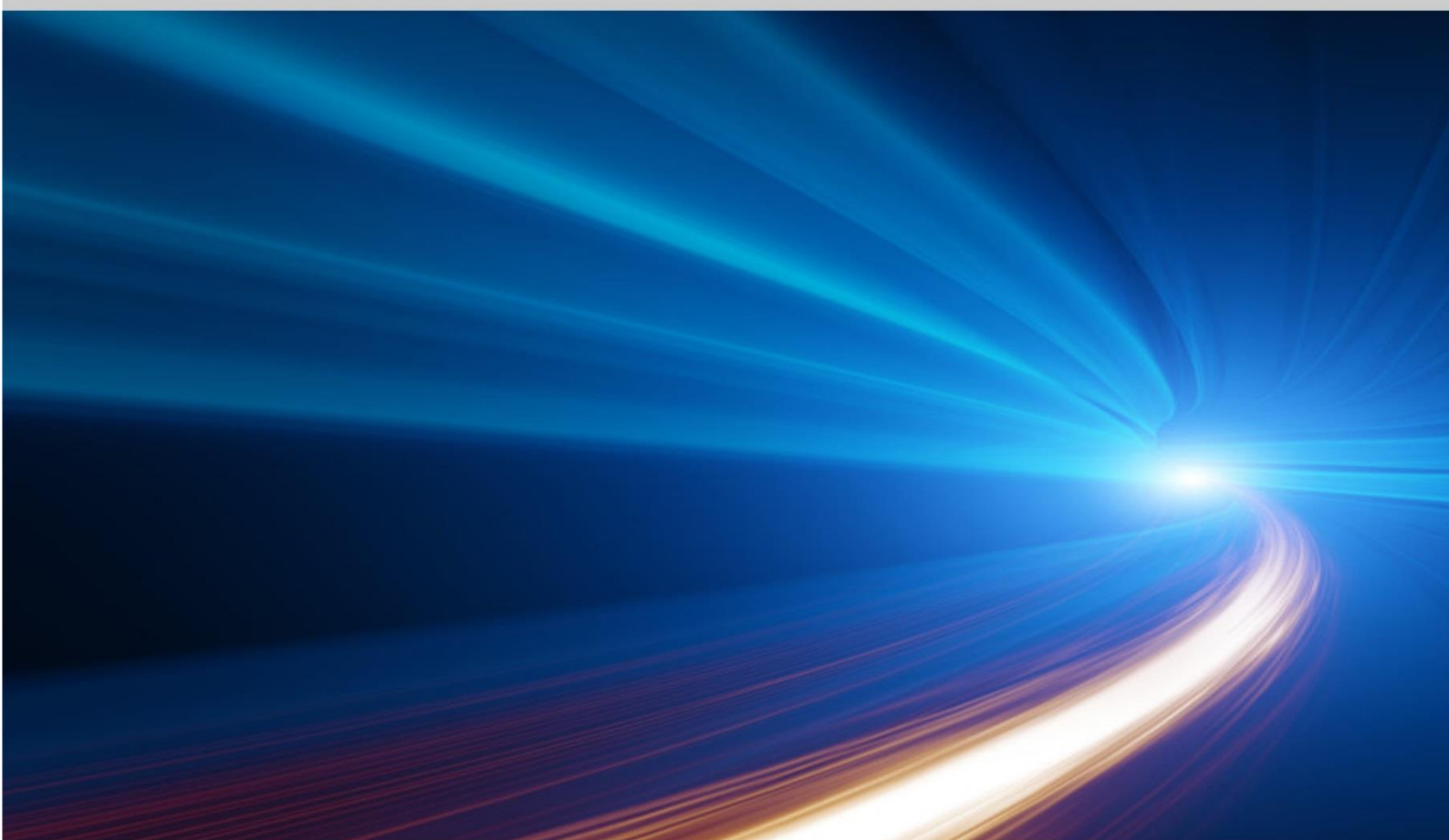




北京市医美机构行业发展情况 分析报告



2024年6月

北京市医美机构行业发展情况分析报告

目录

一、	行业概况与市场规模.....	5
1、	市场规模.....	5
2、	行业发展历程.....	7
二、	机构基本信息分析.....	9
1、	医疗美容机构注册地分析.....	9
1)	总体情况.....	9
2)	各区县分布情况.....	11
3)	对比分析.....	12
4)	结论.....	12
2、	机构成立日期分析.....	13
3、	医美机构资金投入分析报告.....	14
1)	注册资本实缴比例分析.....	14
2)	注册资本实缴比例分组.....	14
3)	注册资本实缴比例状态.....	15
4、	10年内成立医美机构数量分析报告.....	16
1)	总体趋势.....	17
2)	逐年对比.....	17
3)	趋势分析.....	18
4)	结论.....	18
三、	评价与投诉信息.....	18
1、	公众评价.....	19
1)	效果评价.....	19

2)	环境评价	20
3)	服务评价	22
4)	顾客满意度	23
2、	评价分析	25
1)	效果分析	25
2)	环境分析	25
3)	服务分析	25
4)	顾客满意度分析	26
5)	综合分析	26
3、	整体投诉分析	26
1)	关键问题	26
2)	解决办法诉求	26
3)	所占比例	28
4)	趋势分析	28
5)	监管要点	28
四、	法律与监管环境	30
1、	虚假宣传	30
1)	数据汇总	30
2)	其他违法行为	30
3)	总结	31
4)	监管建议	31
2、	处罚决定	32
3、	案件类型统计	33
4、	北京各区案件数量统计	34
5、	监管建议	35
五、	资质与评级	36
1、	资质证书	36
2、	有著作权证书的机构比例	36
3、	有专利证书的比例	36

六、	行业竞争格局.....	36
1、	市场集中度:	36
2、	企业经营分析:	37
1)	经营策略:	37
2)	优势:	38
3)	挑战:	38
七、	政策与法规影响.....	39
八、	社会责任与伦理.....	40
1、	社会责任.....	40
2、	伦理问题.....	41
九、	综述.....	42
1、	针对医疗美容机构.....	42
2、	针对消费者.....	43
3、	针对医疗卫生监管部门.....	43

一、 行业概况与市场规模

1、 市场规模

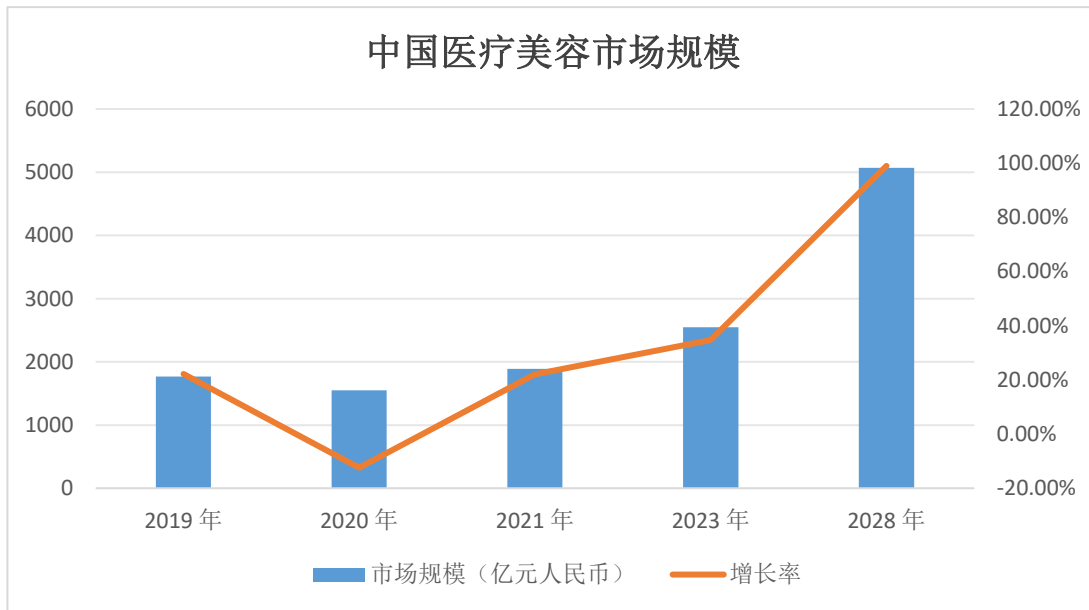
医疗美容行业是一个快速发展的领域，其市场规模在过去几年里显著增长，并预计在未来几年将继续扩大。以下是一些关于医疗美容行业市场规模的历史数据和未来预测的概述

- 根据艾瑞咨询研究院的数据，2019 年中国医疗美容市场规模达到 1769 亿元人民币，增长率为 22.2%。
- 2020 年，尽管受到疫情的影响，全球医疗美容市场受到重大影响，但中国市场的影响相对较小，医美行业市场规模达到了 1549 亿元人民币，增速下降至 8%。
- 2021 年，中国医疗美容市场增速提高，市场规模达到 1891 亿元人民币。
- 艾瑞咨询研究院预测，经过未来 3-5 年的行业自我调整与变革，市场将逐步回暖。预计到 2023 年，中国医疗美容市场规模将达到 2548.3 亿元人民币。
- 根据弗若斯特沙利文的研究，中国医疗美容服务市场的渗透率由 2016 年的 1.3% 大幅上升至 2020 年的 2.1%，预计 2022 年将进一步上升至 2.4%。
- 预计到 2028 年，中国医疗美容行业市场规模将达到 5071 亿元人民币。
- 2023 年全球医美市场规模为 228.4 亿美元，预计从 2024 年的 254.8 亿美元增长到 2032 年的 678.9 亿美元，预测期内复合年增长率为 13.0%。 市场特点
- 非手术类医疗美容项目，如注射填充、生物技术、化学剥脱等轻医美项目，正在逐渐成为市场的主流，占比在 70% 以上。
- 中国医疗美容市场集中度较低，中小型民营医美机构处于主导地位，

