秩序重建，疫情渐平，线上医美平台风口再现？

尽管外貌党并非一个十分褒义的说法，但通过医疗手段，提升外貌水平，让自己在社会交往中更具优势，的确是现代社会中不少人的选择。实际上，跟国外发达国家相比，国内的医美普及率还有很大提升空间。

在过去几年，巨大的市场需求推动着医疗美容行业高速发展。但同时，无证行医、操作不专业、仪器药品不安全等违规违法行为层出不穷，医美行业乱象丛生。“医美贷”野蛮生长，无资质机构违规放贷、联合客户骗贷、假借“零首付、零利息”等名义诱导消费者、暴力催收等乱象大量出现，严重扰乱了医美市场秩序。

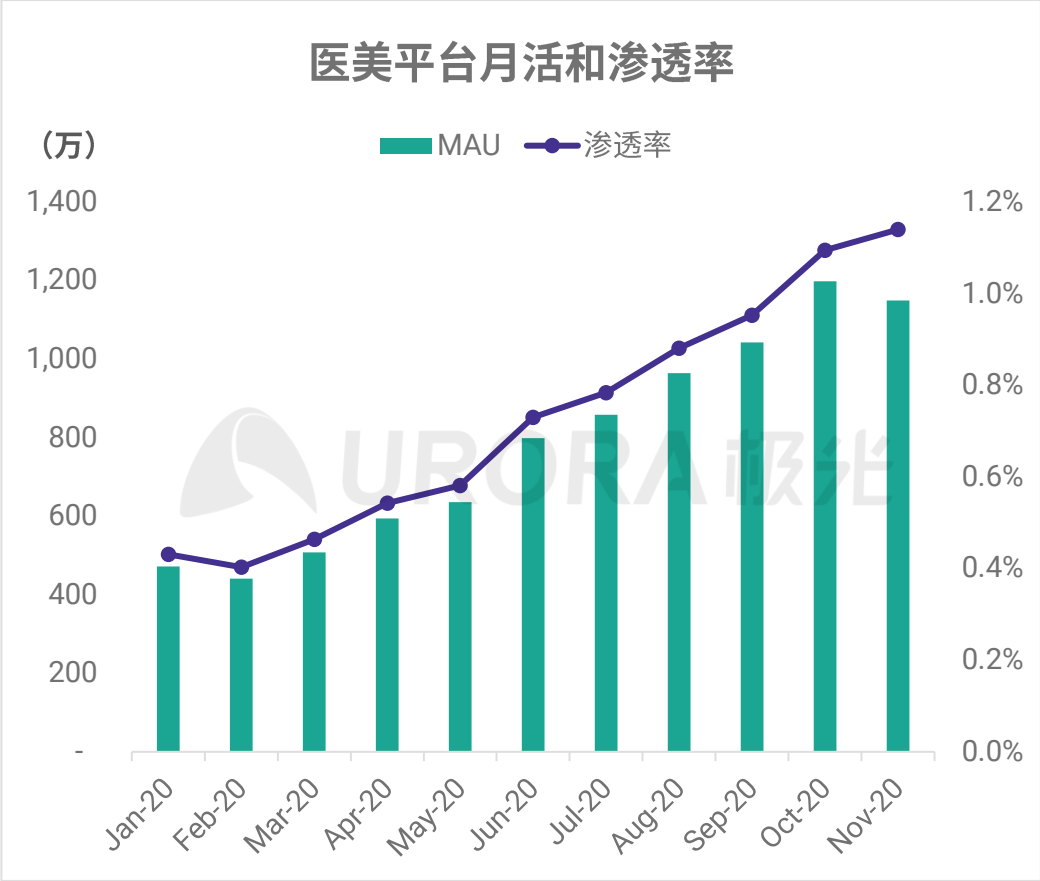
2016 年，中国整形美容协会成立，推进医美机构合规化；2017 年 5 月至 2018 年 4 月，国家卫生计生委等七部门联合开展严厉打击非法医疗美容专项行动。多个省市也相继采取行动，严肃整顿医疗美容行业。2020 年 4 月，国家卫健委等八部门联合下发了《关于进一步加强医疗美容综合监管执法工作的通知》，针对医疗美容行业的乱象问题进行进一步整治。

