**中国医疗美容行业现状及前景探析**

近年来，中国医疗美容行业发展极为迅速，一批民营医疗美容医院逐渐成为主力军，越来越受到求美者的青睐，发展猛烈，大有方兴未艾之势;一些公立医院也相继加强了整形美容科的建设，搭上医疗美容发展的快车。

就在中国医疗美容行业快速发展的同时，韩国也在大量“消费”来自中国的求美顾客，其间因非法行医问题导致的医疗纠纷、后续赔偿等消费者权益保护问题已引起两国行业协会的高度关注。同时，中国医疗美容行业也在经历发展的阵痛。2015年3月，莆系与百度上演多轮大战，抵制价格高昂的百度网络“竞价”……

种种危机与挑战困扰着中国医疗美容行业，为推动行业健康有序发展，现就行业的现状及前景进行初步探析。

**一、起源与现状**

在我国，医疗美容可追溯到唐宋时期，规范的整形美容术始于16世纪，最初仅仅是为保证患者获得正常生活必要条件的一种简单的畸形矫正手术，当属“治病救人，雪中送炭”之举。真正属于“锦上添花”范畴的医疗美容则崛起于20世纪80年代，人体美不再被视为是一种天然的禀赋，人们开始大规模地采用先进的科技来改造自己的身体，整形美容开始在许多国家兴起，以韩国、日本、美国为甚，在韩国，始于演艺圈的整容已发展为一项全民“运动”。

我国真正意义上的整形美容业发展较迟，20世纪六七十年代，整形外科仅开展以单纯畸形矫正为主的手术，直至21世纪初，才逐渐发展起来，并渐与国际接轨，成为我国经济中一个不可缺少的组成部分。

从全球来看，进入21世纪以后，世界医疗美容行业已成为仅次于汽车业和航空业的第三大产业。据专家统计，全世界每年的市场总额约有1500亿美元，预计未来世界500强企业中将有三分之一是从事与医疗美容技术研究、生产、销售的企业。

在国内，随着人们生活水平的提高，追求美丽和展示美丽的效应使整形美容的需求也与日俱增。各大医院的整形美容科和各医疗美容医院也“门庭若市”。 随着国民经济结构的升级，享受高品质生活也日益成为更多人的追求。像汽车、住房、旅游和健康服务产业的高端消费一样，医疗美容行业也是一种方兴未艾的“朝阳产业”。

据SAPS数据，2011-2013年全球整形美容三年均复合增长率达18.5%，中国整形美容行业长期保持20%以上的增长率。而据2012年《经济学人》发布的数据，2010年，韩国平均每1000人约做了16例整容手术，中国平均每1000人中大约只有1例整容手术，居第24位;就整容手术总量来看，美国占据全球整形手术总数的17.5%，排名第一，中国占据了总量的12.7%，成为全球第三整容大国。

据央视网数据，2013年，中国整形美容市场实现产值已达4000亿元左右，行业从业人员超过3000万。截至2012年，整形美容已成为居房地产、汽车销售、旅游之后的第四大服务行业。其中，女性消费者占90%以上，而又以20-45岁女性为主，占到80%以上。

据国家工商联统计数字显示，我国整形美容业以每年20%的发展速度递增，整形美容手术以每年超过20%的速度增长。

近20年来，我国医疗美容行业已发展成为涵盖医疗整形、医疗美容、注射美容等领域，同时涉及到包括外科、骨科、妇科、口腔等学科在内的许多专业。这些领域和专业与医疗整形美容相关的器械、产品、药品的研发、生产、销售为一体，形成了一个庞大的综合产业链。

**二、行业特点**

通过以上中国医疗美容行业的发展历程和经营现状分析，可以看出中国医疗美容美容行业具有以下特点：

**(一)市场规模大**

根据国家第五次人口普查资料显示，我国城镇人口15-64岁女性共一亿七千多万人。按照目前20-45岁女性城镇消费者占医疗整形美容消费者的64%比例估算，目前全国医疗整形美容女性目标消费群总数估计为九千万人。