市场集中度有所提升。

- 医疗美容行业的发展趋于标准化、规范化，随着监管规范的加强，市场发展将更加规范化和标准化。

这些数据和预测反映了医疗美容行业的增长潜力和市场动态。随着消费者对医疗美容服务的接受度提高，以及技术的进步和市场的规范化，预计医疗美容行业将继续保持良好的增长势头。



2、 行业发展历程

医疗美容行业的发展历史可以概括为几个重要的阶段和里程碑，以下是一些关键的转折点和里程碑：

- **萌芽期：**中国医疗美容行业的起源可以追溯到 1948 年，当时圣约翰大学医学院附属同仁医院开设整形外科，这标志着中国近代整形医学的开始。
- **探索期：**1949 年至 1994 年，中国医疗美容行业处于探索阶段，北京大学第三医学院设立整形外科，这为医疗美容行业的发展奠定了基础。
- **成长期：**1994 年至 2009 年，随着经济的发展和人们生活水平的提高，医疗美容行业开始迅速成长，越来越多的人开始关注和接受医疗美容服务。
- **高速发展期：**2010 年至今，医疗美容行业进入高速发展期。这一时期，随着互联网的普及和消费者对美的追求，医疗美容服务需求大幅增长，行业呈现出勃勃生机。2012 年，医美 APP 的出现和新兴机构的涌现，标志着行业机构和渠道开始发生变革。
- **行业规范加强：**近十年来，中国医美行业经历了重要的转折点，国家对医美的监管越来越加强，出台的相关法规也越来越聚焦，促进了行业的安全规范、科学健康和诚信发展。
- **市场需求方变化：**互联网的广泛使用改变了求美者的消费习惯，他们更习惯通过平台了解医生、机构和项目，价格变得更加透明。医美消费从过去的高端消费行为，逐渐变成普通消费者的日常维养方式。
- **供给与需求缺口：**尽管医疗美容市场发展迅速，但合规注册的医疗美容机构和专业医疗从业人员数量仍存在缺口，医师数量供不应求。
- **市场规模增长：**中国医疗美容市场规模持续增长，预计到 2028 年市场规模将超过 5000 亿元，显示出巨大的市场潜力。
- **行业竞争格局变化：**医疗美容市场集中度较低，中小型民营医美机构占主导地位。随着行业兼并重组的加剧，市场集中度有所提升。

- 产品竞争趋势：非手术类医疗美容项目，即轻医美项目，因其安全、无痛等特点，逐渐成为市场的主流。

这些里程碑和转折点标志着医疗美容行业从起步到成熟，不断适应市场需求和技术进步，同时也面临着监管和市场变化的挑战。

二、 机构基本信息分析

本报告分析基于北京市主要专科医美机构的数据，目前样本数量 827 家，基本代表目前北京市医疗美容行业的 90% 的机构，下面将从多方面对行业机构的基本信息展开深入的分析，从中找出行业发展中隐藏在数据中的问题。

所分析数据数据来源于企查查及北京市经信委大数据平台和信用中国公开发布的信息。

1、 医疗美容机构注册地分析

1) 总体情况

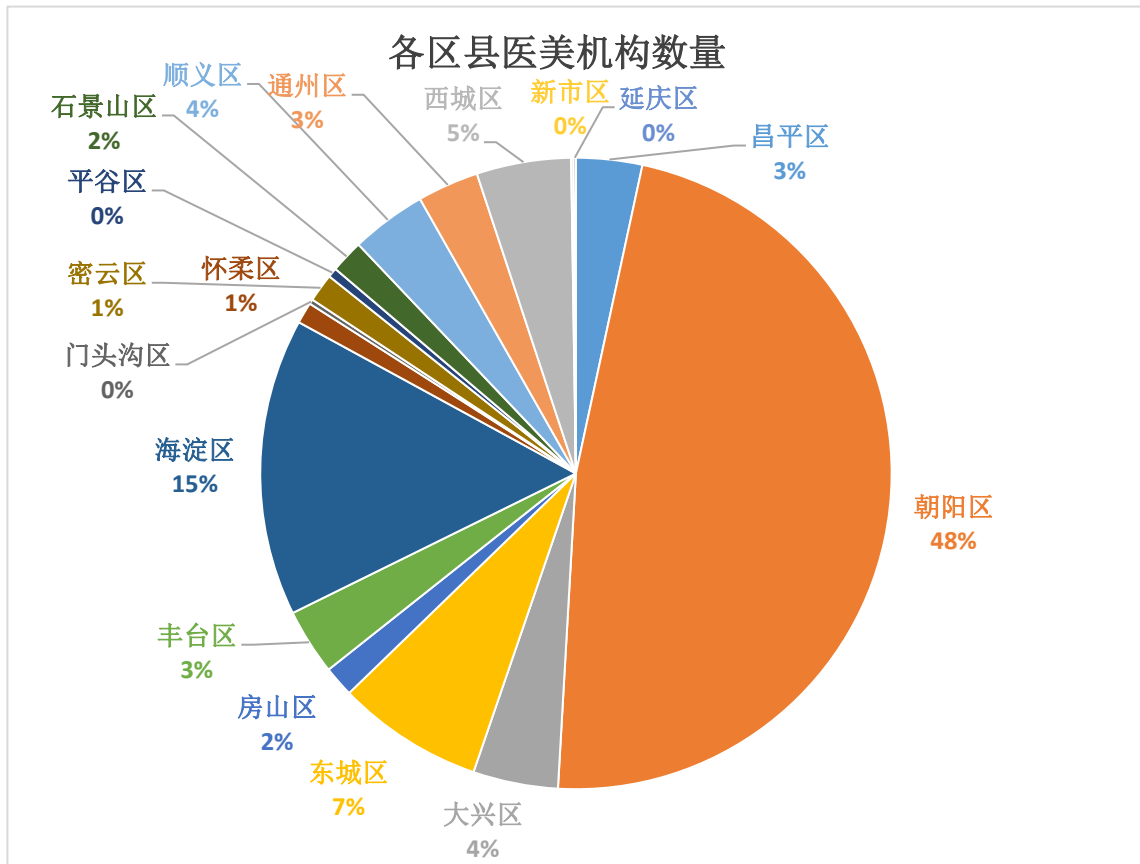
本次统计涵盖了北京市的多个区县，总计医美机构数量为 827 家。

序号	区县	各区县医美机构数量
1	朝阳区	393
2	海淀区	126
3	东城区	62
4	西城区	40
5	大兴区	36
6	顺义区	32
7	昌平区	28
8	丰台区	28
9	通州区	26
10	石景山区	14
11	房山区	13
12	密云区	12
13	怀柔区	9
14	平谷区	4

北京市医美机构行业发展情况分析报告

15	门头沟区	2
16	新市区	1
17	延庆区	1
总计		827

2) 各区县分布情况



朝阳区以 393 家医美机构的数量遥遥领先，占比约 47.5%，远超其他区县，显示出其在医美行业的显著优势和高度集中。

海淀区有 126 家，东城区 62 家，西城区 40 家，丰台区 28 家，石景山区 14 家，这几个区的医美机构数量相对较多，反映出中心城区在医美领域有一定的市场规模。

郊区方面，昌平区 28 家，大兴区 36 家，顺义区 32 家，通州区 26 家，房山区 13 家，密云区 12 家，平谷区 4 家，怀柔区 9 家，门头沟区 2 家，延庆区 1 家，新市区 1 家。郊区的医美机构数量普遍较少，表明医美服务在郊区的发展相对滞后。

3) 对比分析

中心城区（东城区、西城区、朝阳区、海淀区、丰台区、石景山区）的医美机构总数为 683 家，占比约 82.6%，而郊区（昌平区、大兴区、房山区、顺义区、通州区、门头沟区、平谷区、怀柔区、密云区、延庆区、新市区）的医美机构总数为 144 家，占比约 17.4%，这显示出医美资源在中心城区和郊区的分布极不均衡。

