

2016-2022年中国医疗美容 市场评估及未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国医疗美容市场评估及未来发展趋势报告》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.abaogao.com/b/qita/998477EAI3.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

美容医疗是在医学美学尤其是医学人体审美理论的指导下，应用医学美学技术、仪器、用品来维护、改善人体容貌和形体美的美容方式，其内容包括：皮肤及毛发的医学美容技术，包含皮肤、毛发、养护、文身美容等；物理化学美容技术，包含激光、冷冻、电疗、磨削（磨皮）、化学剥脱（含中药）等美容技术；非手术塑形美容技术，包括不切开重睑、注射填充、吸脂塑形和其他美体技术；美容保健技术：包括按摩保健、药物瘦身、食物美容等美容保健技术等

当然其中部分技术存在很大的风险，需要在美容医师的指导和监督下完成，同时美容医疗应用技术要科学的借鉴相关学科的知识和技术手段，如美容外科、美容皮肤科、美容护理与保健、医学生物工程、艺术造型等相关学科的知识技能，不断丰富、发展和完善美容医疗应用技术。我国美容医疗应用技术发展迅速，但其理论基础和技术水平还不够完善和成熟，与国际先进水平相比，其技术的科技含量和实践精度还有一定的差距。

医疗整形美容行业发展源于上世纪80年代，资历尚浅，但其发展势头不容小觑。现在，业界甚至将其称为继房地产、汽车、电子通讯、旅游之后的“第五大消费热点”。数据显示，目前我国美容机构市场容量已达到5350亿元。

近几年来中国居民的需求结构升级、社会的产业结构调整以及农村城市化和城市社区化为中国医疗美容经济的兴起创造了大好机遇；其次，中国经济持续、高速增长是中国医疗美容经济兴起的根本原因，城乡居民收入的持续增长使医疗美容消费支出的扩大由可能变为现实。国民健康意识和生活质量意识的提升更成为医疗美容经济兴起的重要诱因；再者，医疗美容产业所具有的集中性、广泛性、示范性、主导性和阶段性等特点，使医疗美容成为当前中国居民的一大消费热点。

在精神文明和物质文明日益丰富的今天，人们越来越重视自己的形象和外貌，整形美容得到越来越多爱美人士的欢迎。想要在事业上、爱情上获得成功，除要具备一定的文化水平和工作技能外，良好而健康的外在形象占据了份量越来越重的分量，这就促使了整形美容成为了社会发展的一个主流话题。未来几年我国医疗美容市场将保持15%以上的增速。

中国庞大的13亿服务群体奠定了中国整形美容市场广阔的发展空间。民营美容医疗机构的崛起，打破了国有美容医疗机构一统天下的垄断局面，丰富了美容医疗市场，为广大的求美者提供了更多的选择机会。未来中国整形市场的前景依旧令人看好。一方面政府的严管、市场竞争的自然规律会加速行业洗牌，这样的调整会推动行业走向成熟和稳定。另一方面，随着社会竞争的加剧、价值观念的转变和生活节奏的加快逐步被更多人接受并普及，表现出低龄化、男性参与、综合整形、多次整形等特征。

2014-2019年中国医疗美容市场增长潜力 年份 市场规模（亿元） 2014年 396 2015年 475 2016年 580 2017年 700 2018年 870 2019年 1100 资料来源：智研数据中心整理

医疗美容产品竞争策略分析

随着国家对医疗行业的放开，更多新的医院进入市场并开设医疗美容服务，届时，真正的市场竞争才开始。

今后医疗美容行业的竞争将会是品牌的竞争。构成品牌竞争合力的是经营实力、管理效率、销售及服务潜力、宣传的影响力，而不是像目前这样主要靠广告竞争。

经营是品牌竞争力实力的体现，是品牌核心竞争力的主要构成部分。主要反映在产品生产线、人力资源、自有资金实力和融资能力、企业文化等方面。经营竞争力的体现是在强大的资金实力和融资能力的基础上，通过企业文化和决策者的经营理念吸引更多的专业人才，以优化产品生产线、消化和利用资源。

管理是品牌竞争力效率的体现，是增收节支的途径。主要反映在机构、岗位的合理设置、流程的制定和制度的健全、具有竞争力的薪酬制度等方面，管理的竞争力的体现是高效、稳定运转的体系。