据了解，在世界闻名的韩国整形美容一条街-狎鸥亭这个地方，汇聚了200多家整形美容机构，其中，中国的客人已经占手术量的30%，仅JK整形美容医院里就有一半手术者来自中国。韩国每年投入大量的广告吸引中国人，每年约有十几亿人民币流入韩国。

**(二)增长速度快**

目前，医疗美容已经进入了寻常普通老百姓的生活中。根据世界银行发展报告，当一个国家的人均收入超过2000美元之后，即进入到中等发达的小康社会后，对医疗美容行业的需求就会增加10%左右，并每年会以这个速度递增。以此速度，支撑了中国医疗美容行业年增速20%以上的水平。

**(三)行业利润高**

当前整形美容行业的另一特点是竞争激烈。由于我国75%以上医疗整形美容机构的服务项目经济利益较高，以技术或营销手段创造的利润，依据不同类型和不同规模的医疗整形美容机构，约占总利润的30%～50%不等。其他调查测算，我国医疗整形美容业的毛利率超过了一些热门产业，被称之为“时尚营利行业”。

**三、发展前景**

**(一)行业更加发达，机构急剧增加**

随着经济的发展、科学的发达、社会的进步、竞争的加剧，越来越多的人希望通过整形美容改变自己的形象，在入学、求职、工作、恋爱、婚姻、社交、生活等人生各个方面获得优势，提高自己的生活质量和生活品位，甚至改变自己的人生。中国有13亿人口，未来的整形美容市场潜力巨大。为适应这一新的形势，越来越多的人才、越来越多的资金将进入整形美容行业，医学整形美容机构数量将在短期内急剧增加，并向地级市和县级市发展。

**(二)从服务“病人”转向服务“顾客”**

目前的整形美容外科绝大多数都是以整复为主，美容为辅，尤其是公立医院。服务对象大多是那些因先天因素或疾病、外伤、烧烫伤等所致身体有明显缺陷或功能障碍的“病人”。

未来的整形美容科除了开展传统的整复外，更多的将是借助现代医学整形美容技术改变求美者的脸型、身材和肤质，以求美为主要目的，美容为主，整复为辅。服务对象将是以身体没有明显疾病或缺陷，没有功能障碍的健康人为主，这些人严格意义上来讲，不能称之为“病人”，只能称之为“顾客”。

**(三)从整形外科转向医疗美容科**

整形美容科包含医学整形美容和生活美容。美容整形行业服务范围将涉及植发、重睑、眼袋整复、祛斑祛疤、除皱、隆鼻、修改脸型、牙齿整形、隆胸、吸脂塑身、瘦小腿、润肤脱毛、处女膜修补、外阴整形、康复整形等数百个项目。其中很多项目并不属于医学整形美容范畴，应属于生活美容。生活美容将成为未来整形美容业服务的一项重要内容。只有建立整形美容科，同时提供医学整形美容和生活美容服务，才能真正满足“病人”和“顾客”的需求。

**(四)医疗技术从“粗糙”走向“精细”**

“病人”整复治疗的主要目的是在不影响身体健康、最大限度地恢复肢体功能的前提下，尽可能地保持肢体的外在美观。“顾客”整形的主要目的是追求“美丽”，在不影响身体健康和肢体功能的前提下，尽可能地追求“美丽”甚至“完美”。

“顾客”整形求美，不同于“病人”整复治疗。“顾客”整形要求医生的手术设计更加完美，手术切口更加精致，手术技法更加精细，手术操作精益求精。相对来说，“病人”整复治疗对医生的技术要求就显得“粗糙”，对手术切口的美观度要求相对较低。

为了满足顾客对美的追求，创伤更小、风险更少、恢复更快、效果更好的微创整形技术将成整形美容科未来的发展方向。

**(五)设备更加先进，材料更加安全**

内窥镜等先进的微创整形医疗设备将得到进一步发展，并广泛应用于整形美容领域。有了先进的医疗设备，整形美容专家在临床工作中将更加得心应手，整形美容手术将更加安全、更加微创，整形美容效果将得到大幅提升，“顾客”的满意度将得到大幅提高。

