

三方激烈交锋、两大巨头互撕 医美赛道陷材料市场争夺战

“6·18”大促前，一场始于成分争议的“口水战”，正式演变为中国医美行业权力格局重构的商战。自5月以来，玻尿酸巨头华熙生物与重组胶原蛋白龙头巨子生物从“券商研报论战”到“成分检测质疑”，矛盾持续升级，掀起一轮又一轮的激烈交锋，折射出医美行业新旧成分赛道的话语权争夺。

■新快报记者 梁瑜



■廖木兴/图

1 美妆博主、华熙生物叫板巨子生物

5月24日，百万粉丝美妆博主“大嘴博士”（郝宇）发布视频称，据检测报告，巨子生物明星产品可复美“重组胶原蛋白肌御修护次抛精华”中，重组胶原蛋白含量仅0.0177%（远低于0.1%的标注下限），且未检出胶原蛋白核心氨基酸“甘氨酸”，质疑产品“虚假标注”。

巨子生物随即紧急回应称，多批次自检结果显示胶原蛋白含量“均大于0.1%”，并委托第三方复检。但“大嘴博士”持续追击，指出巨子生物检测方法（双缩脲法）可能因产品含“聚谷氨酸钠”导致结果虚高，且检测产品为升级版（胶原棒2.0），而非被下架的问题款（胶原棒1.0）。6月11日，“大嘴博士”再次发布检测报告，指出受争议可复美产品中重组胶原蛋白含量仅为0.02%。

在巨子生物“自证清白”的同时，华熙生物参与了这场美妆博主与巨子生物的争端。6月1日，华熙生物公开“站队”大嘴博士，称其关联公司上海柳页医创属华熙生态成员，需“坚定支持”，同时称自己手里也有一堆报告，可以随时扔出来。而且，华熙生物还称已向各大行业协会、各类主管部门呈报了情况。其更暗指巨子生物“数年前以‘拉踩测评’模式在招股书中贬低玻尿酸”。

2 一度风头无两，玻尿酸供给端曾经历红利期

事实上，华熙生物和巨子生物的交锋，既是玻尿酸和重组胶原蛋白之争，也是对千亿医美市场话语权的争夺。

玻尿酸是一种天然存在于人体内的多糖类物质，具有强大的保湿能力，被广泛应用于护肤及医学美容领域。

2017年-2023年前后，是玻尿酸供给端的红利期，各类玻尿酸产品不但受到了消费者的喜爱和追捧，相关企业也取得了突出的业绩。弗若斯特沙利文报告显示，2018-2023年，中国医疗美容类玻尿酸终端产品的市场规模复合增长率为16.5%。自2019年底陆续上市以来，以玻尿酸为主营业务的华熙生物、爱美客和昊海生科巅峰时期毛利率达到90%以上，被誉为“医美三剑客”，备受资本青睐，一度风头无两。华熙生物成为C端知名度最高的玻尿酸企业，从原料、医美针剂到护肤品，覆盖全产业链；爱美

客市盈率曾高达281倍，在A股千亿元市值阵营里排名第一；昊海生科的股价也在上市后的一年内翻了6倍。

不过，自2024年起，玻尿酸市场竞争加剧，价格战激烈，行业龙头企业的利润开始下滑，红利逐渐消退。华熙生物在2022年业绩达到高点，之后营收和净利润连续两年下滑；爱美客2020-2023年创造了辉煌业绩，自2024年起增长势头开始放缓；昊海生科2024年增速大幅放缓，营收同比微增1.6%，净利润同比增长1.04%。

玻尿酸行业竞争加剧，也让华熙生物们业绩波动。据统计，截至去年11月，国内已有15家企业的34个玻尿酸注射产品获批，此外还不断有新产品等着获批上市。而对“老大哥”华熙生物来说，爱美客、昊海生科等老对手也在不断冲击其玻尿酸龙头地位。

矛盾彻底公开化。华熙生物与巨子生物的梁子，早已暗暗结下。华熙生物自5月17日开始在官方公众号连发三文，直指资本市场“贬低玻尿酸、抬高胶原蛋白”的舆论倾向。5月17日深夜，华熙生物在官方微信信号发布《概念总在重演，科技永远向前》一文，矛头直指9家券商的10份研报，“点名”华泰证券、安信证券、国金证券、西部证券等，在围绕“某重组胶原蛋白”的研报中“贬低玻尿酸、抬高胶原蛋白”。华熙生物痛斥这些研报结论“缺乏公开数据或科研论文支持”，是“浮躁资本构建的题材幻象”，试图以“新贵登场”削弱中国玻尿酸产业的全球优势。由于相关券商研报中对比的内容多围绕巨子生物展开，华熙生物的发文中“某重组胶原蛋白”被认为直指巨子生物。随后，被点名的部分券商删除了相关研报。

