闯入赛道。去年8月,玻尿酸巨头华熙生物明确将胶原蛋白视为继透明质酸之后的第二大战略性生物活性物。之后,公司收购了益尔康51%的股权,获得动物源胶原蛋白的同时,下场进入重组胶原蛋白赛道。

D 再生医美材料新手入场 “高端”成标签

正如没有人可以定义美,变美手段也超越想象地涌现出新产品。2021年冒起的再生医美材料,被业内认为让轻医美从填充时代进入再生时代。

据了解,截至目前,玻尿酸已有60多种产品,而中国医美市场上的再生材料比较少,集中在2021年中上市。当年,NMPA批准三款刺激胶原蛋白再生类的医美注射填充产品:长春圣博玛的艾维岚童颜针、华东医药的伊妍仕少女针(S号)以及爱美客的濡白天使。2021年也被称为“再生元年”。

所谓再生材料,是通过促进人体自身纤维细胞和胶原蛋白再生,最终达到面部年轻化效果的一种材料。它实际上也是医美填充材料中,一个细分品类的统称。相较时效较短、通常为1年左右的玻尿酸等传统填充产品,再生材料由于填充效果自然、渐进且长效而受到广泛关注。

东吴证券大消费行业分析师指出,再生针剂通过PLLA(聚左旋乳酸)、PCL(聚己内酯)微球刺激人体胶原蛋白再生实现填充效果,兼具更安全、更自然、更高效、可量产等优点,是一种高端升级填充材料。

2020年,ISAPS统计全球注射类医美治疗次数总计1061万,同比下滑2.6%,相比2016年增长24.1%。但PLLA医美治疗总次数同比增长34.2%,相比2016年增长52%,成为增长最快的项目。

据了解,与玻尿酸所针对的用户群体不同,再生针剂与“高端”挂钩,相应的定价体系也会有所差异。据了解,1ml/支的伊妍仕少女针(S号)终端售价近2万元/支。

除了价格高,再生材料也有不可回避的缺点。广东省第二人民医院整形科一位医生告诉记者,与玻尿酸填充后的立即可见容积增加不同的是,再生材料的重点在刺激再生之后皮肤增厚和紧致。通常再生材料产品混合了容积改变的产品,但代谢很快,接下来就要耐心等待再生材料的刺激再生作用,因此很多人觉得“填了个寂寞”“白花了钱”,甚至因此产生医疗纠纷。而且,再生材料不仅见效慢,且存在不可逆的问题。与玻尿酸酶可以溶解玻尿酸不同的是,PLLA、PCL均无法消融或取出,一旦操作不好,或因求美者个体原因,形成的疙瘩硬节会长期影响面部形态。

该医生认为,再生材料兴起之风清晰可见,但局限性也是不难看到,传统填充材料的市场地位在短期内仍不可撼动。他相信,随着时间的推移,再生材料或许会通过“进化”克服产品缺陷,让求美者选择更丰富多样化,使用后也不容易留下后顾之忧。

关于医美注射材料的发展未来,中国整形美容协会常委金雪坤认为,消费医疗是一个既有技术壁垒又有巨大市场想象空间的赛道。谁在筑起更高门槛、架起更高科技大楼的同时,又无限接近消费者,并能无限把两者打通,谁就具有无限价值。除了已有的产品形态,未来医美产业中还会出现更多指向再生、抗衰的组合。



扫码获取更多
健康医药资讯