对于“医美贷”的叫停和对医美客户营销手段的限制，一度让行业饱受客户减少的痛苦。今年年初，疫情爆发，停工停学，这对于刚刚整顿秩序的医美市场是一次猛烈的打击。国际知名研究机构弗若斯特沙利文（Frost & Sullivan）发布的中国医美市场数据预测，中国医美服务行业 2020 年整体增速将大幅收窄至 5.7%，同比 2019 年下降 13%，行业总收入规模预计为 1,518 亿元。

随着国内疫情逐步平息，医美机构和用户端的需求都在恢复。作为营销服务平台的价值，在种种不规范营销手段被限制的当下，就显得弥足珍贵。从极光大数据监测的数

© JIGUANG Confidential. All Rights Reserved

据来看，以新氧、更美和悦美为代表的医美平台在用户规模和活跃度层面呈明显增长的态势。按照 1%的渗透率来看，线上医美平台还远未达到其天花板。



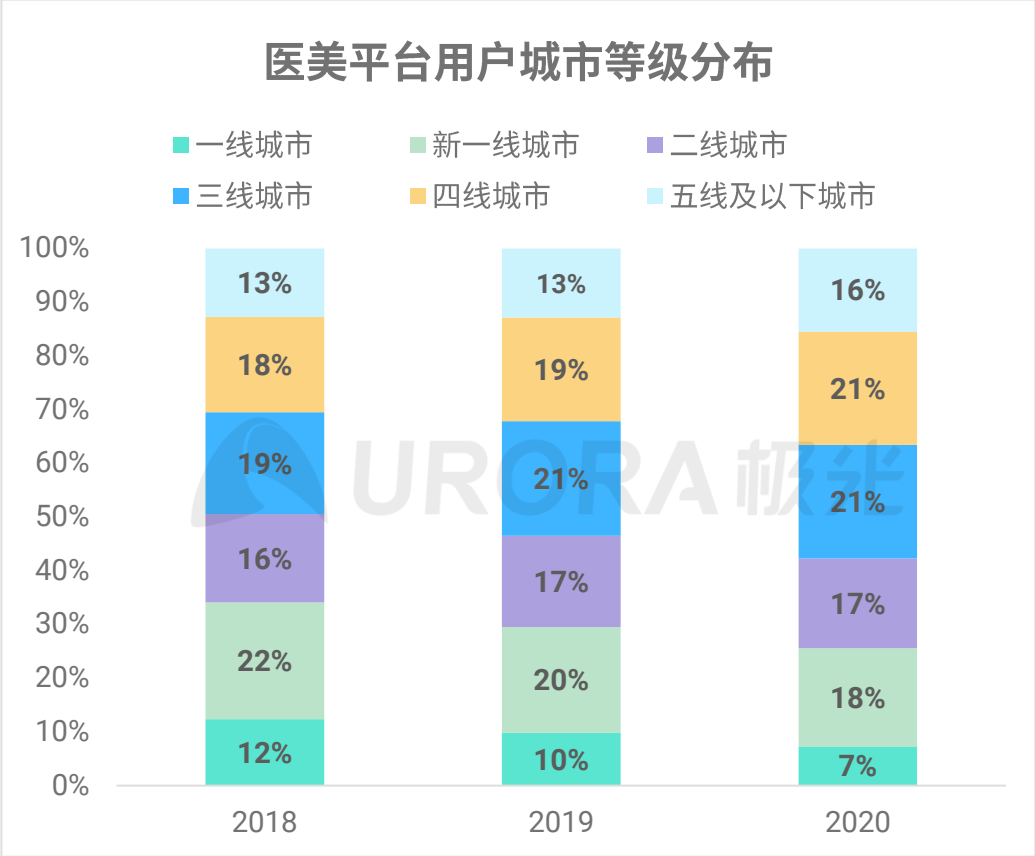
数据来源：极光 iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2020.01-2020.11