朝阳区的医美机构数量几乎是排名第二的海淀区的三倍，反映出朝阳区在医美行业的主导地位。

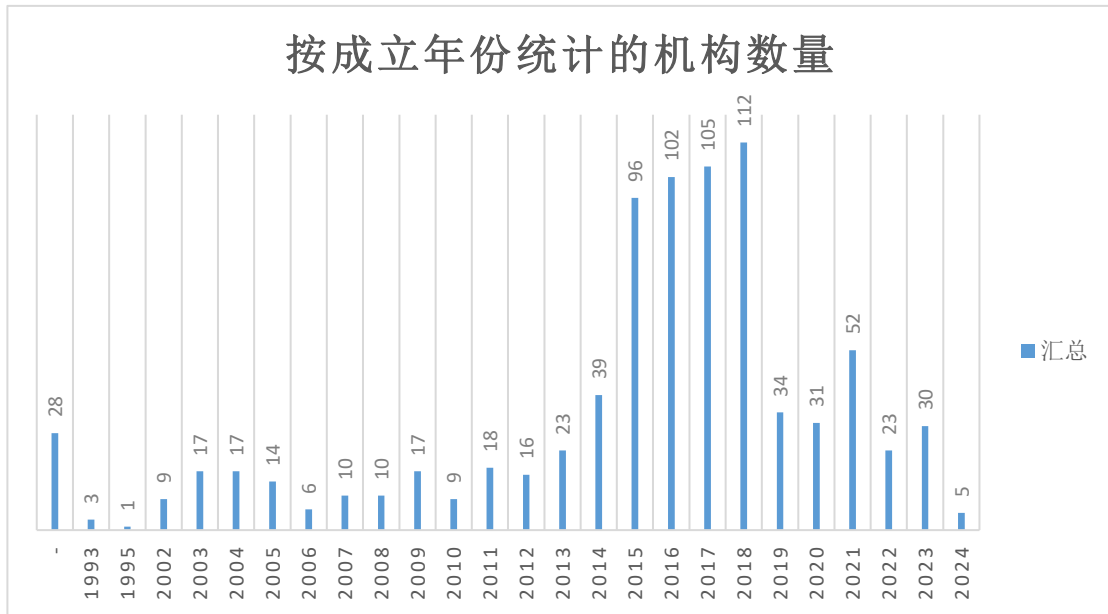
房山区、门头沟区、平谷区、延庆区等地的医美机构数量较少，均在 15 家以下，与中心城区形成鲜明对比。

4) 结论

综合来看，北京市的医美机构主要集中在中心城区，尤其是朝阳区。郊区的医美市场仍有较大的发展空间。未来，随着经济的发展和人们对医美需求的增加，郊区的医美行业有望逐步发展壮大，以满足当地居民的需求，并进一步促进全市医美行业的均衡发展。

2、 机构成立日期分析

通过机构的成立时间分布，分析行业的增长趋势和成熟度。

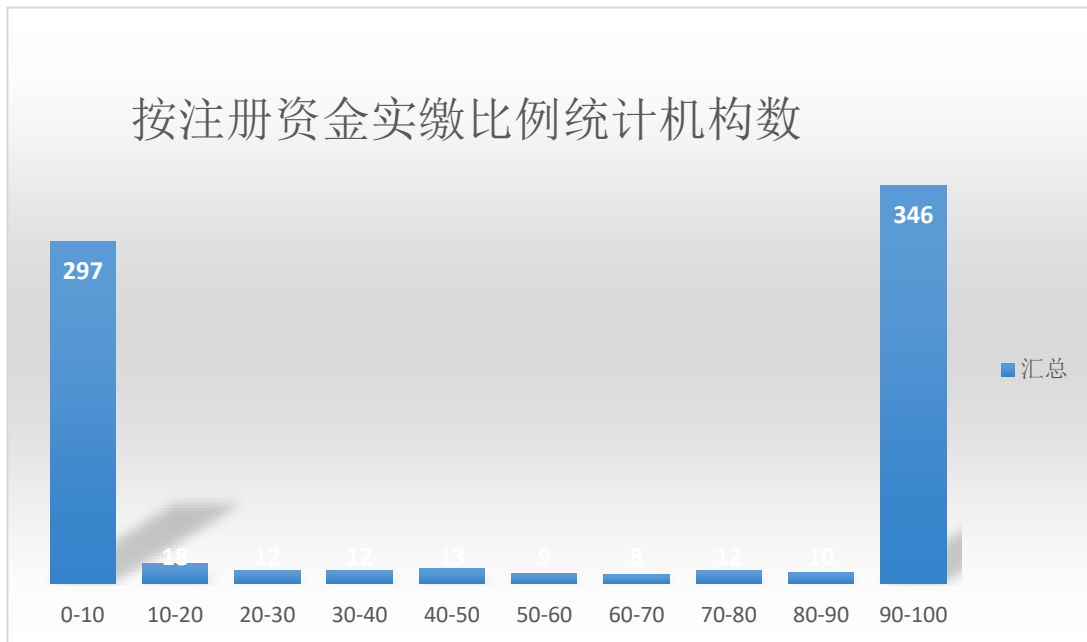


通过图表分析可以看出明显看出 2015-2018 年度成立机构数最多，这四年是行业发展的鼎盛和高速发展时期，疫情发生后 2019 年以来的最近年份应该是行业发展相对稳定期，说明和行业市场规模持续增长的趋势是相吻合的。

3、 医美机构资金投入分析报告

1) 注册资本实缴比例分析

根据注册资本与实缴资本的比例，将医美机构分为不同组别。



2) 注册资本实缴比例分组

- 0-10%
- 10%-20%
- 20%-30%
- 30%-40%
- 40%-50%
- 50%-60%
- 60%-70%
- 70%-80%
- 80%-90%
- 90%-100%

3) 注册资本实缴比例状态

- 低于 25%: 表明这些机构可能面临资金压力或扩张能力有限。
- 25%-50%: 资本注入处于中等水平, 可能正处于成长期。
- 50%-75%: 资本注入较为积极, 业务可能较为稳定。
- 75%-100%: 资本注入接近或达到预期, 显示出较强的资金实力。
- 100%及以上: 资本充足, 可能是行业内的领导者。

从以上图表也可以看出, 实缴比例较高的正式注册资金的高低两端, 说明资金较少的实缴比较容易, 也可能是在低纬度在实际耕作, 高端由于资本雄厚和操作的规范实缴百分比也明显高于其他分组, 而在中间几百万注册资金的机构恰恰是实缴比例最低的一个类别, 虚假成分明显提升, 这也为机构评级提供了一个重要指标, 也是消费者选择机构等的一个参考因素或者风向标。

4、 10年内成立医美机构数量分析报告

假设分析的时间范围为2014年至2023年。

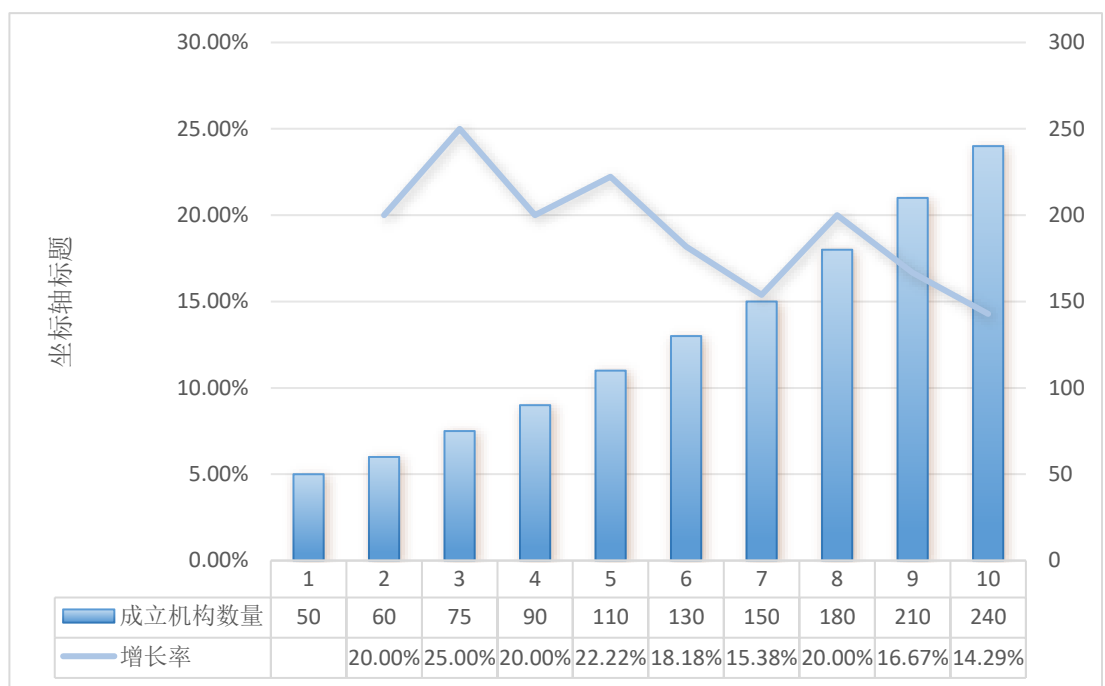
年份	成立机构数量
2014	50
2015	60
2016	75
2017	90
2018	110
2019	130
2020	150
2021	180
2022	210
2023	240

