

2023.8

2023医美人群洞察 报告

Mob研究院出品

©2023 MobTech. All rights reserved.

并购家 免费行业报告网

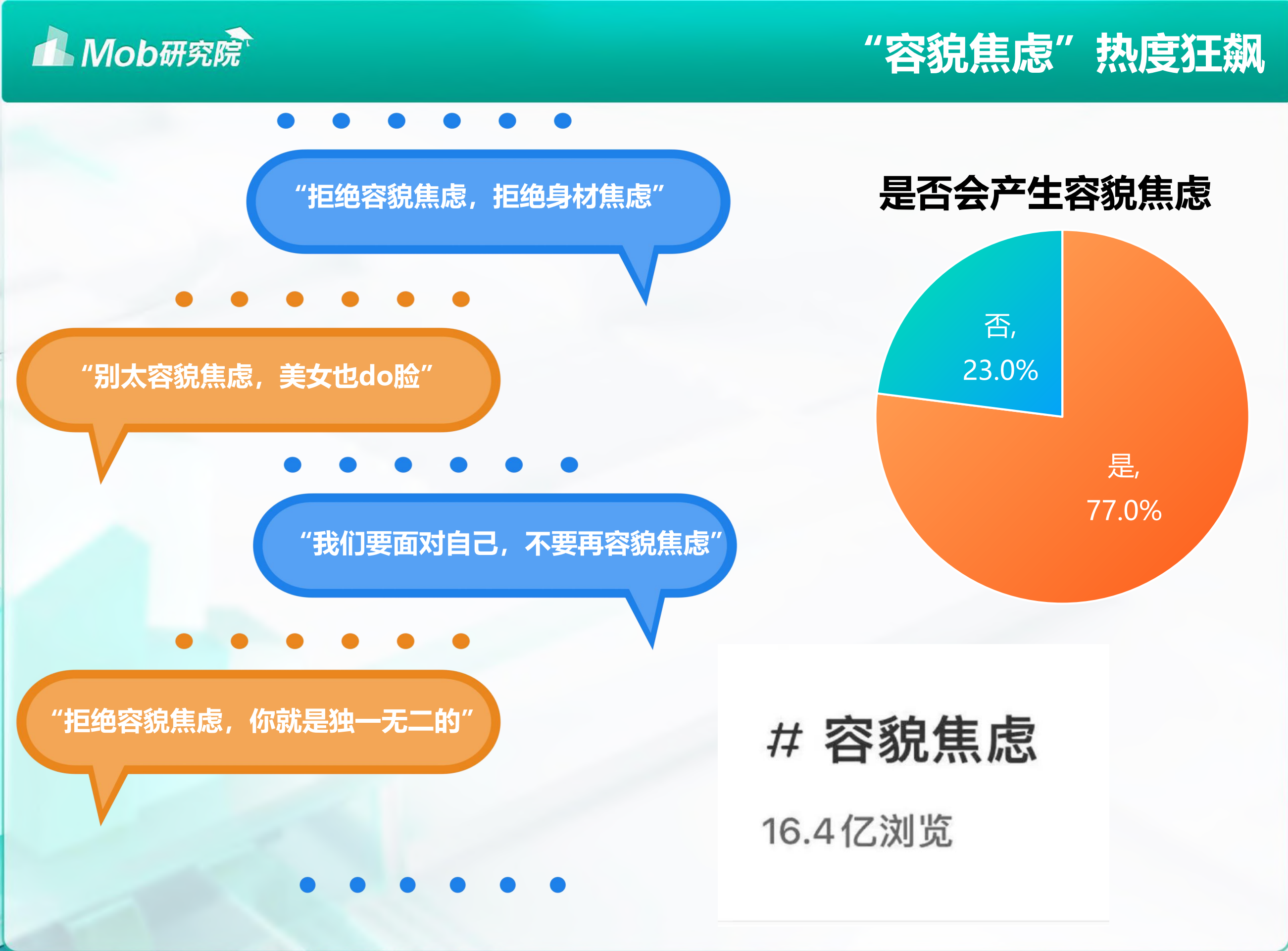
IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

— 01 —

医美市场现状

拒绝容貌焦虑下，近8成人依然焦虑

尽管拒绝容貌焦虑呼声高涨，但小红书上#容貌焦虑#话题浏览量已破15亿。调研人群中，近8成人有容貌焦虑，“鼻基底凹陷，皮肤不够白，肤色不均，凸嘴，五官差”等关键词在各大平台屡见不鲜



医美整体市场规模增长明显，突破2000亿元

2021年，中国医疗美容市场规模达到2179亿元。2022年，受上半年防疫封控和年底感染高峰的影响，医疗美容市场增长放缓，但总体呈增长趋势，较2017年增幅达104.6%



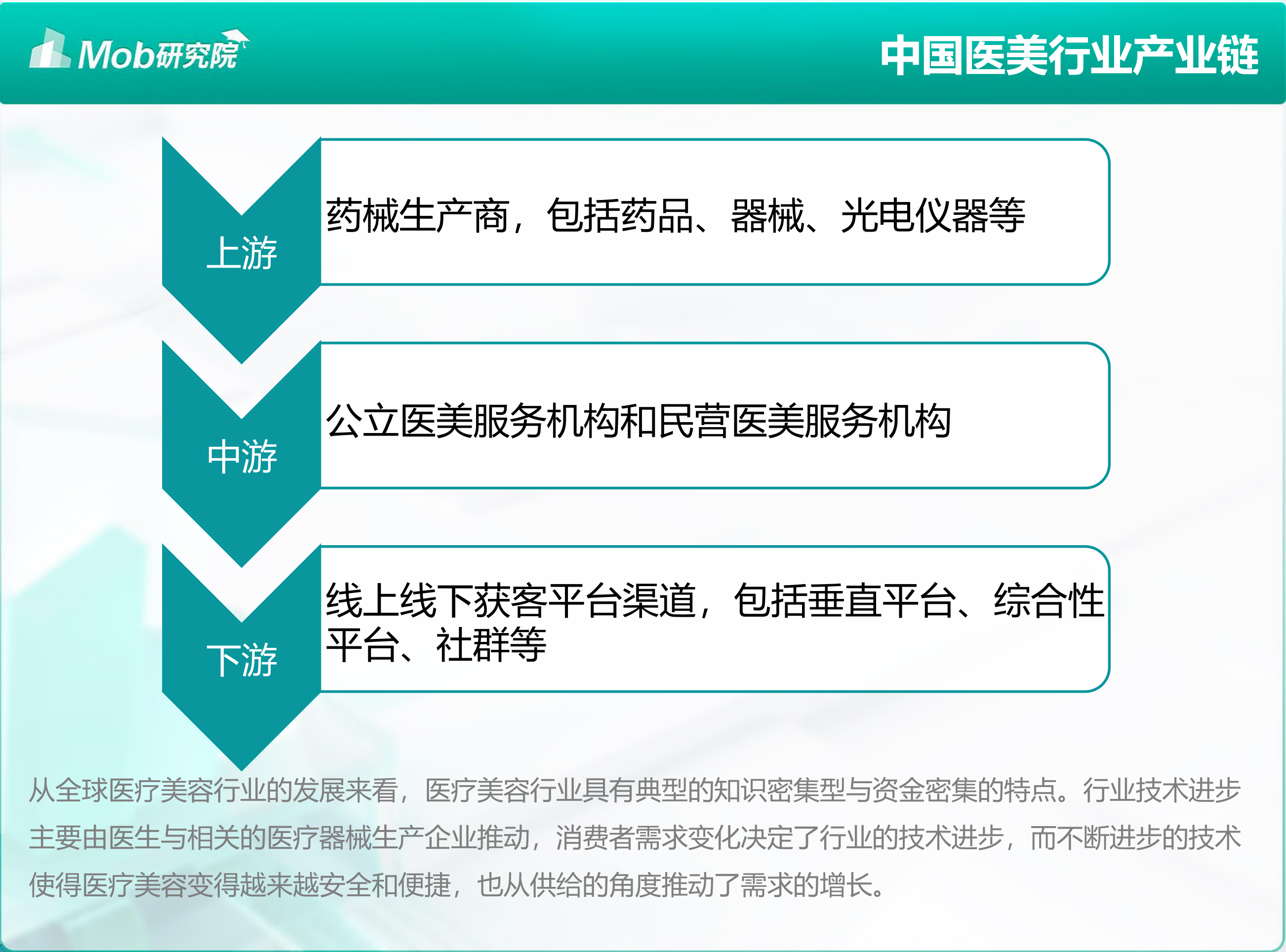
医美用户规模高速提升，预计2023年达2354万人

从2017年至今，我国医美市场用户规模快速扩张。2022年我国医美消费用户规模超过2000万，预计2023年将达到2354万人，较2017年，增幅预计达488.5%