下沉市场中探索机会。据新浪财经，新氧从 2016 年就开始实施“城市下沉”战略；更美也在 2018 年以前就开始“下沉”。从 2018 年到 2020 年医美平台用户城市等级分布看，2020 年，三线及以下城市用户占比累计 58%，比 2018 年增加约 16%；2020 年一线城市用户占比为 7%，比 2018 年减少约 42%。医美平台用户占比最多的城市是重庆市，北京和上海分别在用户数量占比排名的第三位和第四位。2018 年到 2020 年，用户占比下降城市 Top 5 多为一线城市，上升城市 Top 5 多为三线城市。这一方面说明主流平台的下沉战略见到成效，另一方面，下沉市场的用户需求真实且长期存在。

© JIGUANG Confidential. All Rights Reserved

- 2019 年商务部研究院发布的《下沉市场发展与电商平台价值研究》报告显示，随着中国经济高质量发展与人均收入的增长，三四线城市居民的消费热情和消费能力将稳步提升，下沉市场已经成为拉动消费增长的重要引擎；

- 多个研究机构报告显示，中国医美机构以中小型民营机构和私人诊所/美容院为主，公立医院整容科和大型知名连锁医美集团多分布在发达地区；同时，医美机构资源分布不均，质量参差不齐和价格不透明的问题明显。相比发达地区的医美行业相对成熟，广阔的下沉市场更需要医美平台解决信息不对称，为合规机构曝光引流并为消费者做出合理引导。



数据来源：极光 iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2018.11, 2019.11, 2020.11

© JIGUANG Confidential. All Rights Reserved



数据来源：极光 iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2020.11

2018 年-2020 年医美平台用户占比
下降/上升城市 top 5

占比下降城市	北京市	-2.1%
	上海市	-1.4%
	成都市	-0.9%
	深圳市	-0.8%
	广州市	-0.8%
占比上升城市	菏泽市	0.2%
	长春市	0.2%
	临沂市	0.2%
	南阳市	0.2%
	邯郸市	0.2%

数据来源：极光 iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2018.11, 2020.11

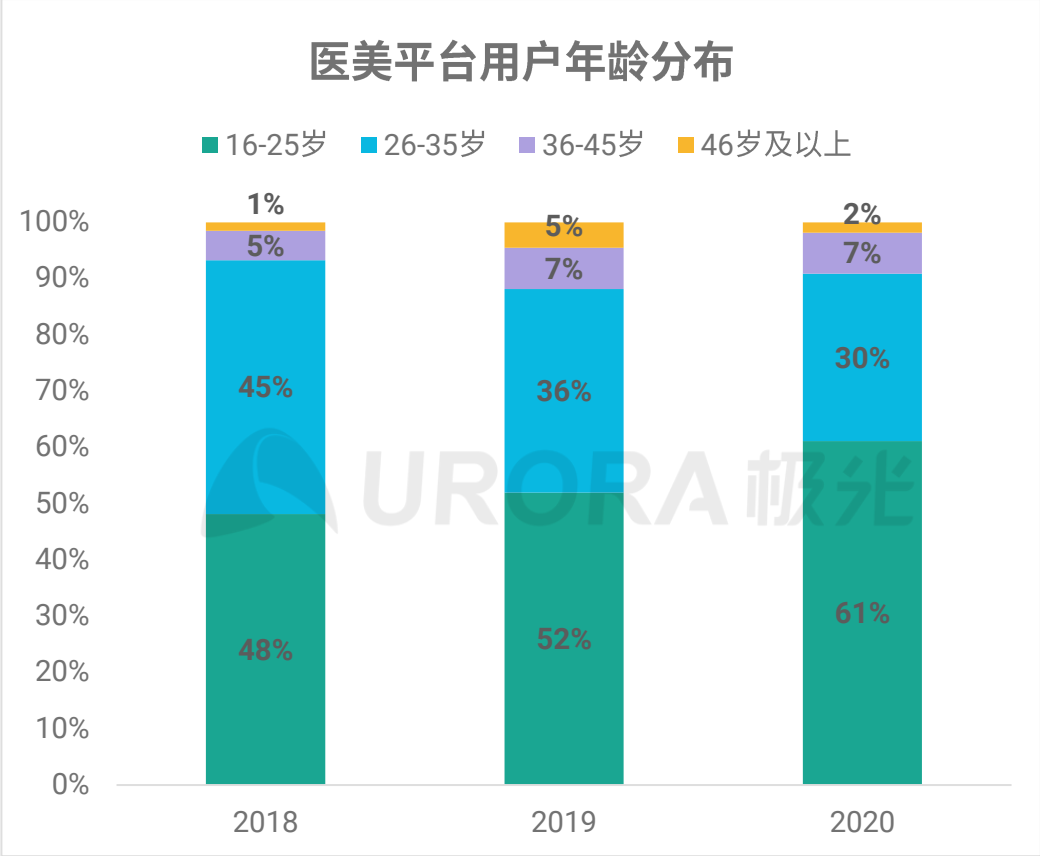
© JIGUANG Confidential. All Rights Reserved