2天后，华熙生物公众号发布文章呼吁全行业从业者及资本市场回归科学本质与商业文明初心。5月21日，华熙生物再发文直接谈及透明质酸（玻尿酸）和胶原蛋白的关系，进一步强调此次行动“非为一城一地争夺”，而是防止“资本与消费市场超级势力结合”，维护行业生态。

3 重组胶原蛋白崛起，但无法替代玻尿酸

与此同时，重组胶原蛋白等新材料在崛起。重组胶原蛋白是通过基因重组、细胞工厂构建、发酵和分离纯化技术获得的胶原蛋白，它通过模拟人体胶原蛋白的结构和功能，更好地与人体胶原蛋白融合，从而发挥修复功效。

重组胶原蛋白相关企业如锦波生物、巨子生物等受市场关注。巨子生物2024年财报显示，全年营业收入为55.39亿元，同比增长57.2%；净利润20.62亿元，同比增长42.4%。业务中，可复美品牌表现突出，实现收入45.42亿元，占总收入的82%。锦波生物2025年一季度营收与净利润双增长，成为国内首家且唯一同时拥有3张三类重组胶原蛋白医疗器械注册证的企业，6月16日收盘其总市值突破350亿元，创历史新高，获“北交所股王”称号。此外，江苏吴中、福瑞达、昊海生科、爱美客、拉芳家化等近10家上市企业都在开展基因重组蛋白研发的项目。

弗若斯特沙利文数据显示，2022年中国重组胶原蛋白产品市场达192.4亿元，预计2025年将达585.7亿元，2030年将达到2193.8亿元，年复合增长率为44.93%。行业观察人士认为，重组胶原

蛋白市场增长主要得益于政策红利、技术迭代等因素。

行业专家指出，玻尿酸和重组胶原蛋白在不同维度各具优势，属于互补而非替代关系，现阶段二者在各自的优势领域都有不可替代的地位。

专家称，透明质酸是一种多糖，而胶原蛋白是一种蛋白质。玻尿酸以保湿润滑为核心，小分子玻尿酸透皮吸收效果显著，通过交联技术可形成中、大分子结构，支撑性和持久性更优，适合填充类医美应用，能迅速补水、改善皮肤干燥、细纹和凹陷问题。另外，其补水功能优于重组胶原蛋白，生产技术成熟，已实现低成本量产，价格相对低且维持时间较长，具有良好的生物相容性和可降解性，在成熟市场仍不可替代。

而重组胶原蛋白在组织修复、细胞增殖及抗衰老方面表现突出，尤其适合术后修复和敏感肌护理，还可直接补充胶原含量，刺激胶原新生，提高皮肤的弹性、淡皱。不过，其修复效果依赖特定功能片段和完整的三螺旋结构，与动物源胶原蛋白的生物活性仍有差距，规模化生产有技术瓶颈，在医美填充剂市场短期内仍无法超越玻尿酸。

4 医美材料不断“上新”加入市场争夺战

2025年，医美材料领域不断有新产品涌现，医美材料之战正式打响。

在新材料获批方面，琼脂糖、羟基磷酸钙分别迎来首张三类证，其中羟基磷酸钙更是在一个月内连续获批一款国产产品和一款进口产品，备受行业关注。兰州生物代理的琼脂糖面部注射剂；摩漾生物拿下国内医美注射用羟基磷酸钙首证；Merz的注射用羟基磷酸钙微球面部填充剂则是国内首款获批的该类进口产品。丝素蛋白作为新兴的高潜力赛道也备受关注，丝研生物、创健医疗、复向美学等都在丝素蛋白领域有所进展。

医美新材料公司备受投资机构青睐。仅2025年前5个月就有12家公司获得融资，主要涉及注射填充、功能护肤材料领域。美柏生物搭建了人源ECM平台技术，布局医美再生材料；迈捷生命采用天然羟基磷灰

石技术路线，其医美注射填充原料的多个适应证临床试验正在推进中；白衣缘生物以猪小肠黏膜下层细胞外基质（SIS-ECM）为切入点，目前正进行ECM材料在医美填充和水光产品领域的开发。

行业观察人士认为，未来会有更多新材料涌现，不仅为医美行业带来了更多的选择，也满足了消费者对于美的不同需求。市场竞争将不再被几家龙头企业垄断，市场会迎来“百花齐放”的局面，推动整个医美行业向更高水平发展。有市场分析师认为，各企业需在科技创新、临床数据积累和消费适应症拓展上加强投入，迎接更加精细化的市场竞争，要在材料创新与品牌塑造之间找到平衡。



扫码获取更多
健康医药资讯