随着医学科学和材料学的发展，整形美容所用的假体等材料将更加科学，更加安全，更加贴近人的形体和生理特点，绝大多数的假体材料将可以在人体内永久存留。

**(六)人才交流、学术交流更加频繁**

为了与国际国内先进技术保持同步发展，顺应时代时尚潮流，整形美容行业从业人员就必须不断地学习新知识，研究新技术，开拓新市场。因此，国内外的学术交流和人才流动将更加频繁。不同国家整形美容专家之间的派系之争将日渐消除。国家与国家之间，专家与专家之间的技术差距将进一步缩小。不久的将来，中国将站在世界整形美容行业的前列。

**(七)民营机构发展势头强劲**

有需求就有市场，有市场就有竞争。整形美容行业是一个有着巨大利润空间和巨大市场潜力的朝阳产业。随着整形美容业的发展，更多的民间资金和外资将进入整形美容行业。民营和中外合资整形美容机构将应运而生。

行业内的竞争将更加剧烈。这种竞争将表现在经营理念、经营体制、人才、技术、设备、质量、管理、服务、品牌等各个方面。民营医疗机构依托自身的体制优势、管理优势、资金优势、服务优势，将吸引更多的经营管理专家、市场营销专家和公立医疗机构高水平的整形美容专家加盟，从而将成为公立整形美容机构最强有力的竞争者，并会在不久的将来有可能超越公立医院，成为主导中国整形美容市场的中坚力量。

**(八)品牌机构引领行业风骚**

目前的整形美容市场鱼龙混杂，良莠不齐。仅有少数几家大型公立医院的整复外科已经得到群众认可，并初步建立了自己的品牌。

理念的落后，体制的呆板制约了公立大医院整形美容科的发展。而新生的民营整形美容机构经营体制机动灵活，注重引进现代经营管理理念，实行医学整形美容与生活美容的统一，为“顾客”提供优质医学整形美容服务的同时，为“顾客”提供生活美容服务和各种生活便利，并且特别注重专家品牌和医院品牌的建立、维护和推广。

不久的将来，一部分诚信经营、管理规范、在群众中拥有良好口碑、具有雄厚实力的民营整形美容机构的品牌将得以建立，品牌的作用将得到显现。品牌整形美容机构将在行业内引领风骚。

**四、瓶颈与风险分析**

消费者心理因素对整形美容治疗效果有显著影响。医疗美容毫无疑问是医疗行为，但是它却与几乎所有医疗行为的结果都不一样，因为医疗美容的结果几乎没有绝对客观标准可言，而且在医学标准上也没有对医疗美容制定出标准，可能也根本就不存在什么通行的标准。

整形手术费用过高，普通消费者难以承受。整形手术的费用较高，有整形愿望且又有经济支付能力的只是一小部分人，这就造成了目前整形手术市场的受众面过窄。中国第一人造美女郝璐璐的手术费是30万元人民币，去眼袋3000元，美唇2500元，修鼻1000-3000元，双眼皮1000元，种睫毛6000元，除皱4000元/㎝2,近视矫正双眼6000-8000元，下巴加长2000元，牙齿正畸5000-7000元，抽脂一个部位2500元。

传统观念对消费者有一定的影响。中国传统文化中“身体发肤，受之父母”的观念对人们影响较大，消费者在进入整形场所消费时有很多顾虑，需面对社会家庭等各方面的压力，有时还要面对严酷的法律障碍，以至潜在顾客很多，一时还未能成为主顾。而美容主要是美化人体的外表，一般不改变人体的结构和器质。

整形手术存在较大风险。整形风险对于任何一位来整形美容机构求美的消费者都是存在。无论整形的技术如何发展，这毕竟是手术,只要是手术，就一定存在风险。在现行的医疗水平下，任何手术或治疗都有可能发生并发症。万一发生，医师与患者应互相配合，努力将并发症的后果减到最小。有时为达到更好效果或处理并发症会带来额外的手术、不便和痛苦，患者要了解和理解，并有相应的承受能力。