医美用户年轻化的趋势很难在短期内改变。从医美平台用户年龄分布看，2018 年到 2020 年，16-25 岁用户占比逐年增加，并一直是平台上占比最大的一部分用户。2020 年，医美平台 16-25 岁用户占比达 61%。

- CNNIC 报告显示，截至今年 6 月，我国网民规模为 9.4 亿，其中学生身份网民在网民职业结构中占比最高，达23.7%。新一代的年轻人成长在互联网和内容大爆发的科技环境下，随着短视频平台的流行，更多的年轻人习惯于以短视频或照片的形式记录并分享自己的生活，由此而产生的对时尚和外在的追求也不断提升，医美平台的需求也水涨船高；

- 随着中国城市化进程的加速，新一代年轻人大多成长在城市里，接受信息渠道更加多元，接受的信息量也更大。他们的世界观、人生观、价值观和消费观等属性都呈现出更多元化、包容化、自主化的特点，对医美的接受度也更高。《腾讯 00 后研究报告》显示，00 后更愿意为自己的兴趣付费。同时，年轻人由于思想尚不成熟，也更需要合规的医美平台为其作出正确客观的信息披露和消费指导。

© JIGUANG Confidential. All Rights Reserved



数据来源：极光 iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2018.11, 2019.11, 2020.11

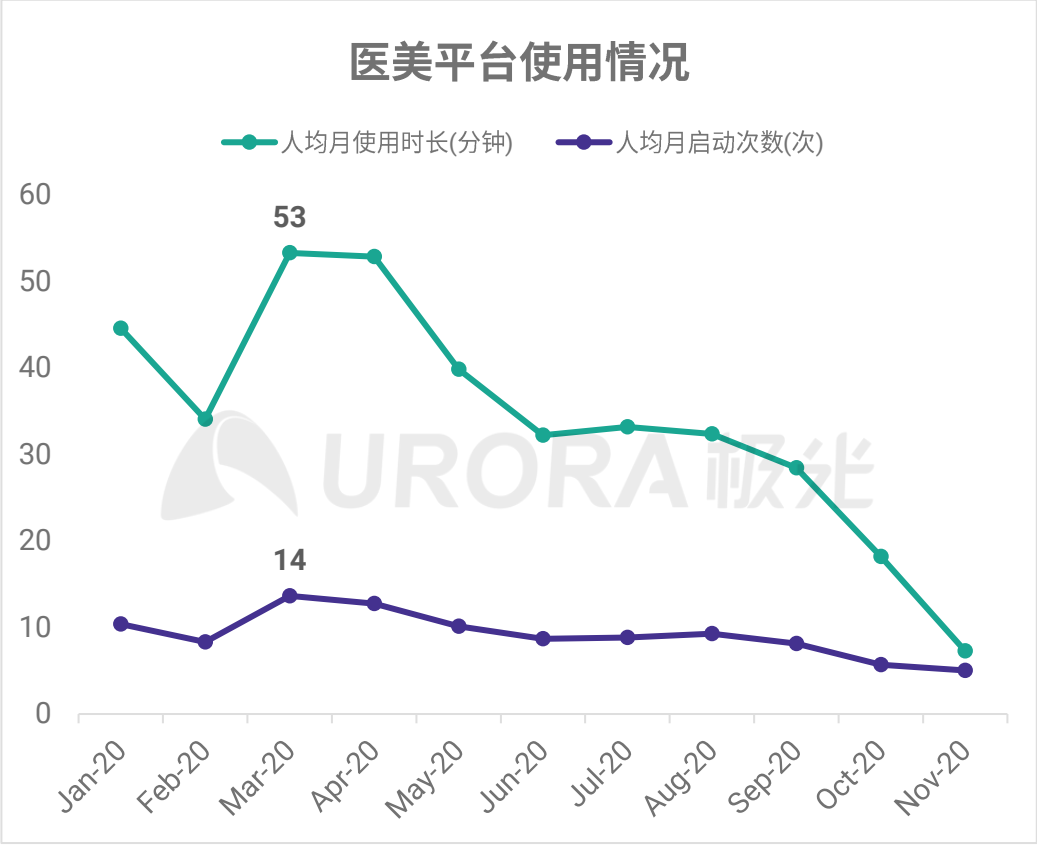
医美平台需持续加强社区运营和专业度深耕。今年年初疫情爆发，医美平台的人均月启动次数和使用时长在二月有明显下降，但随着疫情好转和实施“居家办公”，用户有更多的时间使用平台，三月份平台的人均月启动次数达 14 次，人均月使用时长达 53 分钟，都创造了今年以来的最高值。随着复工复产的全面落实，平台的使用频次和时长都有所回落。再加上美团医美、阿里健康等巨头扶持的平台的竞争，以及小红书和大众点评等依靠高频品类导流的优势分走了一部分用户流量，医美平台的使用频次和时长一直处于下降趋势。