销售及服务是品牌竞争力潜力的体现，主要体现在客户资源的深度开发利用和形成良好的人际传播循环、以及顾客的忠诚度上。

宣传是品牌竞争力影响力的体现，主要体现在品牌的知名度、美誉度上。

因此，就市场竞争以及市场地位而言，要看在什么时机和谁比了，在快鱼吃慢鱼的时代里，谁能一直走在最前面谁才是真正的赢家。

在未来的日子里，挫败和挑战共存，只有不断努力，不断追求最好，才能持续稳定的增长。从事整形美容医学的医师们，只有刻苦努力，虚心学习吸取全世界优秀整形美容医学的成果和相关的科学成果，创造性地发展整形美容医学事业，才能在未来的发展中，夺得空间，永远立于不败之地。美容整形外科是我国当今大发展的学科之一。

在我国现今的美容医学和整形外科的发展中，充满了竞争和挑战。在发展中既有龙飞凤舞，又有鱼目混珠。各种形式表演的浮躁、功利、虚假和欺骗，正在冲击着我国整形美容外科事业健康正确的发展方向，这不得不引起全整形美容学界的高度重视和坚决抵制。任务的完成靠我们自己，我们应当整顿队伍，树立高尚的医德医风，建立规则，发展学术，加强交流，揭露虚假、欺骗，树立权威！因此不论是国家的美容整形外科诊所或医院，或民营的美容、整形外科诊所或医院，只有在治理上下功夫，才具有竞争力，才能使整形美容外科健康发展。

在医疗美容产品市场，产品的细分策略我们给出以下几点建议：

- 1、根据自身实力选择合适的产品
- 2、技术开发程度不能过高，要谨慎投资新技术产品
- 3、细分市场要注意国外竞争这产品的进入
- 4、细分市场选择要注意技术的互补性
- 5、企业选择产品细分应考虑系列化和配套化

上述是我们对于企业在产品细分市场选择和定位中的基本意见，企业应根据自身技术特点谨慎选择细分市场的产品规划。

本对医疗美容研究报告共十二章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。医疗美容研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了医疗美容行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国医疗美容做了重点企业经营状况分析，并分析了中国医疗美容行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 医疗美容概述 1

第一节 医疗美容定义 1

第二节 医疗美容行业发展历程 1

第三节 医疗美容分类情况 2

第四节 医疗美容产业链分析 9

一、产业链模型介绍 9

二、医疗美容产业链模型分析 12

第二章 2010-2014年中国医疗美容行业发展环境分析 13

第一节 2013-2014年中国经济环境分析	13
一、GDP历史变动轨迹分析	13
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	15
三、2015年中国宏观经济发展预测分析	21
第二节 2013-2014年中国医疗美容行业发展政策环境分析	22
一、行业政策影响分析	22
二、相关行业标准分析	25
第三节 2013-2014年中国医疗美容行业发展社会环境分析	31
一、居民消费水平分析	31
二、工业形势	38
第三章 2014年中国医疗美容生产现状分析	40
第一节 医疗美容行业总体规模	40
第二节 医疗美容市场容量概况	41
一、2011-2014年市场容量分析	41
二、2016-2022年市场容量预测	41
第三节 医疗美容产业的生命周期分析	42
第四节 医疗美容器械供需情况	44
第四章 2014年我国医疗美容行业发展现状分析	46
第一节 我国医疗美容行业发展现状	46
一、医疗美容行业品牌发展现状	46
二、医疗美容行业需求市场现状	48
三、医疗美容市场需求层次分析	50
四、我国医疗美容市场走向分析	50
第二节 中国医疗美容产品技术分析	51
一、2014年医疗美容产品技术变化特点	51
二、2014年医疗美容产品市场的新技术	53
第三节 中国医疗美容行业存在的问题	53
第四节 对中国医疗美容市场的分析及思考	56
一、医疗美容市场特点	56
二、医疗美容市场分析	57

