

“少女针”“童颜针”被关注被质疑 不阻药企扎堆涉足医美



■廖小兴/图

1 暂停售卖通知被辟谣 “少女针”背后是“再生”潮

不久前,一篇关于《暂停售卖伊妍仕少女针通知》(以下简称《通知》)惊动了医美界。《通知》显示,鉴于伊妍仕“少女针”注射后组织再生情况不可控,注射后效果不可逆,且存在副作用等问题,“我司”为保障广大顾客的安全与权益,决定封存伊妍仕少女针所有库存产品暂停对外售卖。

“少女针”境内代理公司、华东医药全资子公司欣可丽美学(杭州)医疗科技有限公司随后就对外发布了《关于澄清网络不实言论的声明》表示,上述《通知》所载内容均为不实信息,系恶意诬陷造谣。

深陷本次舆论漩涡的“少女针”英文名为ELLANSé,在内地商品名为伊妍仕,中国港台等地音译为洢莲丝、依恋诗等。其源自英国,生产基地在荷兰。2009年,ELLANSé拿到了欧盟CE认证,2015年进入中国台湾,2016年进入中国香港,2018年,华东医药以约合15亿元人民币全资收购英国医美企业Sinclair,将其旗下“少女针”收入囊中。2021年8月,“少女针”正式在内地市场上销售。

公开资料显示,“少女针”的主要成分是70%的CMC(羟甲基纤维素)凝胶+30%的PCL(聚己内酯)微球。据公

司介绍,与传统填充剂不同的是,伊妍仕是一款再生型填充剂,注射后的CMC凝胶两个月就会被人体自然代谢,另一成分PCL微球边分解边刺激诱导人体分泌合成胶原蛋白,取代被代谢的CMC凝胶载体容积。

“少女针”是再生类填充产品的一种。再生类填充产品属于胶原蛋白刺激物,由于其对人体组织的刺激疗效,国内市场赋予这类产品“再生”概念。目前国内仅有三家医美企业的四款再生针剂获批上市,分别是华东医药的伊妍仕、爱美客的濡白天使和如生天使、长春圣博玛艾维岚“童颜针”。

2 深陷假货、“水货”、不可逆、硬节漩涡

今年8月,微博上一条名为“女子过海关双腿绑满少女针”的Top1热搜引发了公众热议。事缘深圳海关西九龙站海关员在检查一名入境女旅客行李时发现了20个空盒子,进一步检查时,发现该旅客用胶带将40支“少女针”绑藏在其大腿和小腿处,该旅客涉嫌走私“少女针”美容针剂。

才过1个多月,海关总署官方信息平台“海关发布”视频号又发布,今年9月,在深圳海关所属皇岗口岸旅检大厅入境时,一位男旅客被拦截并进一步检查后,发现其在腰部和大腿处用胶带绑藏了28支“少女针”。

没想到,在医美界已走红的“少女针”,竟是以这种方式被普通百姓知晓。

消费者选择“水货”、假货(通常自称真货、“水货”)的原因往往很简单,主要是价格的诱惑。要么求美者求便宜,

要么医美机构求利润最大化。“少女针”的高端定价和美轮美奂的宣传,更是让“水货”有了更大市场。虽有扫码验真、公众号查询认证机构和认证医生及黑名单机构信息,但“少女针”国内行货的高价,1.88万元/支(1ml)的终端定价,让部分求美者选择了“水货”。

据了解,国内对再生类填充产品定价均高企。浙商证券在一份研报中指出,爱美客的濡白天使终端价为1.28万元/支(0.75ml),圣博玛“童颜针”与“少女针”一样为1.88万元/支(1ml)。据了解,华东医药“少女针”毛利率超过70%。同样的“少女针”,国内终端定价1.88万元/支,我国香港售价才三四千港元/支。数倍的利差,导致庞大的“少女针”造假潮和“水货潮”。有行内人士透露,一些知名产地无证的注射剂、不能用于注射的生

长因子等张冠李戴自称“少女针”“童颜针”,在流通市场里真假混卖,导致求美者注射后身心受创。

此外,部分求美者注射“少女针”后产生硬结,且注射后不可逆,是“少女针”被业界质疑的焦点。在短视频平台,一位百万粉丝的博主自称注射修补法令纹后,单侧脸的一块肉条始终突起,一年来都没有改善。有医生认为,再生类注射产品对医生要求很高,一旦注射水平和经验不足,就容易出现硬结。医生一旦注射层次不对,单点一次性注射的量太大,就容易形成结节。而且,“少女针”等再生类注射产品“不可逆”。相较于玻尿酸注射不满意可以打溶解酶溶掉,伊妍仕等再生类注射产品没有溶解酶可溶解,效果不好、出现硬结只能等待其自己吸收代谢掉。