市场龙蛇混杂，良莠不齐。虽然近年来医疗美容行业得到了极大的规范，但还是有少数不规范的医疗机构还在使用已经淘汰或违法、违规材料，聘用技术水平低下的医生，通过诱人的违规广告、动人的低廉价格来吸引欺骗消费者，给消费者带来了很大的风险。而媒体对这类案件的报道，很容易使人们对整个行业产生整体的不信任感。

据对23省市调查(收到2.6万份有效答卷)，70%消费者关心的是技术水平和素质(占28.6%)、设备是否先进可靠(占15.2%)、用具是否卫生安全(占12.1%)。评价满意度较高的是工作人员的服务态度，评价较低的是管理质量和诚信。如何把握我国整形美容行业的命数，占领我国巨大的整形美容市场从而占领世界市场份额已是当前我国业内人士关注的热点也同样应引起我们的关注。

整形医疗美容和生活美容分不清楚。我们搞的是整形美容，是用医疗的手段让人们达到每的感觉和效果，这与单纯的生活美容不一样。但现在市场上一些生活美容馆也在开展用医疗手段达到美容的，这对用整形手段的医疗机构来说无疑是龙蛇混杂。这无疑对我国整个医疗美容市场带来不小的冲击波，扰乱了整个医疗美容市场，使市场不能规范、有序地发展。

求美者审美观的差异也给整个市场带来了不利。医疗美容面对的是在生理上基本完好的求美者，是锦上添花的事业!它没有一个医疗上的标准可循!这是在是个很大的难题!所以，医疗美容的效果没有标准!一些认为效果不理想的手术或治疗导致了纠纷，医学会的医疗事故鉴定或法院都无法给予一个比较明确、清晰、规范的答复!这也是医疗美容行业的一个软肋，也直接给整个医疗美容市场带来了诸多的不利!

综上所述，我国的医疗美容行业要发展，真正成为人本经济的一个重要组成部分，成为以民本经济、国情经济的一个重要组成部分，还有很长、很艰辛的路要走!

**五、主要对策**

**(一)高度重视，加强领导，推动落实**

在新一轮医改中，作为医疗卫生工作中有机组成部分，医疗美容与公立医院改革、提高医疗质量、加强医疗服务监管以及“鼓励社会资本举办各级各类医疗机构，参与公立医疗机构重组改制”等重要举措息息相关。因此，推动医疗美容行业发展，可从以下几个方面着手。

尽快制定《医疗整形美容行业发展规划纲要》。制定切实可行的适合我国国情的《医疗整形美容行业发展规划纲要》，明确我国医疗整形美容行业发展的目标、总体部署、基本策略、重点领域以及保障措施，做到与国家社会和经济发展统筹安排、协调发展。

完善医疗整形美容行业相关的法律法规。自2002年颁布实施《医疗美容服务管理办法》和《美容医疗机构、医疗美容科(室)基本标准 (试行) 》以来，医疗整形美容行业在产业环境、社会需求、发展态势、从业人员和执业机构等方面出现了很多新情况、新问题，现有的2部法规已经不适应新形势发展的需要，修订工作势在必行。

协会的作用，协助政府主管部门做好行业监管工作。中国整形美容协会有14项工作职能，涉及到行业自律、维权、培训、交流等许多领域。在当前医改任务十分繁重的情况下，既要充分发挥行业协会的自律作用，又要协助政府主管部门发挥行业监管的作用。比如，目前医政司委托协会修订的《医疗美容机构准入标准》，医管司委托协会制定的《医疗整形美容连锁管理办法》等都是一种非常好的相互合作举措。

利用现有医药资源，加大整形美容的人才培养和产品的开发力度。任何一个行业的发展都需要培养专门人才。通过高等院校培养整形美容专业队伍，设置整形美容类相关专业。从整形美容技术、设备器械研制开发和各种手术的临床应用，从加强宏观和微观的管理等都是必需的。

