

医疗美容或成内地消费新动力

古语有云：「女为悦己者容」，爱美是人的天性，不少爱美人士都愿意花钱装扮自己。为更快更有效达到美容效果，近年更出现医疗美容。根据中国卫生健康委员会所制定的《医疗美容服务管理办法》规定，医疗美容是指利用手术、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重塑。

随着内地知识水平的提升，经济增长加快，人民可支配收入随之上升，对美的追求更为普遍，「颜值经济」应运而生，令中国的医疗美容市场步入高速增长时期。根据市场调查和咨询公司艾瑞咨询的资料显示，在 2012 至 2019 年期间，中国医美市场保持高速增长，医美市场规模年复合增速达到 28.97%。在 2019 年，中国医美市场规模达到 1,769 亿元人民币，同比增速达到 22.2%。而根据新氧资料颜究院于 2021 年 3 月 24 日发布的《2020 中国女性医美消费趋势报告》显示，2020 年内地医美消费人群达到 1,520 万人，同比增幅 35.7%，是医美市场增速的 7 倍（年内中国医美市场的增速为 5.7%），可见医美消费已经广为消费者接受。

带动内地医美市场的增长因素

从人口基数来看，根据最新公布的第七次全国人口普查结果显示，中国全国人口共 141,178 万人，其中 15 至 59 岁的劳动人口为 89,438 万人，占整体的 63.35%，亦即是最有消费能力的一群，如此庞大及具潜力的人口基数，为内地医美市场提供最好的市场基础。

从产品类型来看，在医美市场当中又以非手术类（轻医美）的发展空间较大。医疗美容可用手术和非手术类（轻医美）进行划分：手术类顾名思义是指透过合格医生进行麻醉手术开刀的矫形，例如隆胸、隆鼻、割双眼皮、抽脂等手术；而非手术类即是指打玻尿酸、打瘦面针、激光去斑、激光脱毛及嫩肤等疗程。随着科技日新月异，不同的轻医美产品、器材及设备推出市场，由于进行非手术类的轻医美项目风险较低及较易操作，而且价格相对于手术类的项目为低，消费者在能力范围内较易负担，所以消费者在轻医美的项目或产品上的消费频率更高。根据新氧资料颜究院的数据显示，2020 年医美市场的皮肤美容消费规模同比增长接近 4 成，成为 2020 年医美市场最受欢迎的消费类别，而在整体医美市场当中，2020 年对紧致抗衰护理的需求激增近 60%。现时内地轻医美市场占整体市场规模的比重远高于手术类整形市场，约占整体医美市场的比例 65%至 70%左右，相信未来轻医美市场的规模会随着消费者的收入及年龄层的变化而继续扩大。

医疗美容属于非必要消费，消费者可根据个人需要及负担能力去选择服务及产品，因此可支配收入是医疗美容增长的其中一项重要因素。根据中国国家统计局的数据显示，在 2010 年至 2020 年期间，内地居民的可支配收入不断增长，城镇居民的可支配收入年复合增长率为 8.7%，而农村居民的可支配收入年复合增长率则为 11.2%（图表一），证明内地居民的消费力不断增强。根据新氧资料颜究院于 2021 年 3 月 24 日发布的《2020 中国女性医美消费趋势报告》显示，2020 年内地医美消费人群达到 1,520 万人，当中以 90 后（即是 1990 年至 1999 年出生的人口）为主要消费人口，占比近 7 成，同时 31 至 35 岁群体亦正在迅速增长中。90 后现时即是 20 至 30 岁的年龄层，亦即是人口占比最大的劳动人口，他们的消费能力将随着年龄的增长而上升，在 35 至 40 岁时达到高峰，加上步入中年后的抗衰老需求，在监管充足的情况下医美将会成为未来带动消费的其中之一大动力。

图表一



资料来源:中国国家统计局

从市场空间看，根据弗若斯特沙利文统计数据显示，2009 至 2019 年内地的医美渗透率虽然不断地上升，从 1.5% 增加至 3.6%，但仍与世界主要国家有着较大的差距，约为日本的三分之一、美国的五分之一以及韩国的六分之一；而中国每一千人的医美诊疗次数为 14.8 次，远低于日本的 27.1 次、巴西的 46.2 次、美国的 51.9 次以及韩国的 86.2 次等。相信随着中国社会经济水平提升，医美消费渗透率将会巨大的增长空间。