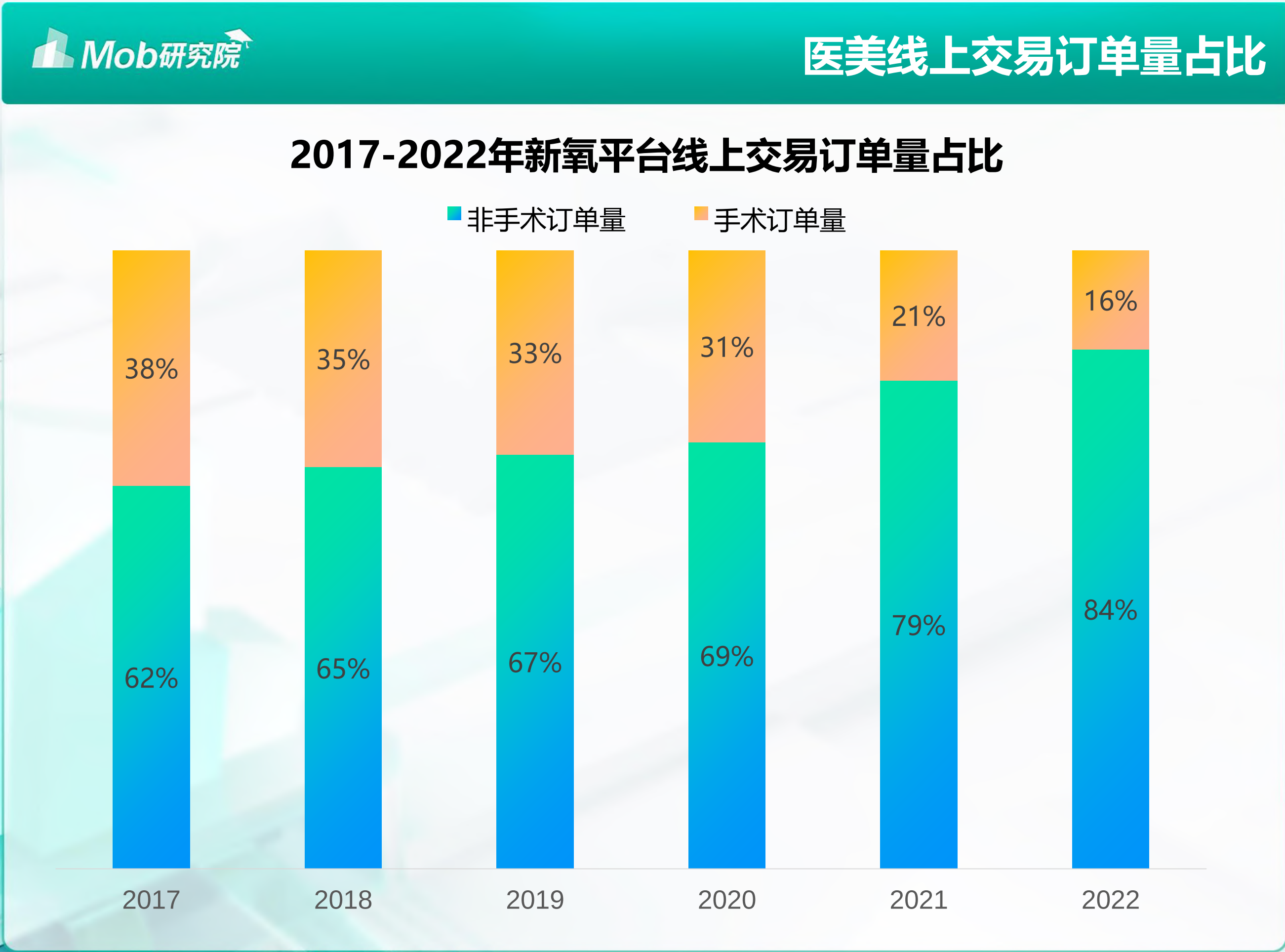
医美产业链结构完善，推动医美需求增长

中国医美行业产业链分为上、中、下游。上游主要为药械生产商，提供医美药品和器械；中游为医美整形服务机构，涵盖公立医美服务机构和民营医疗美容机构等；下游为线上和线下的获客渠道