**(二)坚持以人为本的管理**

人本管理理论与实践的出现顺应了当今新经济时代的要求，具有重大的现实意义。当社会进入新经济时代以后，经济形态的变革要求有相应的理念与之相适应，人的能动性将进一步提升，人本管理理论与实践成为大势所趋。

要了解人本管理的本质，首先要完整地认识管理中的人，掌握人性的实质。人，是有着一种固有的全面实现自身目标并形成新目标的内在动力的，人的价值与意义在于不断实现自已心中的目标，而人参加工作的意义也正在于不断形成和实现心中的目标。

同时，要理解人本管理的本质，还要把握好什么是“人本”。它是一种把“人”作为管理活动的核心和组织最重的资源来看待。把组织全体职工作为管理的主体来对待。因而人本管理就是围绕着怎样充分利用和开发组织的人力资源，服务于组织内外关系的利益相关者，从而一并实现组织成员个人目标的管理理论和管理实践活动的总称。

管理的主体是医院的全体职工，它是全员参与的管理，每个医院职工都是医院的主人，都是医院的投资者，职工不仅要做“应该”做的事，还要做“应该做”以外的“应该做”的事。必须鼓励全体职工对工作进行认真思考，视工作质量为己任，视医院发展为生命，把自己的职业生涯和医院的发展紧紧结合在一起，达到医院应该达到的目标和职工自己心目中的目标“双赢”，这才是人本管理最成功的状态!

在这一点上，民营医疗医院还有很长的路要走!

**(三)规范、标准化的管理**

民营医疗机构要想发展、壮大，除了创建学习型的医院，实行人本化管理外，在医疗技术上也必须有所建树。作为医院，必须把医疗质量和医疗安全放在一切工作的首位，重中之重地切实抓好这项工作，而医疗质量和安全工作的抓手就是必须实施规范、标准化的管理。

而要规范、标准化实施对医院的管理，首先就必须要面对医疗这个本质。医院是一个为病人服务，减轻病人痛苦，让他们得到优质的质量，赖以康复、痊愈的机构;医疗美容也是一样，要以技术(包括手术、治疗)、服务取胜，决不是一个目光短浅，只看到钱的地方，所以必须要回归医疗这个本质。

要回归医疗，就必须要自觉地把医院管理纳入等级医院评审和国际医院管理标准(JCI)的轨道!它有一套符合各国医疗机构实际情况的医院服务和管理标准，并通过评价医疗机构是否符合其标准来保证病人得到持续、安全和高质量的服务。

所以，要使医院不断得到科学的发展，要想在未来庞大的社会服务大环境中继续壮大，作为民营医疗机构，就必须使自己的管理走上规范化、标准化的轨道，而将医院管理纳入国家等级医院评审，参加评审，通过评审，并以国际医院标准要求自己，取得评审认证通过资格，这是唯一的科学的方法。

**(四)成为顾客终生美丽管家**

医疗美容的顾客非常重要，没有客源，医疗美容医院纵使有再好的产品，再好的服务，再好的医师的技术，都是枉然。因此，重视顾客的利益，维持顾客的忠诚是医疗美容行业经营的关键!当医疗美容医院能真正重视顾客的利益，并与顾客之间建立了诚信，才可能将顾客变成忠诚顾客，将医院变成顾客的钟声美丽管家。这就需要不断地加强内涵建设，除了在手术、治疗质量效果上精益求精，使顾客满意，认为效果好以外，更多的是应该提倡一站式的服务，让顾客放心、舒心、温馨。

**(五)打造以健康为目标的医疗美容集合体**

随着社会坏境的改变，医疗美容必须跳出医疗美容这个狭隘的围城，将医疗美容、生活美容、健康美容有机地融合，集医疗手术、治疗、中医美容养生、休闲美容购物……于一体，竭力打造以健康为目标的医疗美容综合体，才能更好地发展。

整形美容不仅仅是一个追求美的行业，更是一个由无数心灵美好的人们一起努力拼搏、奋斗、开创的行业。只有将诚信服务、专业至上作为产业、立法之本，才能把更多的美丽、健康带给社会，只有这样，我国的整形美容业才能真正走向世界。