医美行业的产业链可分为中上下游三大部份：上游是医美原料、药品及机器或设

备的研发及生产；中游是各类型的医疗美容服务机构；下游是各类型的医疗美容服务平台。而在医美上中下游产业链当中，上游产品具有较高技术壁垒，上市审批严格，所以上游企业的盈利能力较强，利润率亦较高，但监管亦是较严格；中游医美企业的监管相对上游的为小，但所需的专业医生及护士存在较大的缺口；而下游的医美平台因竞争激烈，获客成本高，毛利率受压较大。

根据弗若斯特沙利文报告，随着消费者的教育和收入水平提高，以及医疗美容观念的转变，越来越多人开始利用医疗美容技术来对抗衰老保持年轻貌美，对医疗美容服务产生庞大需求。2018年，中国已成为第二大医疗美容服务市场，占全球医疗美容服务市场约13.5%的市场份额。根据德勤中国于今年1月发布的《医美市场趋势洞察报告》显示，2020年中国医美市场规模预计达1,975亿元，年复合增长率预计将超过15.2%，而艾瑞咨询机构亦预测直到2023年中国医美市场规模将达到3,115亿元人民币。

虽然中国的医疗美容市场增速仍高于全球市场，但要再进一步发展，更要在保护医美消费者上继续下功夫。在2020年，中国国家卫生健康委员会等八部委联合下发了《关于进一步加强医疗美容综合监管执法工作的通知》，严厉打击经营手法不良的黑医美机构，进一步整治医美行业。相信随着中国政府推出一系列政策对医美行业进行规管，增加医美消费者的信心，未来行业的发展将会更为健康，而在新生代消费抬头下，爱美的天性有机会成为内地一股带动经济增长重要的消费动力。

资料来源：彭博、新浪财经、经济通、中国政策门户网站、中国国家统计局

利益披露：

本文的作者为香港证监会持牌人，分析员本人或及其联系人仕并未涉及任何与该报告中所评论的上市公司的金钱利益或担任该上市公司的任何职务，而在编制的过程中分析员会根据预先订立的程序及政策，去避免因研究工作可能会引起利益冲突情况。

本行的高级职员、董事及雇员可能会持有本文件所述全部或任何该等证券或任何财务权益，包括证券及相关的衍生工具或财务通融安排。

免责声明：

本文的预测及意见只作为一般的市场或个别股份的评论，仅供参考之用。本文的版权为中国工商银行(亚洲)有限公司(“本行”)所有，在未经本行同意前，不得以任何形式复制、分发或本文的全部或部分的内容，本行不会对利用本文内的资料而造成的任何直接或间接之损失负责。

本文中所刊载的资料是根据本行认为可靠的资料来源编制而成，惟该等资料的来源未有经独立核证，资料只供一般参考用途。本行及/或第三方信息提供者(「资料来源公司」)并无就本文中所载的任何资料、预测及/或意见的公平性、准确性、完整性、时限性或正确性，以及本文中该等预测及/或意见所采用的基准作出任何明示或暗示的保证、陈述、担保或承诺，本行及/或资料来源公司亦不会就使用及/或依赖本文中所载任何该等资料、预测及/或意见所引致之损失负上或承担任何责任。而本文中的预测及意见乃本行分析员于本文刊发时的意见，本行可随时作出修改而毋须另行通知。若派发或使用本文所刊载的资料违反任何司法管辖区或国家的法律或规例，则本文所刊载的资料无意供该等司法管辖区或国家的任何人或实体派发或由其使用。

本文不构成任何要约，招揽或邀请购买、出售任何证券。本文所载资料没有考虑到任何人的投资目标、财务状况和风险偏好及投资者的任何个人资料。本文无意提供任何投资建议。因此，投资者不应依赖本文而作出任何投资决定。投资前应先细阅有关证券或投资产品的所有发售档、财务报表及相关的风险警告及风险披露声明，并应就本身的财务状况及需要、投资目标及经验，详细考虑并决定该投资是否切合本身特定的投资需要及承受风险的能力。您应于进行交易或投资前寻求独立的财务及专业意见，方可作出有关投资决定。此宣传档所载资料并非亦不应被视为投资建议，亦不构成招揽任何人投资于本文所述之任何产品。本文由中国工商银行(亚洲)有限公司(「本行」)刊发，内容未经证券及期货事务监察委员会审阅。

风险披露：

投资涉及风险。证券价格有时可能会非常波动。证券价格可升可跌，甚至变成毫无价值。买卖证券未必一定能够赚取利润，反而可能会招致损失。过往的表现不一定可以预示日后的表现。