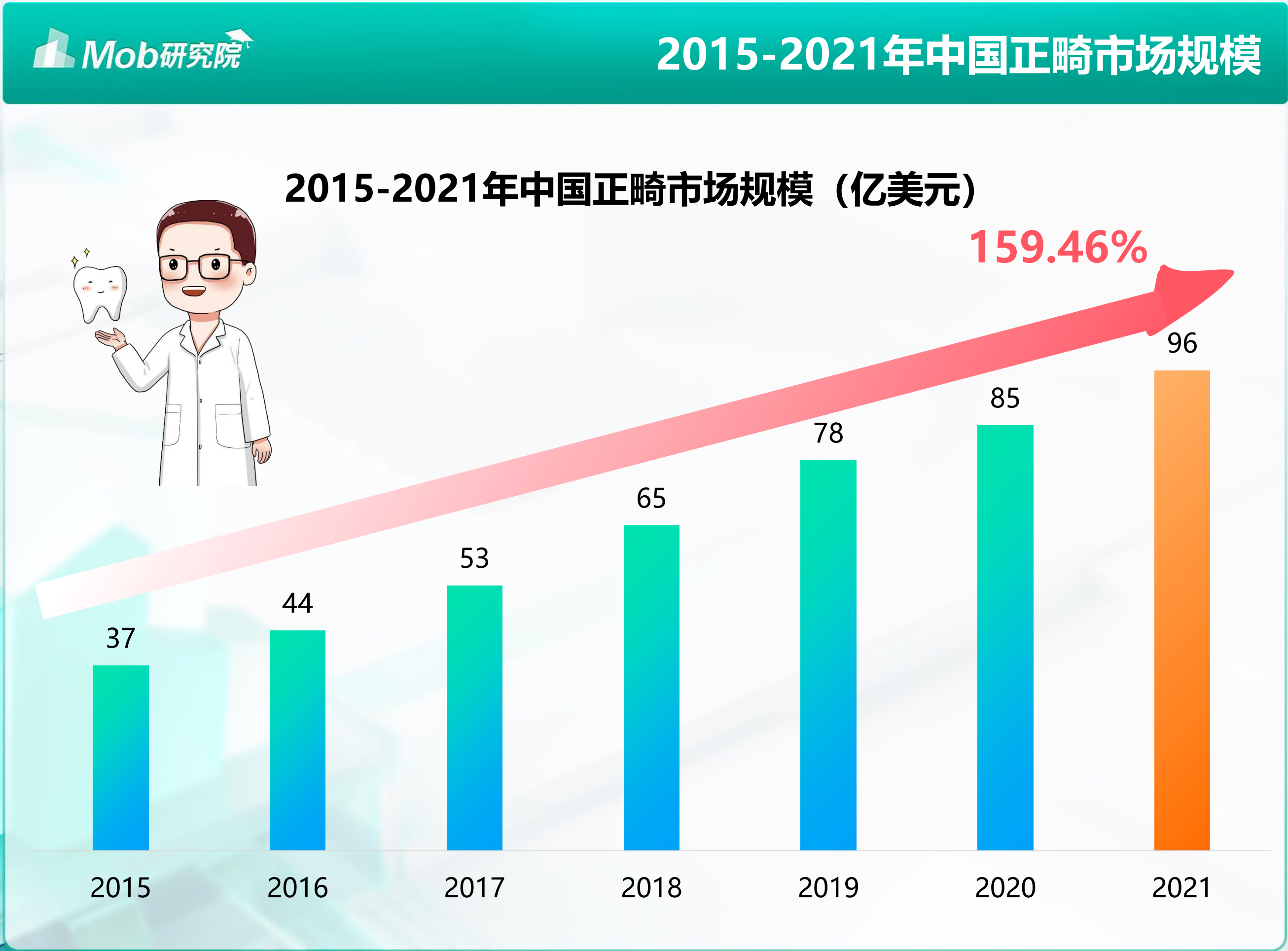
轻医美规模逐步扩张，非手术订单占比超8成

近年来，轻医美以其安全性高、恢复期短、客单价低等优势获得了客户青睐。数据显示，自2017年，非手术类轻医美项目交易订单逐年上升，截止2022年占比已达84%



牙齿正畸市场规模增大，发展潜力可观

2015年以来，牙齿正畸作为非典型的医美项目，其市场规模在全球快速扩张，年复合增长率高达17.3%，是全球发展速度最快的地区，且仍然具有很大的发展潜力



— 02 —

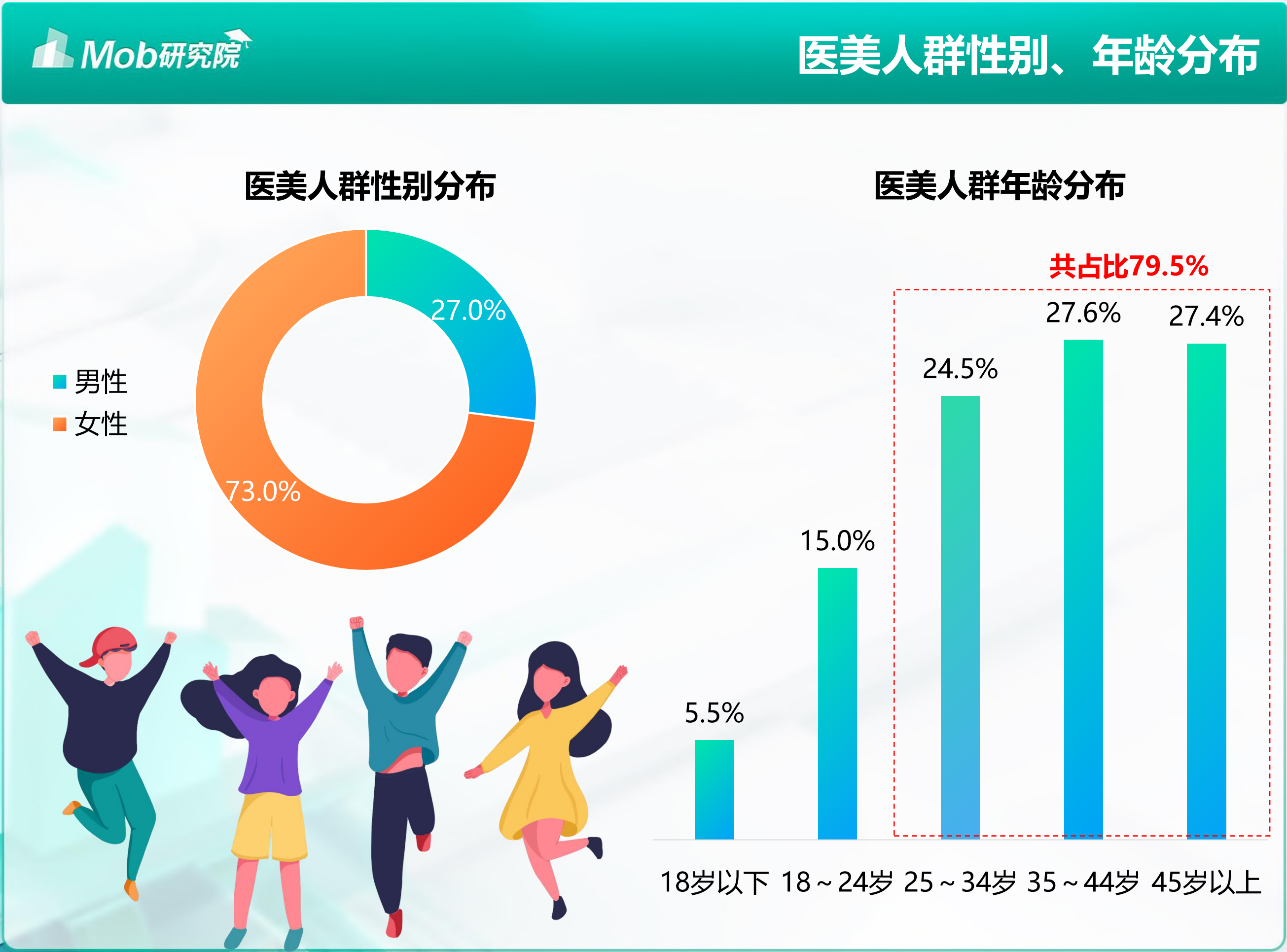
医美人群洞察



人群画像

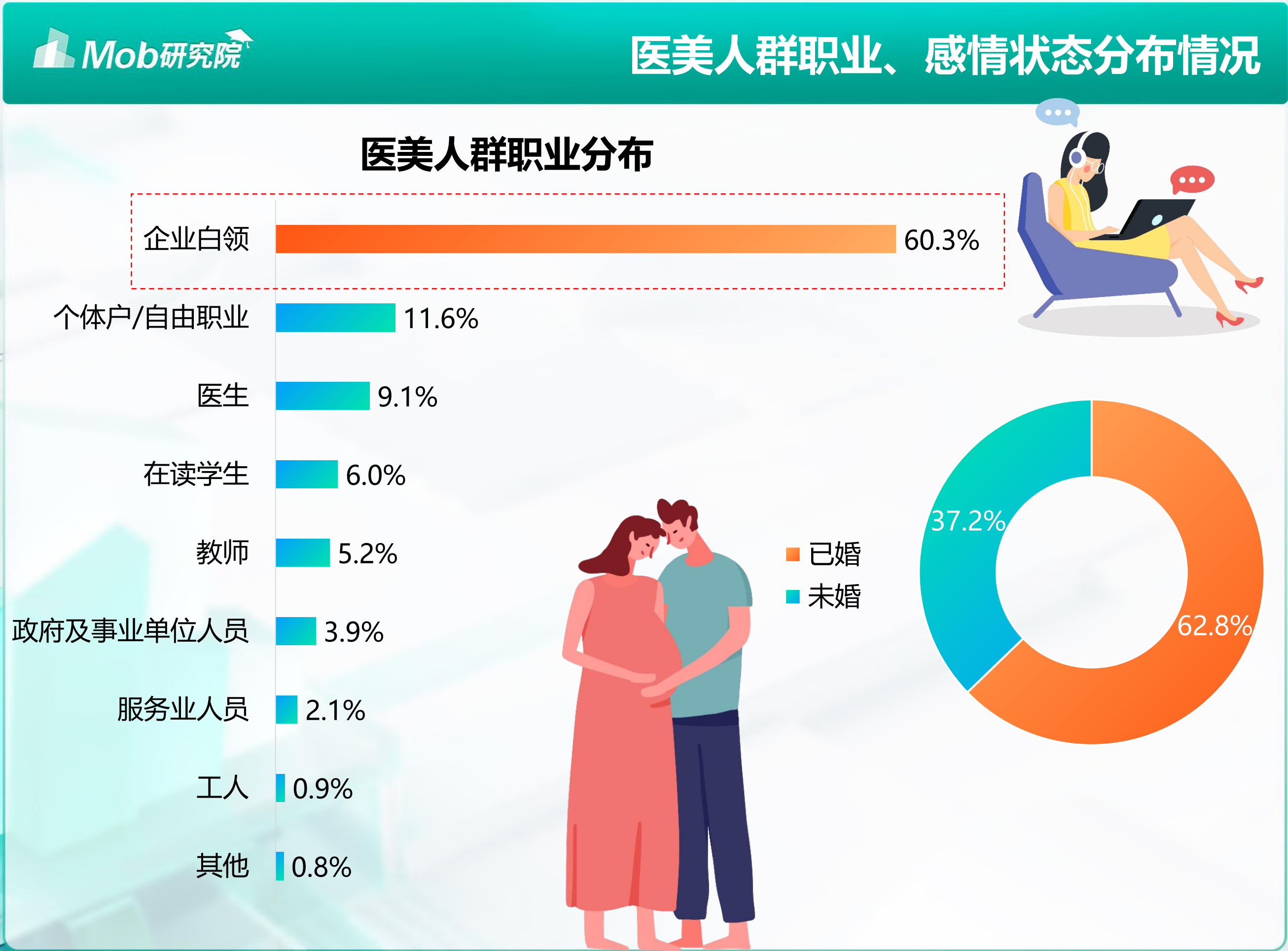
女性依旧是医美主力军，25岁及以上需求更大

在有过医美经历的人群中，从性别分布来看，女性依旧是医美市场的主力军，占比达73.0%，是男性医美人群的2.7倍；从年龄分布来看，近8成的医美人群年龄在25岁及25岁以上