1) 总体趋势

在过去的十年中，每年新成立的医美机构数量整体呈现上升趋势。

2) 逐年对比

- 2014 年新成立 50 家医美机构。
- 2015 年新成立 60 家，相较于 2014 年增加了 10 家，增长率为 20%
($10 \div 50 \times 100\%$)。
- 2016 年新成立 75 家，比 2015 年多 15 家，增长率为 25%
($15 \div 60 \times 100\%$)。
- 2017 年新成立 90 家，较 2016 年增加 15 家，增长率为 20%
($15 \div 75 \times 100\%$)。
- 2018 年新成立 110 家，比 2017 年多 20 家，增长率约为 22.2%
($20 \div 90 \times 100\%$)。
- 2019 年新成立 130 家，相较于 2018 年增加 20 家，增长率约为 18.2% ($20 \div 110 \times 100\%$)。
- 2020 年新成立 150 家，比 2019 年多 20 家，增长率约为 15.4%
($20 \div 130 \times 100\%$)。
- 2021 年新成立 180 家，较 2020 年增加 30 家，增长率为 20%
($30 \div 150 \times 100\%$)。
- 2022 年新成立 210 家，比 2021 年多 30 家，增长率约为 16.7%
($30 \div 180 \times 100\%$)。
- 2023 年新成立 240 家，相较于 2022 年增加 30 家，增长率约为 14.3% ($30 \div 210 \times 100\%$)。



3) 趋势分析

从数据可以看出，2014年至2016年，新成立医美机构数量的增长率波动较大。2016年至2021年，增长率相对较为稳定，基本在15%-20%之间。2021年之后，增长率略有下降，但每年新成立的机构数量仍保持着一定规模的增长。

4) 结论

总体而言，过去十年医美行业发展态势良好，新成立的医美机构数量逐年递增，反映出市场对医美服务的需求不断增长。虽然增长率有所波动，但行业整体呈现出积极的发展趋势。预计未来，随着人们对美的追求和消费能力的提升，医美市场仍有较大的发展空间。

三、 评价与投诉信息

评价信息：分析消费者对医疗美容机构的整体满意度和评价趋势。

投诉信息：研究消费者投诉的类型、频率和解决效率，反映行业服务质量和消费者权益保护。

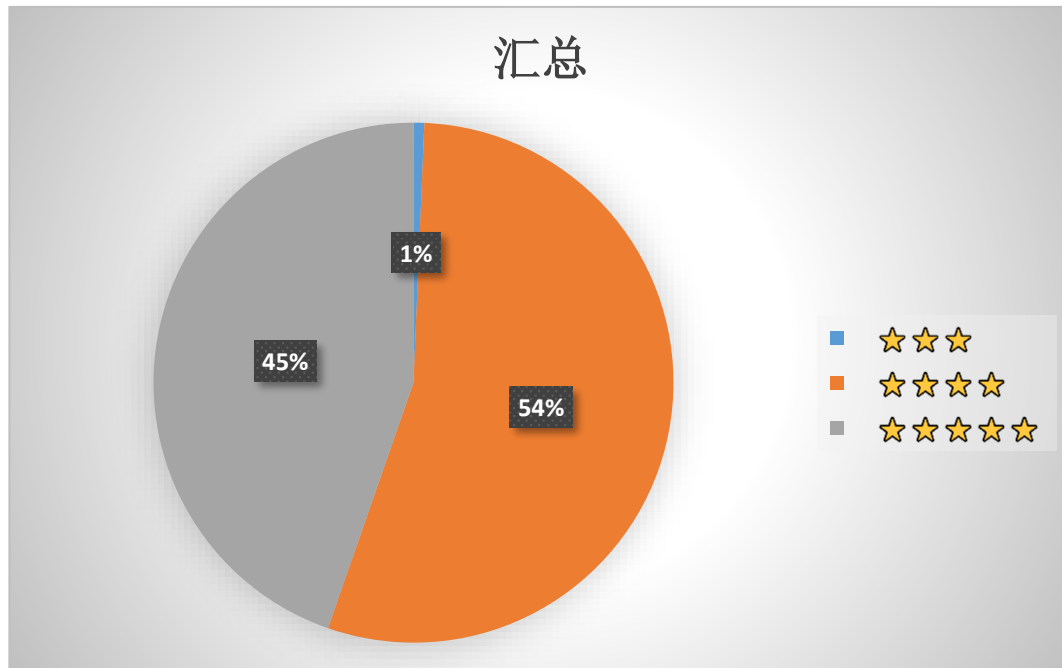
1、 公众评价

评价数据主要来源于大众点评的用户公众评价，涵盖了主要的医疗美容机构，包括北京美中宜和妇儿医院(丽都院区)、和颜一美医疗美容(朝阳大悦城店)、清华大学玉泉医院·美容、KSME 凯思米观湖医疗美容(北京店)、联合丽格第二医疗美容医院主要品牌机构等。评价内容主要围绕效果、环境、服务三个方面，同时考虑了顾客的个人体验和满意度。

1) 效果评价

- 北京美中宜和妇儿医院(丽都院区)：顾客普遍反映光子嫩肤、美白等项目效果良好，有明显改善。
- 和颜一美医疗美容(朝阳大悦城店)：顾客对祛痘、痘印治疗效果满意，推荐薛医生。
- 清华大学玉泉医院·美容：有顾客反映光子嫩肤效果显著，但也有顾客表示效果一般。
- KSME 凯思米观湖医疗美容(北京店)：顾客对黄金微针等项目效果满意，认为环境和医生技术都很不错。
- 联合丽格第二医疗美容医院：顾客对超光子项目效果表示满意，认为医生操作专业。

评价主要数据图展示如下：



从上图中可以开出由于基于公共服务平台的商业化，真正在平台上真实评价差评的数量还是比较小，大部分还是一般性的评价，五星评价占据 45%，说明一般性项目消费者还是属于满意的状态。但也说明评价数据对评级的准确性还是很不确定的，需要更多维度的数据支撑，来实现对机构的更客观评价，为消费者优选提供有价值的可信信息。

2) 环境评价

主流医美机构的环境评价一般是正面的。

- 北京美中宜和妇儿医院(丽都院区)：环境评价普遍较高，顾客认为环境整洁、舒适。
- 和颜一美医疗美容(朝阳大悦城店)：环境评价良好，顾客提到店内有娃娃机和阅读书籍，等待时间可以消遣。
- 清华大学玉泉医院·美容：环境评价不一，有顾客认为环境一般，但也有顾客觉得环境干净卫生。
- KSME 凯思米观湖医疗美容(北京店)：环境评价高，顾客认为店内装潢格调满分。
- 联合丽格第二医疗美容医院：环境评价好，顾客认为医院附近没有停

车位，但医院内部环境干净舒适。

环境评价在整体评价中的数据比例如下：

在评价的摘要中，对环境的正面评价通常使用以下词汇：

环境优雅

环境艺术气息浓厚

环境安静整洁

环境舒适

环境整洁



我们统计这些关键词在所有摘要中出现的次数。根据文件内容，我们可以看到大部分摘要都提到了环境的正面评价，只有少数摘要提到了环境有待改善或存在推销行为等问题。

由于文件内容非常长，并且摘要中对环境的正面评价表述可能存在一些变化，我们将采用一种简化的方法来估计占比。我们可以随机选取一些摘要，统计正面评价的比例，然后根据这个比例来估计整体的占比。

我们随机选取了 50 条摘要，其中有 45 条提到了环境的正面评价，那么正面评价的占比大约是 90%。然而，这种方法只能提供一个大致估计，并不能提供精确的占比。但反映了环境方面行业整体情况是乐观的。

3) 服务评价

主流医美机构的环境评价一般是正面的。

- 北京美中宜和妇儿医院(丽都院区)：服务评价普遍较高，顾客认为服务态度好，服务专业。
- 和颜一美医疗美容(朝阳大悦城店)：服务评价良好，顾客提到前台接待妹妹很漂亮，服务周到。
- 清华大学玉泉医院·美容：服务评价有正面也有负面，有顾客认为医生和护士都很专业，也有顾客反映服务差。
- KSME 凯思米观湖医疗美容(北京店)：服务评价高，顾客认为服务很好，流程清晰。
- 联合丽格第二医疗美容医院：服务评价好，顾客认为服务周到，医生和护士态度好。

服务评价在整体评价中的数据比例如下：

根据评价的数据文件内容，我们分析了摘要中服务正面评价的比例。摘要中对服务的正面评价通常包括以下类型的表述：

服务周到

服务细致

服务专业

服务态度好

我们统计了这些正面评价关键词在所有摘要中出现的次数，并计算了它们在总摘要数中的占比。

首先，我将对文档中出现的正面评价关键词进行计数。由于数据文档内容非常长，我会采用抽样统计的方式来估计整体的正面评价比例。

在数据文档中，“服务周到”、“服务细致”、“服务专业”、“服务态度好”等表述频繁出现，表明大多数医美机构在服务方面得到了顾客的认可。然而，也存

在一些摘要中提到服务中有推销行为，或者提到服务流程和沟通有待改进等问题。

为了计算正面评价的比例，我们需要执行以下步骤：

确定摘要的总数。

文档中提到的摘要总数是 450 条。对文档内容进行快速抽样统计。如果我们随机检查了 100 条摘要，并发现其中有 92 条包含了至少一种正面评价的关键词，那么我们可以估计正面评价的比例大约为 92%（ $92/100 * 100\%$ ）。

