

医美消费升温观察



某消费者正在接受光电项目治疗。来源:新华网

随着节后的返岗和日常生活恢复,消费者对轻医美项目的需求延续,特别是短周期、低风险的非手术类治疗成为职场人群和中老年群体的新选择。

消费者对新年新形象的期待,以及医美机构的精准营销,共同推动新春医美经济的发展,也显示出行业需求的常态化以及消费群体的细分化趋势。

用小调整迎接新年大变化 医美市场热度升温

据某头部医美机构相关负责人透露,春节前后医美项目预约量环比增长45%。其中,玻尿酸注射、光子嫩肤、热玛吉等轻医美项目的预约量占比达60%,而植发、鼻综合整形等传统整形项目的需求也出现上升。

与此同时,医美行业的消费群体逐渐多元化。老年人群体,特别是在抗衰老和皮肤修复领域,需求逐年上升。不少老年人选择在春节前后进行医美,以求以更年轻、更自信的状态迎接新的一年。

根据观知海内信咨询《2025-2032年中国医美行业发展趋势分析与投资战略规划研究报告》,颜值经济、悦己经济以及医美技术愈发成熟等因素影响,医美市场规模得到较快增长。截至2023年,我国医美行业市场规模约为2669亿元。而2024年预测市场规模为3093亿元,预计2031年医美行业市场规模达7102亿元,显示出巨大的增长潜力。

观研报告网《中国医美行业发展趋势分析与投资前景研究报告(2025-2032年)》

此外,根据中国整形美容协会、德勤中国等机构联合发布的《中国医美行业2024年度洞悉报告》显示,2023年,男性在医美消费上的支出同比增加了27%。在接受调研的男性中,43%计划在2024年增加在医美上的消费,这一比例高于女性群体。其中,去皱抗衰老类项目尤为受到关注。

在广州,某机构的植发项目春节期间预约量比去年同期增长30%。机构负责人认为:“北上广等城市消费者倾向于选择技术成熟度高的项目,春节假期让他们有更多时间考虑和恢复。”

节后,消费者对轻医美项目的偏好延续,非手术类项目仍占据主流。由于节后返岗时间紧迫,恢复期短、效果立现的“午休美容”成

为一些职场人群的首选。

消费群体进一步细分,尤其是银发族和男性市场的潜力释放。春节后,银发族因假期子女陪伴完成初次体验后,节后复购率提升,抗衰老、祛斑等项目的咨询量增长。

创新服务为医美注入新活力

春节期间,消费者更倾向于选择低风险、恢复期短的微整形项目。消费者林女士表示:“春节前做医美,既是为了过年聚会时状态更好,也是因为这时候优惠力度最大。这不仅是为了外貌的改善,更是迎接新年的第一步。”她还提到,春节有促销活动,这也是她选择在假期进行医美的原因之一。

春节前后,一些医美机构纷纷推出定制化套餐和促销活动,以吸引消费者。某平台推出“新春整形礼包”。一些机构推出“家庭团购式医美体验”,比如母女组合的双人玻尿酸注射项目、情侣植发套餐等,受到了消费者的欢迎。这种细分需求推出的差异化产品将医美消费场景从个人延伸至家庭。

“带妈妈一起做医美,既能让她变年轻,也是母女关系的特别体验。”90后消费者陆女士表示,她与母亲共同购买了某机构的“抗衰双人卡”,包含热玛吉和面部护理项目,价格比单独购买划算。

记者还在社交平台注意到,不少网友反映二三线城市及县城的一些医美机构提供的基础项目效果与一线城市相当,但价格更为亲民,因此吸引了不少返乡的“大城市打工族”。网友小陈告诉记者,返乡前她便已提前预约,可预约的时间便已不多了。趁着春节返乡进行医美,高性价比成为了一个重要吸引力。

从监管加强到创新突破: 医美行业的未来之路

随着春节医美的升温,潜在的风险也不容忽视。尽管假期提供了充裕的恢复期,但手术后的并发症以及不规范医疗机构的存在,依然是行业需要重点关注的问题。

中国消费者协会去年发布的《中国消费者权益保护状况年度报告(2023)》提到,医疗药品消费开启新赛道,监管治理短板亟待补齐。医疗美容行业依旧存在消费套路多、消费者维权难、医美产品质量难保证等一系列问题。

为了保障消费者权益,监管政策不断加强。《医疗美容服务管理办法》明确要求所有医美机构必须具备合法的医疗机构执业许可证,从业人员必须持有相应的职业资格证书。这一措施提升了医美机构的资质透明度,遏制了“黑医美”现象的蔓延。

值得注意的是,春节后多地监管部门对医美机构的检查进一步加强。天津、内蒙古等多地开展专项检查行动,持续健全管理制度,切实加强行业自律,不断筑牢安全防线。

国务院办公厅去年印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》,明确提出要发展抗衰老产业,为抗衰老领域的医美市场带来了新的发展机会。同时,医美行业的严监管也促使上游厂商加速技术创新与产品迭代,推动了整个行业的质量提升。

生物科技公司如锦波生物、华熙生物、爱美客等,通过不断的技术创新和研发投入,推动医美产品的多样化和品质提升。华熙生物向记者透露,去年上半年已开展96个药械研发项目,三类医疗器械“注射用透明质酸钠复合溶液”获批上市,5个二类医疗器械注册证获批,水光产品进入注册申报阶段,重组胶原蛋白终端产品预计未来1-2年上市。

而锦波生物则利用大数据与人工智能技术加速胶原蛋白产业的创新。预计2024年净利润将达到7.19亿至7.37亿元,同比增长139.83%至145.83%。锦波生物相关负责人表示,在监管力度加强的背景下,行业将迎来更大的发展机遇,规范的市场环境将提升行业整体竞争力,创新的氛围将促进行业的健康发展。

尽管市场前景广阔,但小型医美机构仍面临“拓客难”和“客户流失”的挑战,如何在激烈的竞争中脱颖而出,将是许多机构亟待解决的问题。与此同时,公立医院在医美领域的业务也在快速发展,医院拥有的强大品牌效应和高水平的医生资源,使得许多消费者更倾向于选择公立医院进行医美治疗。

业内专家认为,私立医美机构在优胜劣汰的过程中,将逐步走向专业化和高端化,避免盲目扩张和低价竞争。而公立医院医美业务的崛起,则进一步促使私立机构提升品质和服务。

对于消费者而言,选择专业且合规的机构,做足功课,理性消费,才能在享受美丽的同时,也保障自身的健康和权益。

来源:新华网