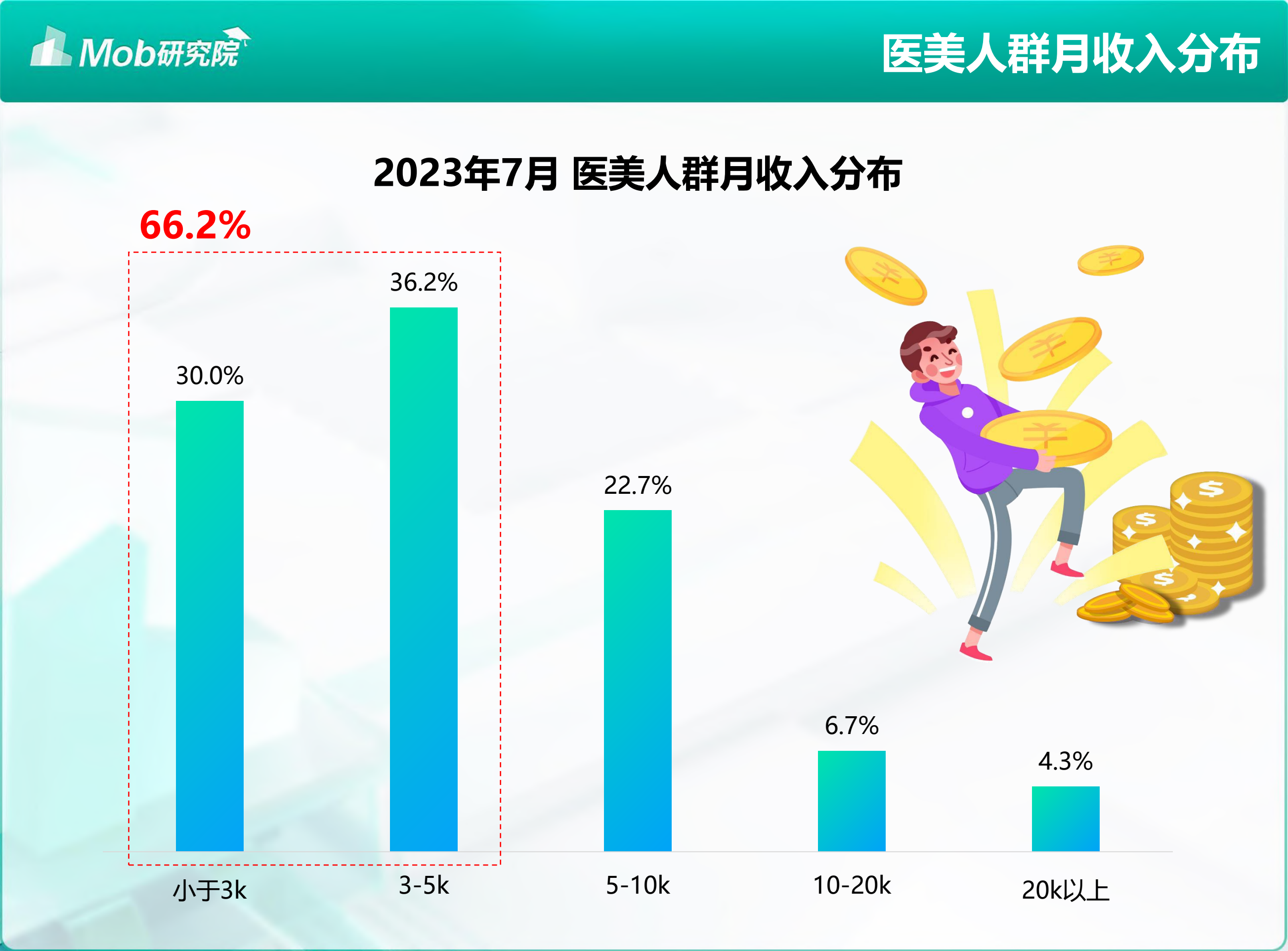
收入稳定的企业白领、已婚人士更爱医美

医美人群中，职业为企业白领的人数占比超过6成，远远大于其他职业。其次是自由职业（11.6%）和医生（9.1%）。已婚人士占比超过60%，是医美的中流砥柱



收入高低并不影响他们为颜值买单

收入高低并不是影响医美的最关键因素。数据显示，超过60%的医美人士月收入不足5k，其中30%收入在3K以下。收入20K以上人群占比不足5%

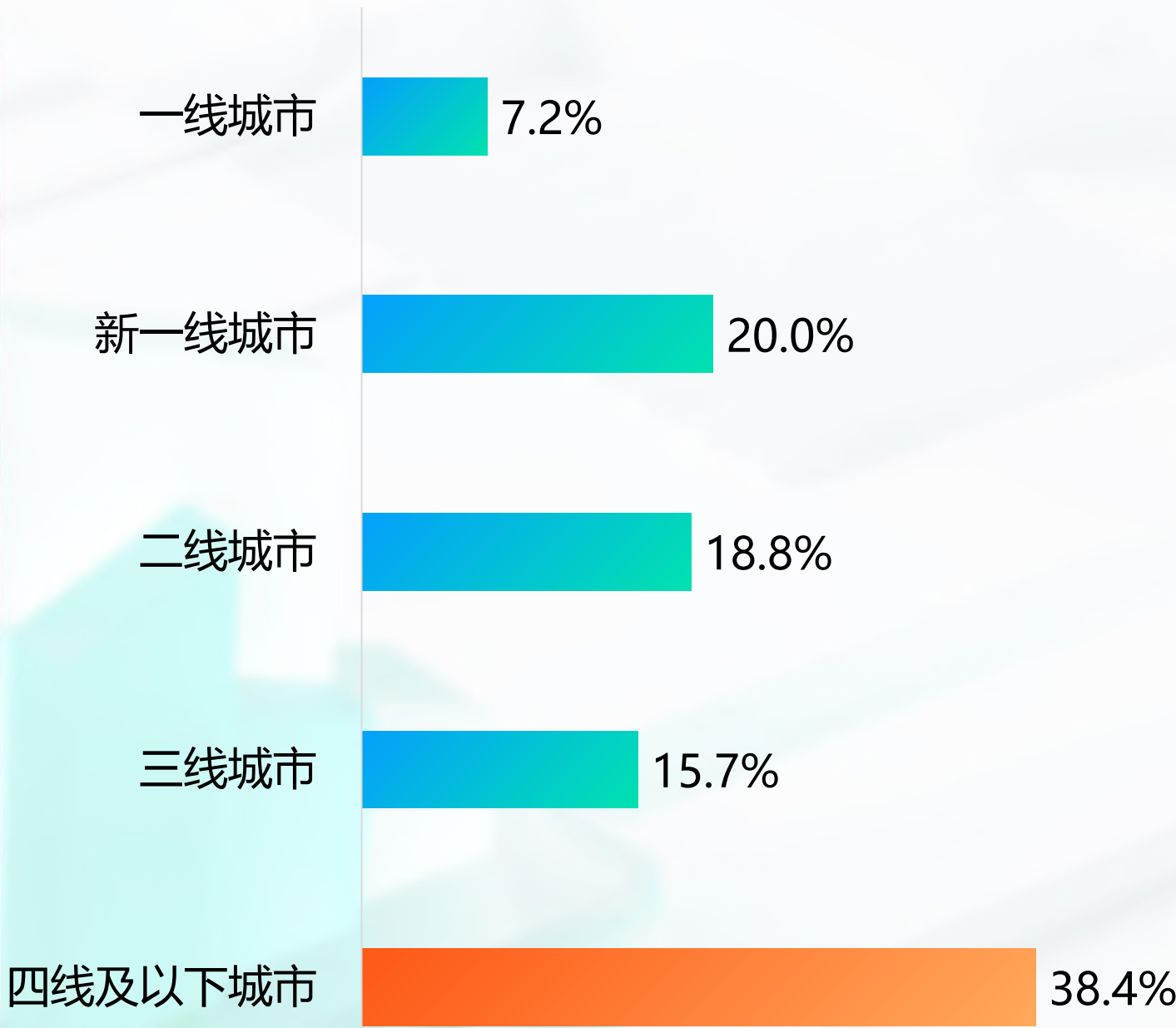


下沉市场医美用户更多，广东人更“爱美”