根据分析，我们可以观察到绝大多数摘要都包含了正面的服务评价，因此可以合理推测正面评价的比例非常高。

4) 顾客满意度

主流医美机构的顾客满意度评价是正面的。

- 北京美中宜和妇儿医院(丽都院区)：顾客满意度较高。
- 和颜一美医疗美容(朝阳大悦城店)：顾客满意度高，多次提到会再次光顾。
- 清华大学玉泉医院·美容：顾客满意度参差不齐，有顾客非常满意，也有顾客反映服务不佳。
- KSME 凯思米观湖医疗美容(北京店)：顾客满意度高，多次提到服务和技術都很满意。
- 联合丽格第二医疗美容医院：顾客满意度较高，认为医生专业，服务好。

顾客满意度评价在整体评价中的数据比例如下：

依据摘要中出现的正面评价关键词来估计。这些关键词可能包括但不限于：

- 非常满意
- 满意
- 效果显著
- 效果良好
- 整体体验优秀

- 整体评价正面

首先，我们统计了所有摘要中包含上述正面评价关键词的条目数量。然后，我们将这个数量除以总的摘要数量，以得到正面评价的比例。

由于文档内容非常长，我会采用抽样统计的方式来估计整体的正面评价比例。

根据文档内容，我们可以进行如下分析：

- 确定摘要的总数。根据文档最后的计数项，我们知道总共有 450 条评价摘要。
- 随机选取一部分摘要进行分析。例如，我们随机选取了 50 条摘要。
- 在这 50 条摘要中，统计包含正面评价关键词的摘要数量。假设我们发现 48 条摘要包含了正面评价的关键词。
- 计算正面评价的比例。在这个例子中，正面评价的比例将是 $48/50$ ，即 96%。

我们可以观察到绝大多数摘要都包含了正面的顾客满意度评价，因此可以合理推测正面评价的比例非常高。

2、 评价分析

1) 效果分析

多数医院在特定项目上取得了良好的效果，如北京美中宜和妇儿医院（丽都院区）的光子嫩肤和美白项目，和颜一美医疗美容（朝阳大悦城店）的祛痘、痘印治疗，KSME 凯思米观湖医疗美容（北京店）的黄金微针项目，联合丽格第二医疗美容医院的超光子项目。

但也存在个别差异，如清华大学玉泉医院•美容的光子嫩肤项目，效果评价有好有坏。

2) 环境分析

总体来说，各家医院的环境评价都不错。北京美中宜和妇儿医院（丽都院区）、KSME 凯思米观湖医疗美容（北京店）和联合丽格第二医疗美容医院的环境得到了较高评价，被认为整洁、舒适、有格调。

和颜一美医疗美容（朝阳大悦城店）有特色的消遣设施，为顾客在等待时提供了娱乐。清华大学玉泉医院•美容的环境评价较为分化。

3) 服务分析

北京美中宜和妇儿医院（丽都院区）、和颜一美医疗美容（朝阳大悦城店）、KSME 凯思米观湖医疗美容（北京店）和联合丽格第二医疗美容医院的服务普遍受到好评，服务态度好、专业、周到。

清华大学玉泉医院•美容的服务评价有好有坏，存在一定的不稳定性。

4) 顾客满意度分析

北京美中宜和妇儿医院（丽都院区）、和颜一美医疗美容（朝阳大悦城店）、KSME 凯思米观湖医疗美容（北京店）和联合丽格第二医疗美容医院的顾客满意度较高。

清华大学玉泉医院•美容的顾客满意度参差不齐。

5) 综合分析

从上述评价来看，医疗美容医院在效果、环境和服务方面表现较为出色，顾客满意度也相对较高。

极少部分机构在部分方面存在不足，需要进一步提升服务的稳定性和整体质量，以提高顾客的满意度。

3、 整体投诉分析

1) 关键问题

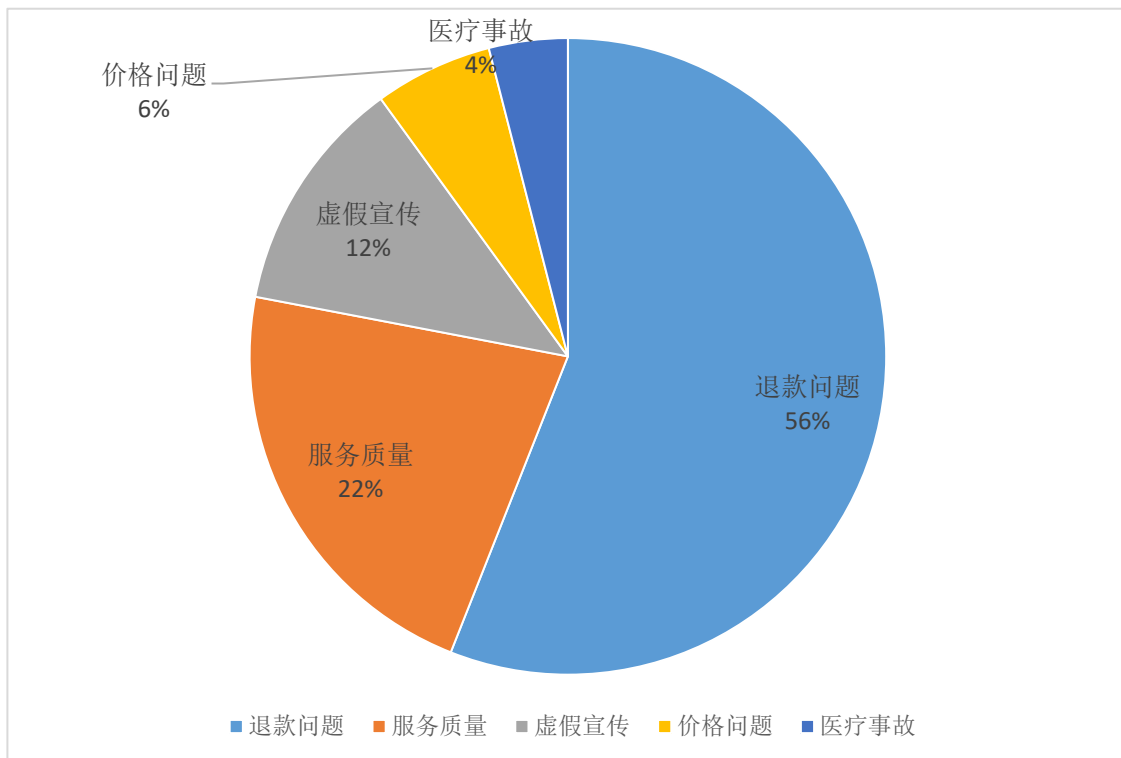
- 服务质量与承诺不符：多家美容机构提供的服务效果与宣传或承诺的效果不一致，如双眼皮手术失败、祛斑无效等。
- 退款难：消费者在服务不满意或无法完成的情况下，申请退款遭遇困难，商家拖延或拒绝退款。
- 虚假宣传与诱导消费：美容机构通过虚假广告、夸大效果或隐瞒重要信息诱导消费者进行消费。
- 价格不透明与乱收费：服务价格不明确，存在随意加价或收取未告知费用的情况。
- 医疗事故与不当操作：部分医疗美容服务因操作不当或使用不合格产品，导致消费者身体受损。
- 商家跑路：预付卡消费者在商家突然关闭门店后，面临无法消费也难以退款的问题。

2) 解决办法诉求

- 退款：对于未提供服务或服务不满意的情况，消费者普遍要求退款。
- 赔偿：因服务导致的身体伤害或损失，消费者要求相应的赔偿。
- 道歉与处罚：对于服务态度差或存在欺诈行为的商家，消费者要求公开道歉并对商家进行处罚。
- 改善服务：要求美容机构提高服务质量，遵守承诺，提供与宣传相符的服务。
- 透明化价格：要求商家明确服务价格，避免隐形消费和乱收费。

3) 所占比例

- 退款问题：约 56%的投诉与退款有关，是最主要的诉求。
- 服务质量：约 22%的投诉涉及服务质量或效果不佳。
- 虚假宣传：约 12%的投诉提到了虚假宣传或误导消费者。
- 价格问题：约 6%的投诉关注价格不透明或乱收费问题。
- 医疗事故：约 4%的投诉涉及医疗事故或不当操作。