- 医美平台需要进一步针对用户痛点完善平台功能，营造好的社区氛围，运营好用户、医生和医美机构之间的互动，激发用户不断生产优质内容。比如新氧构建了包括新氧魔镜、方案百科、医生问答、视频面诊、美丽日记等模块，分别覆盖了

© JIGUANG Confidential. All Rights Reserved

从消费决策，到术前咨询、术中安慰、术后恢复、感受分享的一整套环节，形成了更加完整的社区内容生态。

- 此外，垂直平台的优势在于对医美的深耕，平台需要有持续聚集优质的医生和医疗机构的能力，同时做好服务监管。平台的资源和服务更加优质，用户才会更加信赖平台，比如新氧发起“绿宝石医生榜单”活动，邀请到业内顶级专家从专业技术、审美、服务等角度对医生进行甄选评分。



数据来源：极光 iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；取数周期：2020.01-2020.11

随着政府的有效监管，医美行业必将越来越规范，越来越多的人将接受医美、相信医美，线上医美平台发展空间广阔。平台需要把握住下沉市场的机会，贴合年青一代用户的需求，做好社区运营，抓住医美行业发展的红利。同时，医美平台是医美产业链

© JIGUANG Confidential. All Rights Reserved

上的重要一环，平台通过互联网的手段，推动全行业向更加透明、规范和高效的方向发展，解决信息不对称，改变了传统行业的工作模式。未来，新技术如 5G 和 AI 的普及将会使平台的服务更加流畅。但无论科技如何发展，医美平台都要坚守初心，安全、质量、信任永远都是重中之重。

【报告说明】

1．数据来源

1）极光 (Aurora Mobile, NASDAQ:JG)，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光 iAPP 平台针对各类移动应用的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析；2）极光调研数据，通过极光调研平台进行网络调研；3）其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规，经用户合法授权采集数据，同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

2．数据周期

报告整体时间段：2018 年 11 月-2020 年 11 月。

3．数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注。

4．免责声明

极光 JIGUANG 所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，极光 JIGUANG 也不例外。极光 JIGUANG 依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光 JIGUANG 不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光 JIGUANG 无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

5．报告其他说明

© JIGUANG Confidential. All Rights Reserved

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待。

6．版权声明

本报告为极光 JIGUANG 所作，报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护，部分内容采集于公开信息，所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定。

© JIGUANG Confidential. All Rights Reserved