从城市线级角度，四级及以下城市尝试医美的人群占比38.4%，其次是新一线城市，占比20.0%。从省份分布看，广东的医美人群位列第一，其次是山东、江苏和四川

医美人群的城市等级、省份分布

医美人群城市线级分布



排名	城市	占比
1	广东	9.3%
2	山东	6.1%
3	江苏	6.1%
4	四川	5.6%
5	浙江	5.6%
6	河南	5.5%

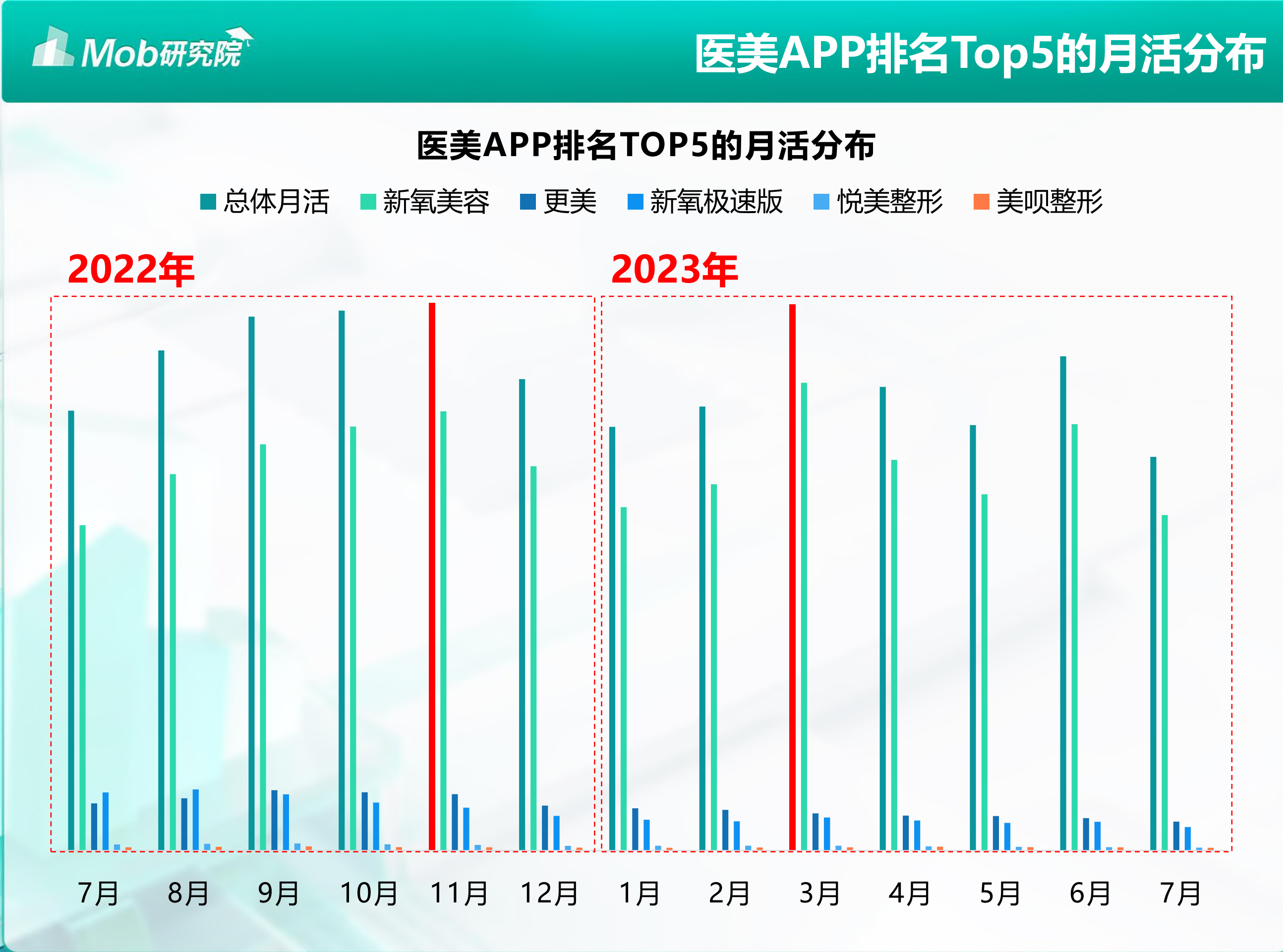


消费偏好



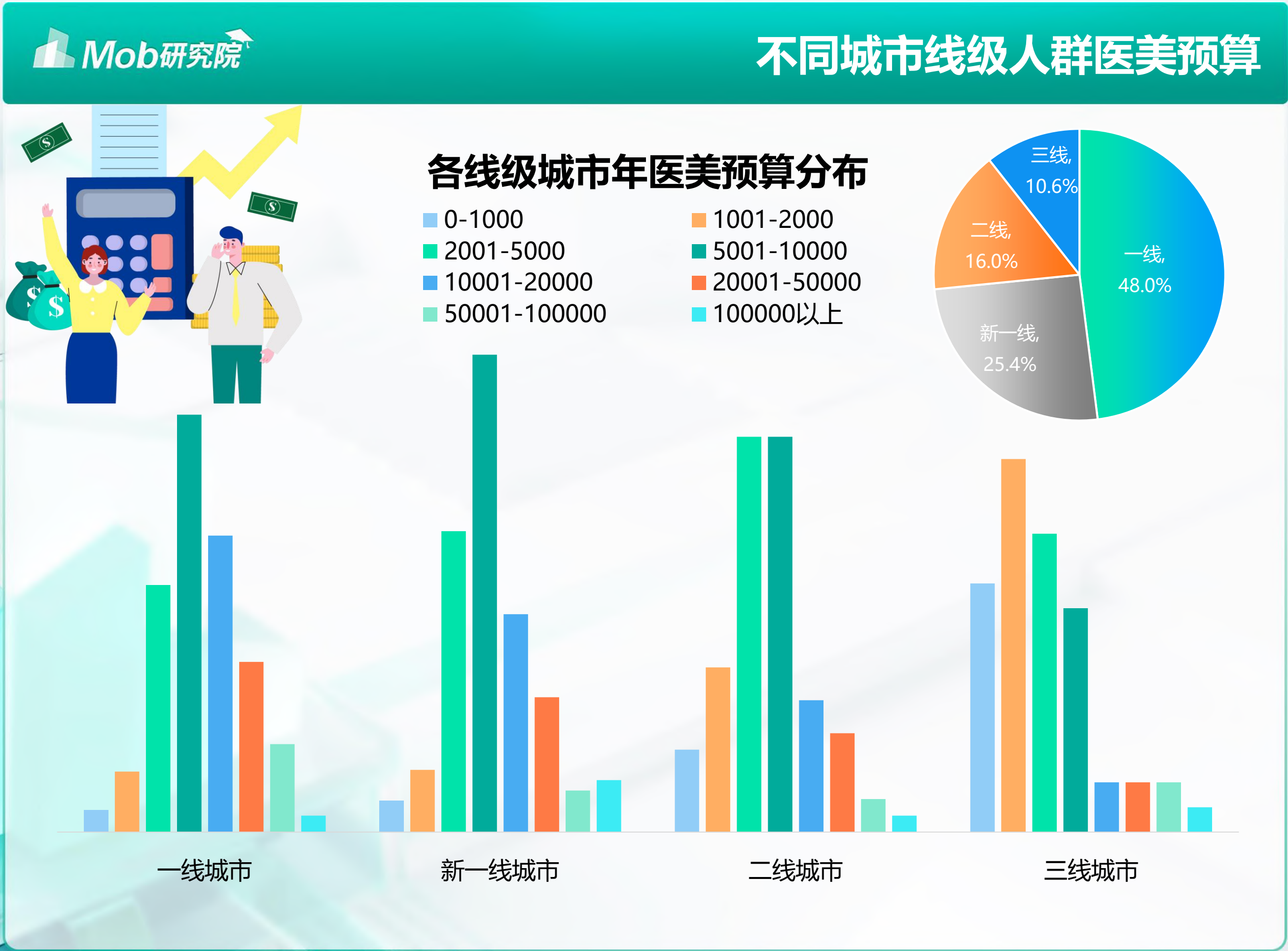
11月和3月，医美用户活跃度更高

通过对目前市场主流头部医美获客平台月活进行统计分析可以发现，近一年中，2022年11月、2023年3月是医美用户活跃度最高的月份，适宜的温度、节假日影响等带来行业高峰期