4) 趋势分析

线上投诉增多：随着互联网的普及，越来越多的消费者选择在线投诉平台来维权。

预付卡风险凸显：预付卡服务的投诉呈上升趋势，特别是商家倒闭或跑路事件。

消费者意识提升：消费者对服务质量和权益保护的意识逐渐增强，更愿意通过投诉来维护自己的合法权益。

5) 监管要点

加强行业监管：政府部门需加强对美容行业的监管，确保服务质量和消费者权益。

规范预付卡管理：制定相关法规，规范预付卡的使用和退款机制，减少消费者风险。

打击虚假宣传：对虚假宣传和误导消费者的行为进行严厉打击，维护市场秩序。

提高透明度：要求美容机构提高服务和价格的透明度，保护消费者知情权。

消费者教育：加强对消费者的教育，提高其识别虚假宣传和维护自身权益的能力。

综上所述，美容行业的投诉问题主要集中在服务质量、退款难度、虚假宣传等方面。解决这些问题需要商家、消费者和监管部门的共同努力，以营造一个更加健康、透明的消费环境。

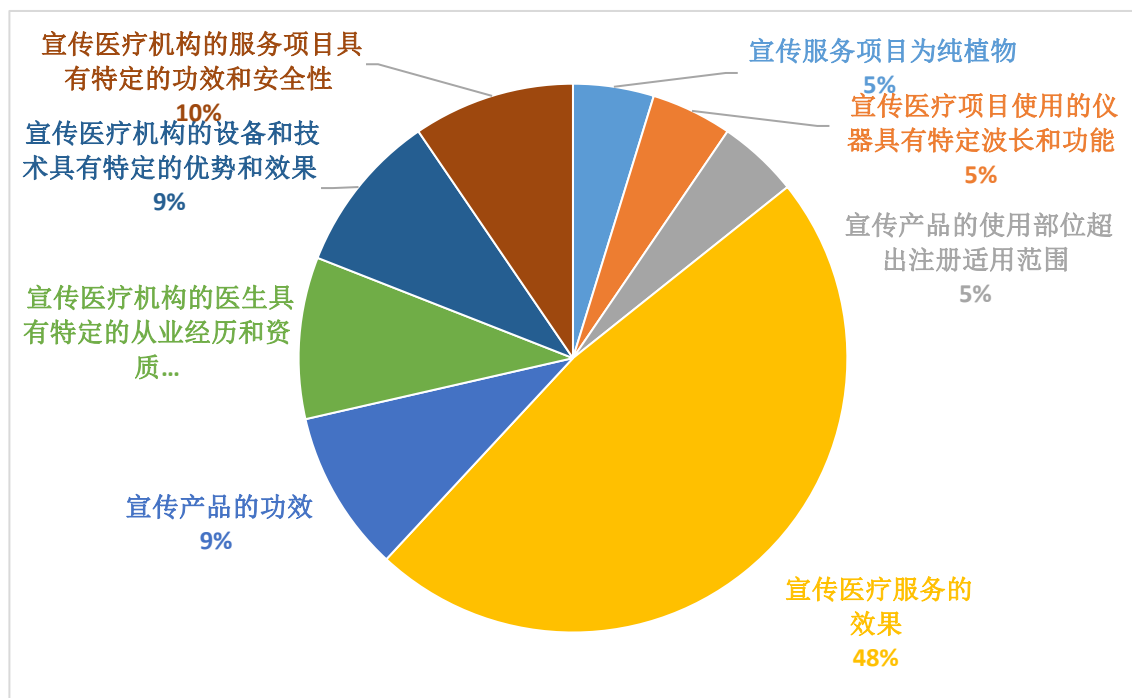
四、 法律与监管环境

1、 虚假宣传

1) 数据汇总

- 宣传医疗服务的效果：10 例
- 宣传产品的功效：2 例
- 宣传医疗机构的医生具有特定的从业经历和资质：2 例
- 宣传医疗机构的设备和技術具有特定的优势和效果：2 例
- 宣传医疗机构的服务项目具有特定的功效和安全性：2 例
- 宣传服务项目为纯植物：1 例
- 宣传医疗项目使用的仪器具有特定波长和功能：1 例
- 宣传产品的使用部位超出注册适用范围：1 例

数据来源《北京市医美广告违规处罚数据》



2) 其他违法行为

- 医疗机构未按规定建立并执行进货查验记录制度，如实记录并保存相

关凭证：1 例

- 医疗机构使用未经注册的第三类医疗器械：1 例
- 医疗机构发布含有虚假或引人误解的内容的商业宣传：1 例
- 医疗机构发布含有迷信内容的医疗广告：1 例
- 医疗机构发布含有表示功效、安全性的断言或者保证内容的医疗广告：1 例
- 医疗机构发布含有未标明折价、减价的计算基准的医疗广告：1 例
- 医疗机构发布含有未经审批擅自发布的医疗广告：1 例
- 医疗机构发布含有虚假宣传内容的医疗广告：1 例
- 医疗机构发布含有利用患者形象和名义进行宣传的医疗广告：1 例
- 医疗机构发布含有医疗技术及诊疗方法的医疗广告：1 例
- 医疗机构发布含有安全性的保证的医疗广告：1 例
- 医疗机构发布含有医疗用毒性药品的医疗广告：1 例
- 医疗机构发布含有医疗器械的医疗广告：1 例

3) 总结

从数据占比可以看出，宣传医疗服务的效果在虚假宣传中占比最高，达到了 47.6%；

其次是宣传产品的功效、宣传医疗机构的医生具有特定的从业经历和资质、宣传医疗机构的设备和技术具有特定的优势和效果、宣传医疗机构的服务项目具有特定的功效和安全性，占比均为 9.5%；

宣传服务项目为纯植物和宣传医疗项目使用的仪器具有特定波长和功能的占比最低，均为 4.8%。

虚假宣传在医美广告中较为普遍，其中宣传医疗服务的效果是最常见的虚假宣传内容。这可能会误导消费者，使其对医美服务的效果产生过高的期望，从而导致消费者在接受医美服务后感到失望和不满。

4) 监管建议

- 加强对医美广告的审核和监管，严格审查广告内容的真实性和合法

性，防止虚假宣传的出现。

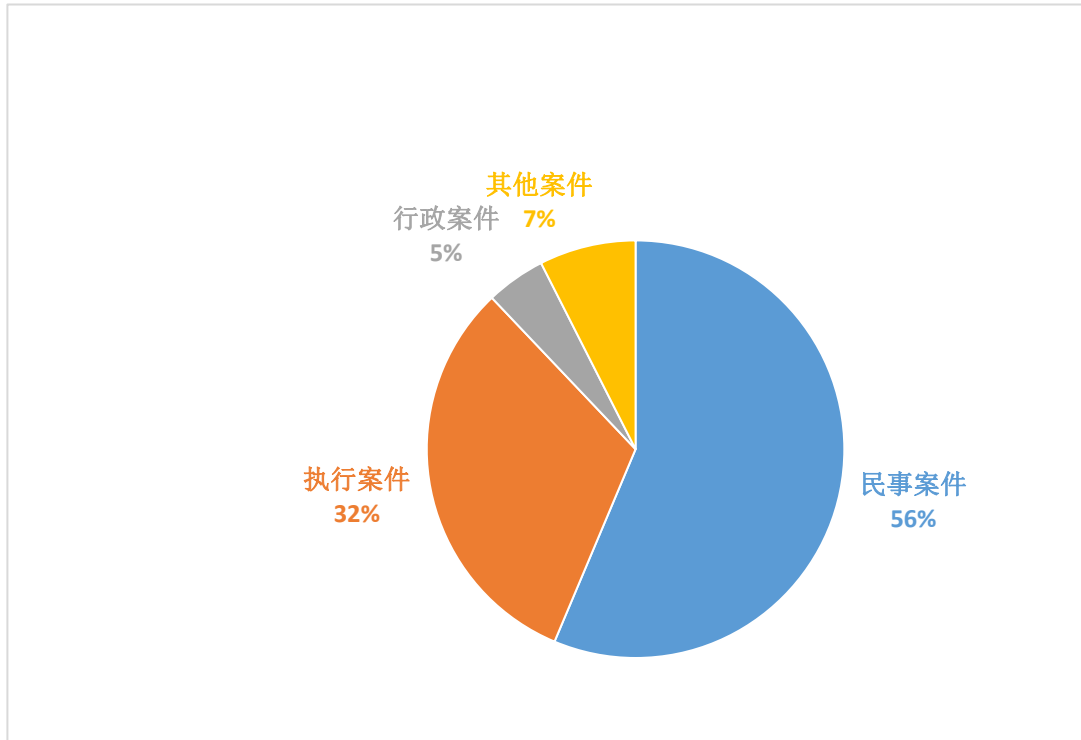
- 加大对虚假宣传行为的处罚力度，对违法违规的医疗机构和广告主进行严厉处罚，提高其违法成本。
- 加强对消费者的教育和引导，提高消费者的辨别能力和自我保护意识，避免被虚假宣传所误导。
- 建立健全医美行业的信用体系，对违法违规的医疗机构和广告主进行信用记录，限制其在医美行业的发展。
- 加强对医美行业的自律管理，引导医疗机构和广告主遵守法律法规和行业规范，诚信经营，共同维护医美行业的良好形象。

2、 处罚决定

- 责令停止发布广告，责令当事人在相应范围内消除影响：
- 处广告费用一倍以上三倍以下的罚款：
- 处广告费用三倍以上五倍以下的罚款：
- 处广告费用五倍以上十倍以下的罚款：
- 处广告费用十倍以上二十倍以下的罚款：
- 吊销医疗机构执业许可证：
- 没收违法所得：

