

根據以上分析，中國微整形產業將會有以下多點未來趨勢

1.1 市场持续高速发展

根據上文的分析，醫美和微整產業在這幾年有一定的上升速度，而在未來五年，根據智研數據中心整理測算，收入增速有望維持在25%以上。

在未來，整形美容行業是一個有著巨大利潤空間和巨大市場潛力的朝陽產業。

1.2 产业竞争大增，医美诊所多元化

公立醫院由於更容易讓客戶接受，推廣成本低，而中小整形美容機構在高昂的營銷成本面前不具有競爭力，因此醫院屬於龍頭，強於一般品牌連鎖，行業漸成整合趨勢。但由於医疗美容高度依賴醫師技藝，且極具個性化定制特徵，因此整形服務將再次走向精細化。

隨著多點執業政策使得醫生可以自行開設診所，現在已經可以以每年400家的速度新增小型診所，成立“小而美”的醫美診所。中國的醫美醫生創業也將成為行業趨勢。

無注射式醫美不需要大量設備，所以最較小型的診所內也可以使用，順應大量醫美診所小型化以及多元化的趨勢。

1.3 客户满意度大程度取決於產品安全性

市場調研顯示現階段潛在用戶最大疑慮是医疗美容安全性。因此未來該產業勢必由此安全性提升方向進一步調整。先進的醫療設備使整形美容專家在臨床工作中將更加得心應手，整形美容手術將更加安全、更加微創，整形美容效果將得到大幅提升，顧客的滿意度將得到大幅提高。

無注射產品因為不需要直接侵入人體，所以一定比侵入性的安全，而且操作也比注射式的簡單，順應了客戶十分重視產品安全性的現況

1.4 医美服务低价轻量化 整形成为“轻”决策

產品和服務由高價低頻變得越來越低價高頻，且偏向於本地化。

以隆鼻為例，傳統的方法做一次需要2萬，可以保持5-10年，而現在通過注射玻尿酸的方式，一針只需要2000元，但只能持續半年，因此相對傳統的方法用戶消費頻次更高。

而無注射產品也是單價低和高頻次的一項產品，因此在未來顧客將愈來愈願意進行無注射醫美。

縱觀上文，無注射醫美產品十分順應醫美產業的發展，而現在阻礙其發展的主要因素是宣傳不足，當人們提到醫美手術時，很多時候只會注意注射型的醫美產品，所以若果無注射醫美產品希望在未來得到更好的發展可以嘗試規劃和其他產業的結合以得到更好的發展。

無注射產品如何結合互联网和廣告業

医疗美容尚處在行業發展的初級階段，醫院難以靠品牌吸引客源，企業間競爭更多的體現在宣傳推廣力度上。但互聯網的介入可能改變這種狀況，構建一種全新的行業生態。

醫美APP通過打造公開、透明的平台，讓消費者對所需的美容項目有全面的了解，並在不同美容醫院間進行橫向比較；

當用戶決定是否進行整形的時候，醫院的優劣、醫生的經驗、手術方案的制定和價格都是非常重要的因素，但是在過去的模式下，這些信息對於消費者來說是相對不透明的，只能通過廣告和搜索引擎等有限的方式去了解。有了互聯網以後，部分解決了醫美行業信息不透明的问题。

透過與廣告產業的合作，無注射類醫美產品可以更加突顯其安全性、輕便性以及單價低，廣告業可以透過投放網絡廣告，邀請在中國較紅的網紅例如：張大意。邀請他們在youku直播使用無注射產品做微整形我，接著做用vlog紀錄整形後2,3天的回復過程和和整形醫生覆診的過程，突出無注射產品的安全性、輕便性以及單價低。如此一來，廣告業也可從中獲利，而無注射產品可以得到推廣，我們更可使更多的顧客達到我們想要的-簡單、健康、安全、無痛的變美麗！