一线、新一线城市医美人群的医美预算更高

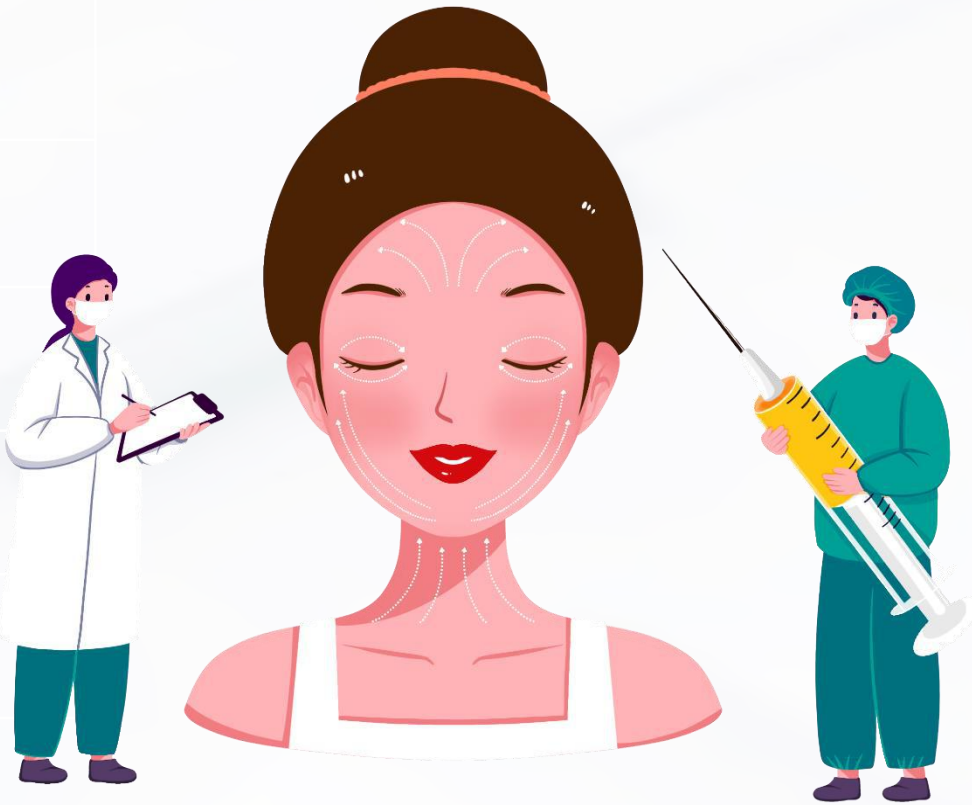
在一线、新一线和二线城市中，年预算5001-10000元占比最高。其中一线城市超过40%的医美人群年花费预算过万；相比于其他高线城市，三线城市中，年医美预算在2000元及以下的占比最高



纹绣、牙齿矫正和近视眼手术是医美TOP3项目

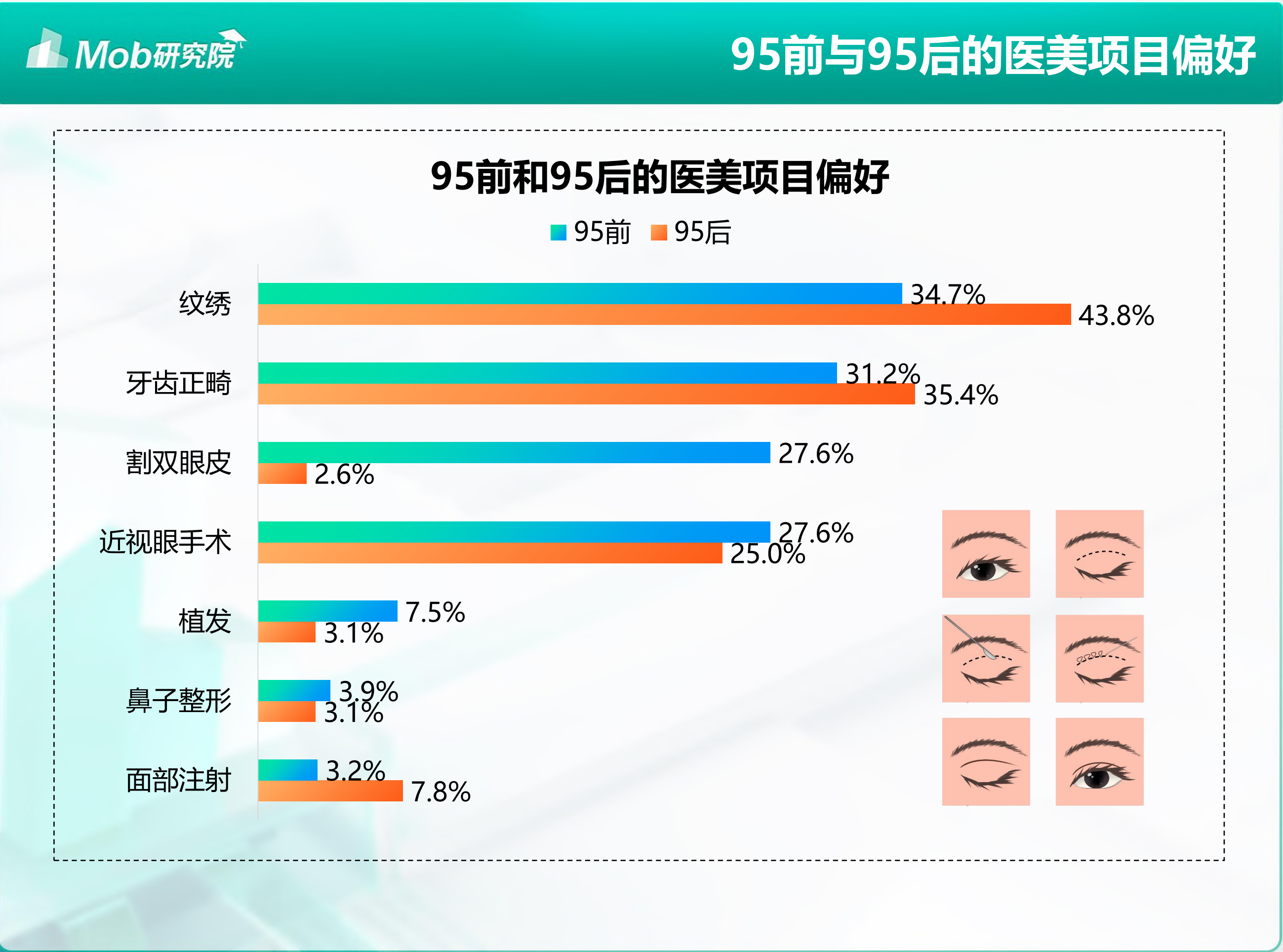
纹绣凭借其恢复时间短、疼痛感轻、价格较低等因素，成为医美人群最爱选择的项目。牙齿矫正和近视眼手术，虽然花费高、恢复时长相对更久，但其恢复后的效果明显，颜值大大提升，深受人们的喜爱

排名	医美项目	占比
1	纹绣	36.0%
2	牙齿矫正	35.0%
3	近视眼手术	26.6%
4	割双眼皮	18.0%
5	植发	5.8%
6	面部注射 (如瘦脸针、水光针等)	5.0%
7	鼻子整形	3.6%
8	面部或身体吸脂	2.8%
9	面部填充	1.0%