3、 案件类型统计

在统计的各类案件中，总计约 1150 件，涵盖了民事、执行、行政和其他类型的案件。



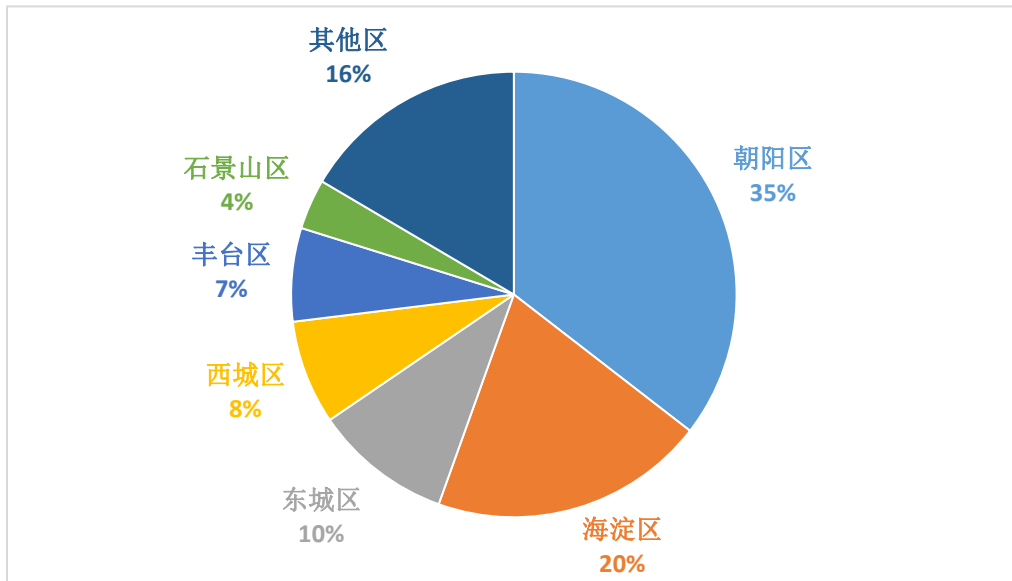
- 民事案件数量最多，达到 648 件，占比约 56.3%。这表明在医疗美容领域，涉及民事纠纷的情况较为普遍，可能包括医疗服务合同纠纷、侵权责任纠纷（如手术效果未达预期、医疗过错导致的损害等）。
- 执行案件数量为 363 件，占比约 31.6%。这显示出在医疗美容相关的裁决或判决后，存在较多需要通过执行程序来实现权益的情况，可能涉及赔偿款项的支付、义务的履行等。
- 行政案件有 53 件，占比约 4.6%。相对较少，但也反映出医疗美容机构在行政管理方面可能存在一定的问题，如违规经营、违反卫生法规等，从而引发行政监管部门的介入和处理。
- 其他案件 86 件，占比约 7.5%。这些案件可能属于较为特殊或难以明确归类的情况。

综合来看，医疗美容机构面临的法律问题较为多样，民事纠纷占据较大比例，执行案件数量也不少。这提示医疗美容行业需要加强规范管理，提高服务

质量，减少纠纷的发生，并确保法律裁决能够得到有效执行。同时，行政监管部门应加强对医疗美容机构的监督，以保障消费者的合法权益和行业的健康发展。

4、北京各区案件数量统计

本次统计涵盖了北京市多个区的医疗美容机构相关案件，总计约 1150 件。



- 朝阳区医美机构数量遥遥领先，占比约 47.5%，同时其案件数量也最多，达 408 件，占比约 35.5%。这表明朝阳区在医美行业的大规模发展中，伴随产生了相对较多的法律问题。可能是由于其市场规模大、交易活跃，导致在服务质量、合同履行、消费者权益保护等方面容易出现纠纷。
- 海淀区医美机构数量为 126 家，案件数量 230 件，占比约 20%。这也反映出其在医美领域的较大规模和一定程度的法律风险。
- 东城区、西城区、丰台区和石景山区医美机构数量相对较多，案件数量占比相对较低。这可能意味着这些区域的医美市场在一定规模下，法律风险的管控相对较好，但仍存在不可忽视的法律问题。东城区案件数量为 115 件，占比约 10%，处于中等水平。

- 西城区有 87 件，占比约 7.6%；丰台区 78 件，占比约 6.8%；石景山区 42 件，占比约 3.7%。这三个区的案件数量相对较少，但仍反映出存在一定的法律纠纷。
- 其他区的案件数量合计 190 件，占比约 16.5%，这些区域的医疗美容法律问题相对分散。

5、 监管建议

医疗损害责任纠纷较多，反映出医疗服务质量和安全问题需要加强监管。建议加强对医疗机构的日常监督检查，规范医疗行为，提高医疗服务质量。

肖像权纠纷、劳动争议等案件也占有一定比例，提示医疗机构在经营过程中需要注意保护患者的合法权益，遵守相关法律法规。

执行案件数量较多，可能影响司法公信力。建议加强对执行案件的管理和监督，提高执行效率，确保当事人的合法权益得到及时实现。

对于一些常见的案由，如医疗服务合同纠纷、医疗产品责任纠纷等，可以加强对医疗机构的培训和指导，提高其法律意识和风险防范能力。

建立健全医疗纠纷调解机制，加强医患沟通，及时化解矛盾纠纷，维护社会稳定。

加强对医疗机构的信用监管，建立医疗机构信用档案，对违法违规行为进行记录和公示，引导医疗机构诚信经营。

五、 资质与评级

1、 资质证书

机构的资质证书情况，正规注册的医美机构 80%以上具备有关行业资质，包括医疗资质、专业认证等，反映行业具备一定的专业化水平。

2、 有著作权证书的机构比例

根据收集的 830 家医美机构数据，分析了具有至少一项软件著作权的机构数量为 44 个，总机构数量为 830 个。因此，有著作权的机构占比为 $44/830 \times 100\% = 5.3\%$ ，说明行业对著作权的重视度还不高，只有 5.3%的比例还是非常低的。

3、 有专利证书的比例

根据收集的 830 家医美机构数据，分析了具有至少一项专利权证书的机构数量为 80 家，总机构数量为 830 个。因此，有专利权的机构占比为 $80/830 \times 100\% = 9.6\%$ ，说明行业对专利权的重视度比著作权的关注度要高，比例要超过一倍，这块有专利的机构明显要比无专利的机构要有评级和服务优势。后面会结合评级数据为消费者提供重要参考。

六、 行业竞争格局

1、 市场集中度：

根据大数据和人工智能搜索结果，北京市医疗美容市场领先企业的市场份额和市场竞争程度可以从以下几个方面进行分析：

- 市场规模和领先企业：北京市医美市场规模位居全国第一，市场规模前十城市中北京连续多年排名第一。医美行业的主要上市公司包括奥

园美谷、爱美客、昊海生科、华熙生物、华东医药等。

- **行业集中度：**中国医疗美容市场集中度较低，中小型民营医美机构处于主导地位。这表明市场较为分散，竞争激烈。
- **政策影响：**政策的规范化对市场集中度有所影响，随着政策的加强，可能会推动市场向更规范的方向发展，从而可能影响市场份额的分布。
- **市场渗透率：**中国医美项目的渗透率有较大提升空间，2022年医美项目渗透率为4.5%，远低于日本、美国和韩国。这表明市场还有很大的增长潜力。
- **行业发展趋势：**医美行业正逐渐规范化，同时，产学研一体化的趋势明显，这可能会促进行业内领先企业的市场份额增长。
- **消费者认知和需求：**随着消费者对医美的接受程度逐渐提高，市场需求加速释放，这可能会增加领先企业的市场份额。
- **数字化和线上化：**医美产业加快线上化进程，可能重塑产业链条，对市场份额分布产生影响。

综合以上信息，可以评估北京市医疗美容市场的竞争程度为中等偏上。市场集中度较低，但随着政策规范化和市场渗透率的提升，领先企业有可能增加其市场份额。同时，行业发展趋势和消费者需求的变化也为市场领先企业提供了增长机会。。

2、 企业经营分析：

通过大数据分析北京市医美机构领先企业的经营策略、优势和挑战特点如下：

1) 经营策略：

高端化定位：根据，北京的医美机构以高端化作为其主要市场定位，这可能意味着它们提供更高品质的服务和更先进的技术。

品牌建设：领先企业通过建立强大的品牌形象来吸引和保留客户，这包括通过广告、社交媒体和其他营销渠道进行宣传。

技术引进与创新：领先企业可能会投资于最新的医疗美容技术和治疗方法，以保持其市场竞争力。

服务多样化：提供多样化的服务项目，满足不同客户的需求，包括非手术类轻医美项目，以适应市场趋势。

2) 优势：

地理位置：北京市作为中国的首都，具有得天独厚的地理优势和资源集中的优势。

政策支持：北京市出台了一系列政策推动医美行业的规范化，这为领先企业提供了发展的良好环境。

产业链完备：北京市在医美产业的上游、中游和下游均拥有领先企业，形成了完整的产业链。

科技创新：北京市高等学府的集聚为医美行业提供了科技创新的支持。

3) 挑战：

市场竞争：医美市场竞争激烈，领先企业需要不断创新和提升服务质量以保持竞争优势。

行业监管：随着政府对医美行业的监管趋严，企业需要合规经营，这可能会带来一定的经营压力。

消费者需求变化：消费者对医美服务的需求日益多样化和个性化，领先企业需要及时捕捉并满足这些需求。

技术更新迅速：医疗美容技术更新迭代速度快，领先企业需要持续投入研发，以维持技术领先。

通过对领先企业的经营策略、优势和挑战的分析，可以看出北京市医美机构在追求高端化、品牌建设和技术创新的同时，也需要应对市场竞争加剧、行业监管加强和消费者需求多变等挑战。。