三、医疗美容市场变化的方向	58
四、中国医疗美容行业发展的新思路	58
五、对中国医疗美容行业发展的思考	60
第五章 医疗美容上游行业状况分析	65
第一节 主要原材料	65
第二节 医疗美容产品原材料价格及供应情况	65
第三节 2016-2022年主要原材料未来价格及供应情况预测	80
第六章 2014年医疗美容行业上下游行业分析	81
第一节 上游行业分析	81
一、发展现状	81
二、发展趋势预测	96
三、行业新动态及其对医疗美容行业的影响	100
第二节 下游行业分析	102
一、发展现状	102
二、市场现状分析	103
第七章 2014年医疗美容行业市场竞争策略分析	109
第一节 行业竞争结构分析	109
一、现有企业间竞争	109
二、潜在进入者分析	109
三、替代品威胁分析	110
四、供应商议价能力	110
五、客户议价能力	110
第二节 医疗美容市场竞争策略分析	111
一、医疗美容市场增长潜力分析	111
二、医疗美容产品竞争策略分析	111
三、典型企业产品竞争策略分析	113
第三节 医疗美容企业竞争策略分析	117
一、2016-2022年我国医疗美容市场竞争趋势	117
二、2016-2022年医疗美容行业竞争格局展望	118

三、2016-2022年医疗美容行业竞争策略分析 118

第八章 医疗美容行业投资与发展前景分析 119

第一节 2013-2014年医疗美容行业投资情况分析 119

一、2013-2014年总体投资结构 119

二、2014-2019年投资趋势分析 119

第二节 医疗美容行业投资机会分析 120

一、可以投资的医疗美容模式 120

二、2013-2014年医疗美容投资机会 124

三、2014年医疗美容投资新方向 127

第三节 医疗美容行业发展前景分析 128

一、金融危机下医疗美容市场的发展前景 128

二、2014年医疗美容市场面临的发展商机 129

第九章 2014-2019年中国医疗美容行业发展前景预测分析 131

第一节 2014-2019年中国医疗美容行业发展预测分析 131

一、未来医疗美容发展分析 131

二、未来医疗美容行业需要解决的问题 132

三、总体行业“十二五”整体规划及预测 135

第二节 2014-2019年中国医疗美容行业市场前景分析 138

一、产品差异化是企业发展的方向 138

二、渠道重心下沉 138

第十章 2016-2022年医疗美容行业发展趋势及投资风险分析 140

第一节 当前医疗美容存在的问题 140

第二节 医疗美容未来发展预测分析 141

一、中国医疗美容发展方向分析 141

二、2016-2022年中国医疗美容行业发展规模 143

三、2016-2022年中国医疗美容行业发展趋势预测 143

第三节 2016-2022年中国医疗美容行业投资风险分析 146

一、市场竞争风险 146

二、技术风险分析 147

三、医疗行业政策和体制风险 147

第十一章 医疗美容国内重点生产厂家分析 148

第一节 上海康丽医疗美容 148

一、企业基本情况 148

二、企业优势 148

三、合作机构 148

第二节 长沙三和医疗整形美容医院 148

一、企业基本情况 148

二、企业优势 149

三、核心技术 149

第三节 厦门华美整形医院 150

一、企业基本情况 150

二、企业优势 151

三、核心技术 151

第四节 昆明丽都仁爱医疗美容医院 152

一、企业基本情况 152

二、企业优势 153

三、核心技术 153

第五节 瑞丽舍时尚医疗美容整形机构 153

一、企业基本情况 153

二、企业优势 154

三、核心技术 154

第六节 美尔雅医疗美容医院 154

一、企业基本情况 154

二、企业优势 155

三、核心技术 155

第十二章 2014-2019年中国医疗美容行业投资战略研究 156

第一节 2014-2019年中国医疗美容行业投资策略分析 156

一、医疗美容投资策略 156

二、医疗美容投资筹划策略 157

三、2013-2014年医疗美容品牌竞争战略	158
第二节 2014-2019年中国医疗美容行业品牌建设策略	158
一、医疗美容的规划	158
二、医疗美容的建设	159
三、医疗美容业成功之道	160

第十三章 中国医疗美容行业发展前景及投资建议 164

第一节 中国医疗美容行业市场发展趋势预测 164

第二节 医疗美容产品投资机会 164

第三节 医疗美容产品投资趋势分析 165

第四节 项目投资建议 165 ZYHX

一、行业投资环境考察 165

二、投资风险及控制策略 166

三、项目投资建议 168

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/998477EAI3.html>