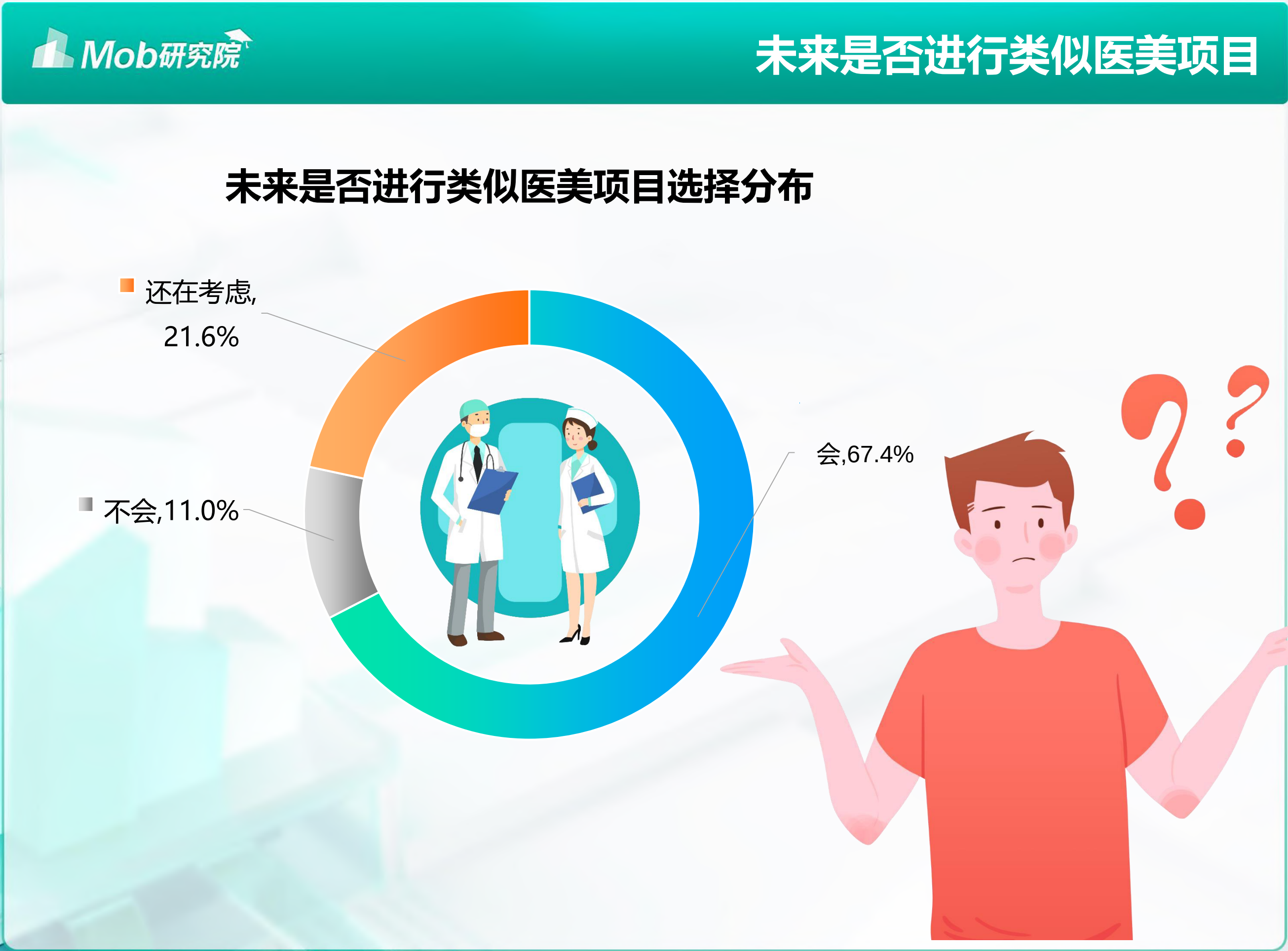
95前和95后，对医美项目的喜好各有不同

不同年龄段的医美项目偏好存在差异，随着年龄增长，医美人群对纹绣、牙齿正畸和面部注射项目的热情不减反增，而对于割双眼皮项目，大部分受访者都会倾向于越早做越好



有过医美经历的人群，近7成愿意继续美下去

对于未来是否会继续进行类似医美项目，近7成医美人群表示“会”，剩下近30%的医美人群表示“还在考虑”和“不会”，犹豫的原因大多是考虑到成功率和术后的恢复效果



媒介偏好



释放自信，美颜相机“还原美貌、美上加美”

注重形象管理的医美人群，通过拍摄美化类APP来“还原美貌”、“美上加美”。其中，美图秀秀凭借美颜相机、修图、视频美颜等强大的功能，位列榜首，深受医美人群喜欢



抖音和快手作为流行的短视频平台，为爱美人群提供了展示、学习、互动和传播的机会，因此受到关注形象气质提升的医美人群的喜爱，腾讯视频、优酷、爱奇艺则是医美人群喜爱的在线视频平台



对变美毫不吝啬，省钱薅羊毛也很在行

在电商类APP中，医美用户明显对于省钱类App偏好明显，其中淘宝特价版和拼多多位列电商类App的Top2。对于医美项目“财大气粗”的他们在生活中会选择最有性价比的商品