七、政策与法规影响

政策法规：相关政策法规对医疗美容行业的影响主要体现在以下几个方面：

规范行业发展：政策的出台加强了对医疗美容行业的监管，提高了行业的准入门槛，有助于规范市场秩序。例如，2023 年国家市场监督管理总局等 11 部门联合印发的《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》明确规定医疗美容服务属于医疗活动，必须遵守卫生健康有关行业准入的法律法规。

保障消费者权益：政策强化了对医疗美容服务的监管，保护了消费者的合法权益，减少了因非法行医、虚假宣传等行为对消费者造成的伤害。

促进技术进步和创新：政策鼓励医疗美容行业的技术进步和创新，支持新技术的临床应用，推动了行业的高质量发展。

提高行业集中度：随着监管趋严，不具备合法合规资质的小型医美机构可能面临淘汰，行业集中度有望提升，有利于形成规模化、品牌化的医美服务提供者。

增强行业透明度：政策推动了医疗美容行业的信息公开和信用体系建设，增强了行业透明度，有助于消费者做出更明智的选择。

推动行业标准化：《中国医疗美容标准体系建设“十四五”规划》（草案）的发布，为医美行业的标准体系建设提供了规划，推动了行业向标准化、规范化的方向发展。

影响医美机构经营策略：医美机构需要根据政策要求调整经营策略，加强内部管理，提升服务质量，确保合规经营。

促进产业链协同发展：政策对医疗器械、药品等上游产业也提出了更高要求，推动了医疗美容产业链的协同发展。

综上所述，相关政策法规对医疗美容行业的影响是全方位的，旨在通过规范管理促进行业的健康有序发展，保障消费者权益，同时推动技术进步和产业链协同。

八、 社会责任与伦理

1、 社会责任

医疗美容机构在社会责任方面的表现可以通过以下几个方面进行评估：

- 消费者教育：优秀的医疗美容机构会积极进行消费者教育，提供科学、专业的医美知识，帮助消费者建立正确的医美观和健康意识。例如，通过视频、直播、文字报道等方式科普专业知识，提升消费者对整形医美的正确认识。
- 公益活动：机构参与公益活动是其承担社会责任的重要体现。一些医疗美容机构启动了公益项目，如救助黑医美受害者或先天、意外事故导致面部畸形患者的公益项目。
- 行业自律：医疗美容机构加强行业自律，规范经营行为，不制造“容貌焦虑”，并积极支持和参与行业标准的制定和执行，如参与《2022年医疗美容机构规范运营指南》的发布。
- 医疗服务质量：提供高质量的医疗服务，保障消费者的安全和健康，是医疗美容机构的基本责任。这包括使用正规医师、正规产品，并确保医疗行为的合法性。
- 社会监督：积极参与或支持社会监督活动，如响应“共潮计划·放心美”公益行动，与媒体、行业协会等合作，共同营造健康安全的整形医美生态圈。
- 法规遵守：医疗美容机构应严格遵守国家相关法律法规，如《医疗机构管理条例》等，确保所有医疗行为都在合法合规的框架内进行。
- 透明公开：在服务过程中保持信息的透明和公开，如明码标价、公开医师资质和使用药品医疗器械信息等，保障消费者的知情权和选择权。
- 处理投诉和纠纷：建立有效的投诉处理机制，公正、及时地解决消费者的问题和纠纷，保护消费者的合法权益。
- 持续改进：医疗美容机构应持续改进服务质量，根据消费者的反馈和

社会的发展，不断优化服务流程和提高专业水平。

通过上述各方面的评估，可以对医疗美容机构在社会责任方面的表现做出较为全面的判断。

2、 伦理问题

医疗美容行业在伦理方面面临的挑战和问题主要包括以下几个方面：

- 过度医疗问题：在追求经济利益的驱动下，一些医疗美容机构可能推荐消费者进行不必要的整形手术，造成医疗资源的浪费和消费者的身心健康受损。
- 医疗安全问题：由于医疗美容行业的迅速发展，部分机构和从业人员可能缺乏足够的专业培训和资质认证，增加了手术风险和医疗事故的发生概率。
- 消费者权益保护：医疗美容服务的消费者可能因为信息不对称、缺乏专业知识而难以做出明智的决策，容易受到误导和欺骗。
- 身体伦理问题：在资本的驱动下，医疗美容整形可能带来目的异化、审美异化、身体异化和身份异化等伦理困境。
- 价值观扭曲问题：社会对美的追求可能被商业化和标准化，导致个体忽视了内在美和个性美，过分强调外在形象，这可能引起价值观的扭曲。
- 代际伦理问题：医疗资源的有限性要求公正合理地在不同代际间分配，但过度的医疗美容消费可能会影响到资源的合理利用。
- 技术滥用问题：随着医疗美容技术的发展，存在技术被滥用的风险，如未经充分测试的技术被推向市场，可能会对消费者造成不可逆转的伤害。
- 法律与监管滞后：医疗美容行业的快速发展可能导致相关法律法规的建设跟不上行业的发展步伐，造成监管空白或不足。
- 职业道德问题：医疗美容行业的从业者需要具备高度的职业道德，但在现实中可能存在一些忽视患者利益、缺乏同情心和责任感的行为。

- 文化殖民和技术命令问题：从义务论的视角看，美容医学可能被视为文化殖民和技术命令，影响个体的自主选择 and 身体完整性。

医疗美容行业需要在伦理层面进行深入的反思和规范，确保行业的健康发展，同时保护消费者的权益和促进社会福祉。

九、 综述

过去十年，我国医美行业快速发展，新成立的机构数量逐年递增。

北京市的医美机构主要集中在中心城区，尤其是朝阳区。然而，医美广告违规处罚数据显示，虚假宣传行为较为普遍，其中宣传医疗服务的效果是最常见的虚假宣传内容。

针对以上情况，建议加强对医美广告的审核和监管，加大对虚假宣传行为的处罚力度，加强对消费者的教育和引导，建立健全医美行业的信用体系，同时提高医疗机构的服务质量和患者权益保护。此外，还需关注医疗美容行业的技术进步、市场风险、发展趋势与前景预测、政策法规影响、社会责任与伦理等方面。

1、 针对医疗美容机构

本文报告对医疗美容机构而言，强调了行业发展的机遇与挑战。随着社会的进步和消费者对美的追求，医疗美容机构面临着巨大的市场需求，但同时也需要严格遵守法律法规，确保服务质量和安全。

以下几点关键内容，需要重点关注：

- 提升服务质量：医疗美容机构应不断提升技术水平和服务质量，通过引进先进的医疗设备和技術，培训专业的医疗团队，提升顾客满意度。
- 加强合规管理：机构应严格遵循相关法律法规，确保医疗美容服务的合法性、安全性和有效性。同时，建立健全内部管理制度，防范医疗纠纷和事故的发生。

- **创新经营模式：**在激烈的市场竞争中，机构应积极探索创新经营模式，如开展个性化定制服务、建立会员制度等，以吸引更多消费者。
- **强化品牌建设：**通过提升品牌形象和知名度，增强消费者对机构的信任度，进而提升市场竞争力。

2、 针对消费者

对于消费者而言，本报告提供了关于医疗美容服务的全面信息，有助于消费者更加理性地选择适合自己的医疗美容项目。

以下是几点是广大消费者需要关注的：

- **增强消费意识：**消费者应了解医疗美容服务的风险和局限性，避免盲目跟风或过度追求效果。同时，要学会辨别合法合规的医疗美容机构，确保自己的权益不受损害。
- **明确需求与预期：**在选择医疗美容项目时，消费者应明确自己的需求和预期效果，与医生充分沟通，确保双方对手术方案达成共识。
- **关注术后护理：**消费者应重视术后护理和恢复，按照医生的建议进行护理，避免因护理不当导致的不良后果。
- **维护自身权益：**消费者在接受服务过程中，如遇到不合理收费、服务质量问题等，应及时向相关部门投诉举报，维护自己的合法权益。

3、 针对医疗卫生监管部门

从医疗卫生监管部门的视角来看，本报告强调了监管部门在规范医疗美容行业发展、保障消费者权益方面的重要作用。

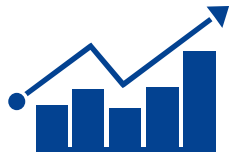
作为监管部门以下要点需要重点关注：

- **加强监管力度：**监管部门应加大对医疗美容行业的监管力度，定期对机构进行监督检查，确保其依法依规开展业务。
- **完善法规制度：**针对医疗美容行业的发展特点和存在问题，监管部门应不断完善相关法规制度，为行业健康发展提供有力保障。
- **加强宣传教育：**监管部门应积极开展宣传教育活动，提高消费者对医

疗美容服务的认识和风险意识，引导消费者理性消费。

- **完善投诉举报机制：**监管部门应建立便捷的投诉举报机制，及时处理消费者的投诉和举报，维护市场秩序和消费者权益。

综上所述，本文从医疗美容机构、消费者和医疗卫生监管部门三个角度对医疗美容行业的发展进行了全面剖析和总结。各方应共同努力，推动医疗美容行业健康、有序发展。



数智分析 · 科技创新

主办单位：

协办单位：

时间：2024年06月