3 大环境倒逼医药白马转型医美

“少女针”的背后,是华东医药的医美转型。作为曾经的医药白马,华东医药转型医美,与药品集采和医保控费的大环境有很大关系。作为国内传统医药白马,华东医药过往的业绩可谓辉煌。2000年上市后,公司收入保持稳健增长。华东医药发迹于仿制药和中成药,仿制药在集采和医保控费下只留下了很低的毛利。从阿卡波糖集采丢标,到百令胶囊医保谈判降价……华东医药多款产品受到影响,传统仿制药板块承压,2020年、2021年业绩接连下滑。华东医药决定转型创新药公司,同时向医美行业进发。

华东医药看中的医美是大千亿赛

道。据Frost&Sullivan预测,我国医美市场逐渐扩容,总规模已由2017年的993亿元增长至2021年的1892亿元,预计2030年,中国医疗美容市场规模将超过6500亿元。而且,我国医美渗透率远低于发达国家,未来行业增量市场空间很大。据Frost&Sullivan数据,2020年我国每千人接受医美治疗20.8次,不及韩国1/4,美国和巴西1/2。

2018年,华东医药全资收购了主打美容线、长效微球和玻尿酸的英国医美企业Sinclair公司,由此切入医美领域。随后又在2019年入股美国国际医美公司R2,2021年2月全资收购西班牙能量型医美器械公司High Tech公司。

2022年和2023年H1,华东医药业绩开始企稳回升。财报显示,2022年,华东医药的营业收入和归母净利润分别为377.15亿元、24.99亿元,分别同比增长了9.12%、8.58%。2022年华东医药国际医美业务实现销售收入11.44亿元,同比增长71.88%;同期国内医美业务分别实现销售收入8.84亿元,同比增长141.14%。

华东医药董秘陈波不久前向财联社记者表示,医美业务目前对营收贡献相对较小,但增速快,盈利能力和利润率均高于仿制药,营收占比预计将逐年提升。公司预计2023年“少女针”营收将达到9亿元,同比增速约50%。

4

再生型填充产品巨量蓝海 吸引大量医药企业

消费者对美的追求捧起了填充市场。2021年,随着国内三款再生医美产品的获批上市,医美注射从“填充时代”迈入“再生时代”。根据东兴证券报告,填充针剂产品市场增长势头强劲,预计终端市场规模将由221亿元增长至558亿元,再生型填充剂更是成为了中国医美市场的新宠。目前市场上主流的医美再生材料包括聚左旋乳酸(PLLA)和聚己内酯(PCL),其中以PLLA为核心成分的称之为“童颜针”,以PCL为核心成分的称之为“少女针”。据观研天下估计,至2025年,“童颜针”“少女针”市场规模可至49亿元,潜在市场较大。

被这片巨量蓝海吸引的,当然不仅有华东医药、爱美客、长春圣博玛,兴科蓉医药、高德美、江苏吴中、四环医药、杭盖生物等也在大步奔向再生类填充剂市场。

爱美客日前发布新品如生天使,成为国内第四款上市的再生类填充剂。而另一家医药企业兴科蓉医药旗下医美产品线首款产品“少女针”项目目前已完成了产品中试及临床样品的生产,预计将于今年稍后进入临床研究阶段,有望于2024年获批。

更多药企涉足医美,带来更多再生类填充产品准备上市。据不完全统计,江苏吴中代理的再生类医美产品韩国AestheFill“童颜针”预计在2023年下半年上市;预计2024年上市的则有高德美代理的目前已处于临床阶段法国产品塑然雅;普丽妍医疗的“童颜针”也预计2024年获批;四环医药、乐普医疗、尚礼生物分别有“童颜针”产品预计2025-2026年上市。此外,四环医药的二代“少女针”、杭盖生物的瑞博“童颜针”、西宏生物的“童颜针”目前均处于注册申报阶段,益诚生物的二代“少女针”目前处于国内注册临床阶段,康哲药业的“童颜针”目前处于临床试验阶段。

前有对手,后有追兵,“少女针”的独宠时代或将很快过去。



扫码获取更多
健康医药资讯