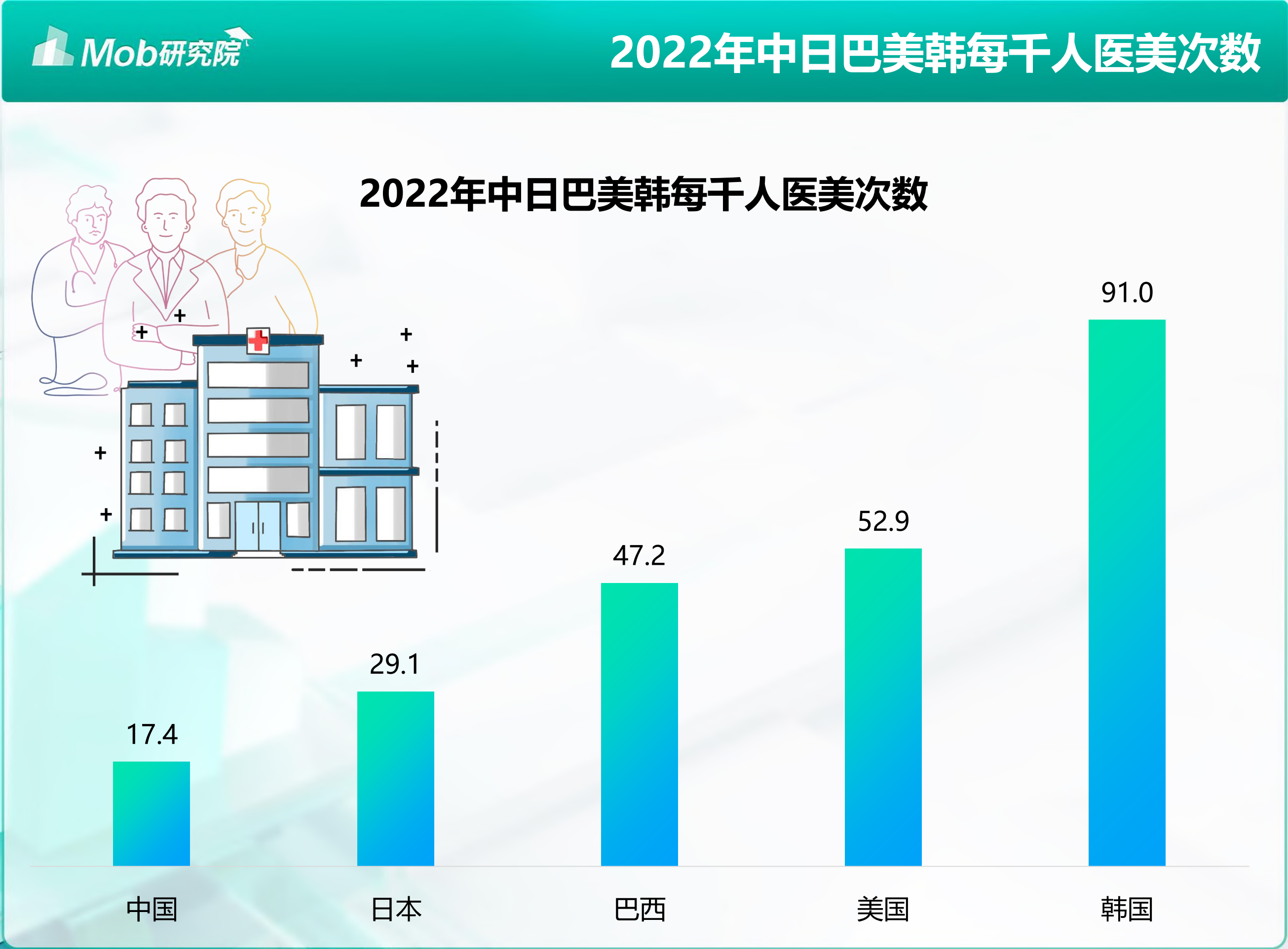
— 03 —

医美市场趋势



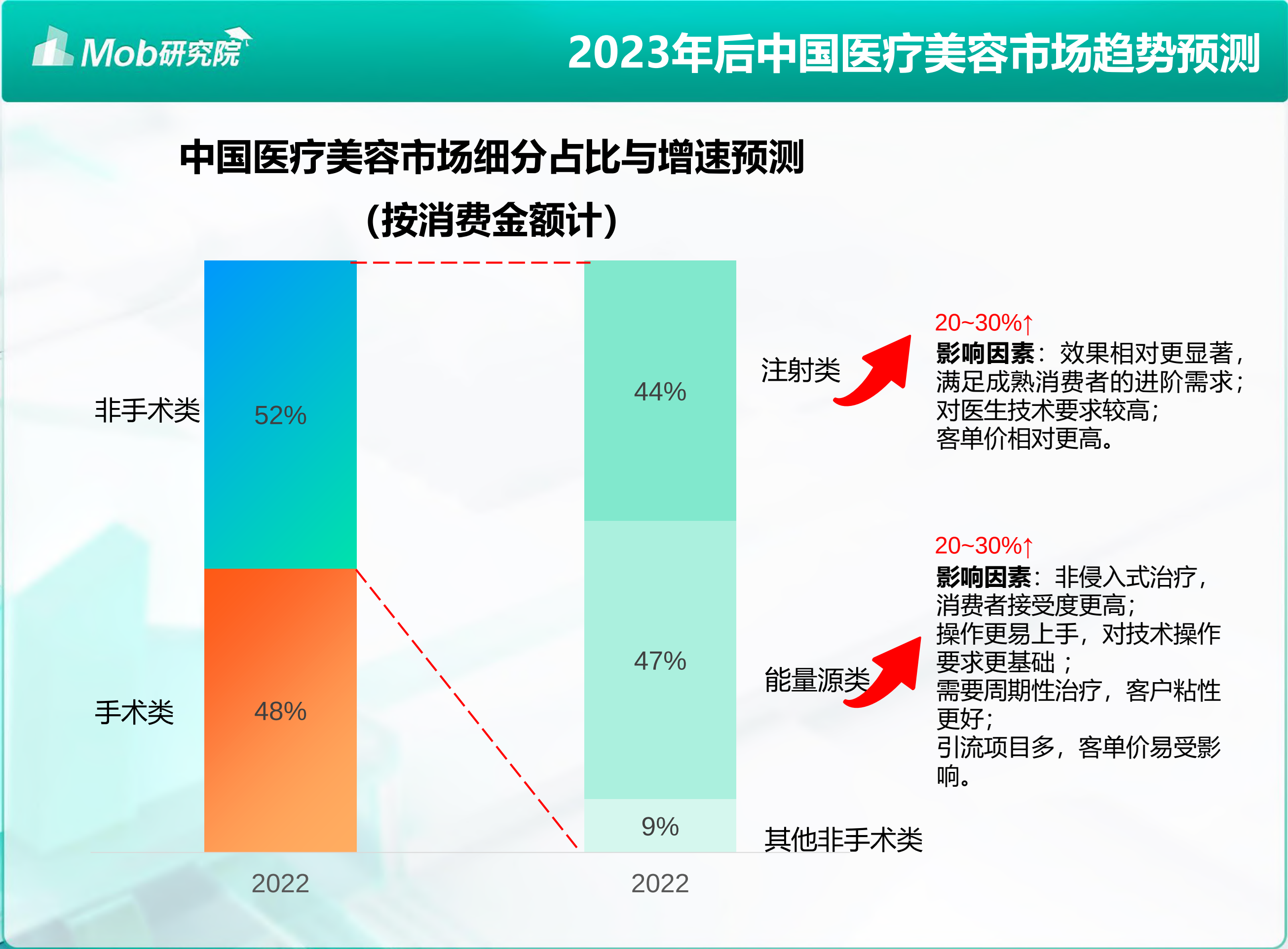
医美渗透率展现韧性，未来市场潜力可期

相较于日本、巴西、美国和韩国，我国的医美渗透率相对较低，但随着国内市场规模的不断扩大及医美人群数量的逐渐增加，群众求美的趋势明显，未来我国医美市场发展空间巨大



轻医美成未来主流项目，增长预期可观

2022年全国非手术类医美项目金额已占据市场总额的52%。2023年，非手术类医美项目规模预计将达到2912亿元，增长率可达17.5%，其中注射类和能量源类项目的未来五年复合增长率预计达20~30%



医美驱动力转换，高端消费人群医美投入或持续增加

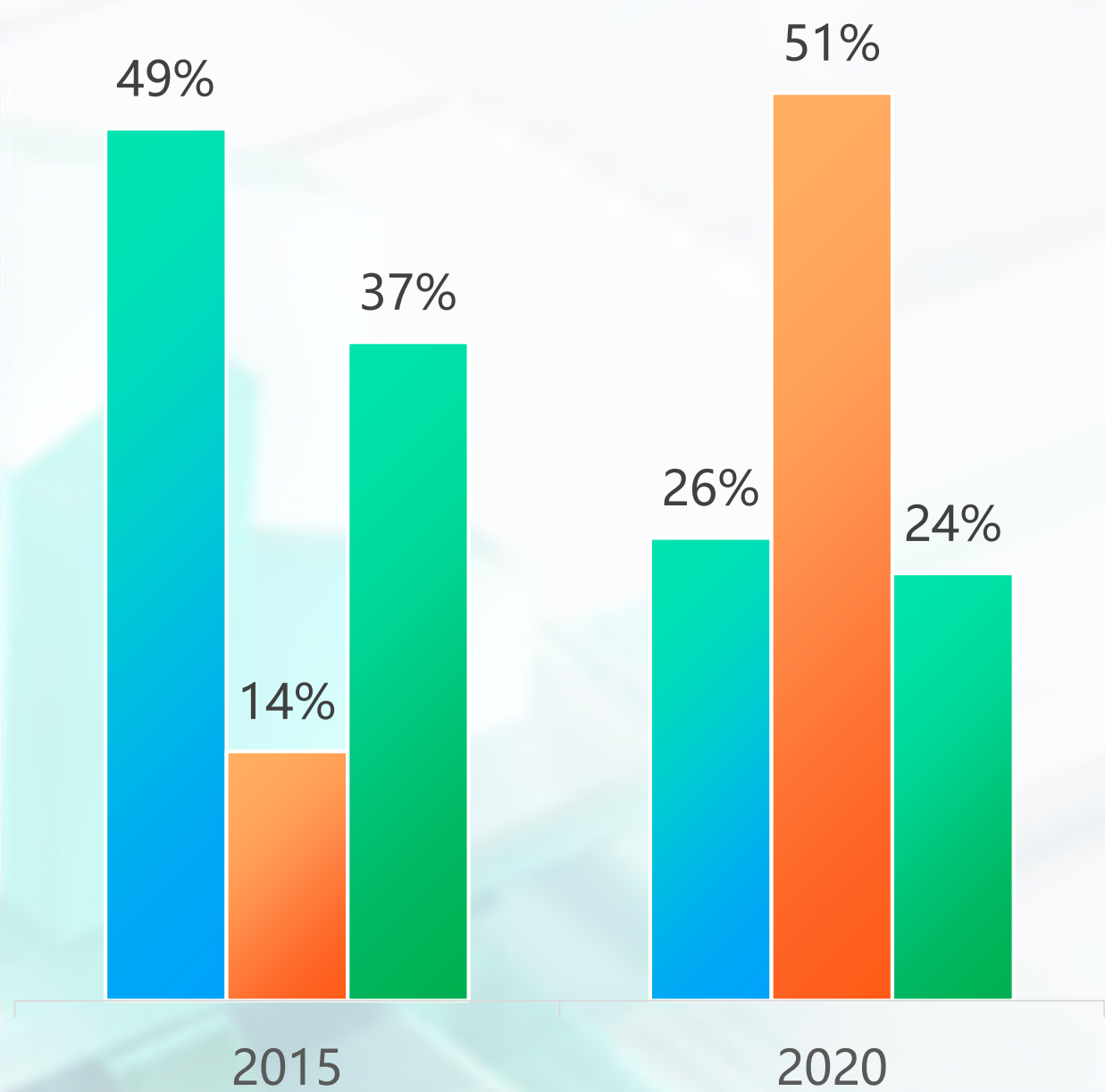
根据调研数据，医美的驱动力由更多出于工作需要，逐渐转变为取悦自己。高端消费群体在悦己医美类的消费持续性较强，其中有超6成受访者表示在2023年将维持或增加医美消费

Mob研究院

医美驱动力变化以及高端消费群体医美消费计划

医美消费者选择医美消费的原因变化

■ 工作需要 ■ 取悦自己 ■ 其他



2023年高消费群体医美消费计划

■ 愿意维持或增加医美消费
■ 有计划削减医美消费





全球领先的数据智能科技平台



关注我们

研究报告合作

18516649078

marketing@mob.com