

截至8月31日，国产玻尿酸“三巨头”华熙生物（688363.SH）、爱美客（300896.SZ）、昊海生科（688366.SH）齐齐公布半年报，整体看，不少企业净利润出现翻倍增长。不过，伴随着玻尿酸行业竞争日趋激烈，医美企业间的价格战已隐现。

价格战隐现

玻尿酸又名透明质酸，是存在于人体和动物组织中的一种天然直链多糖，人体内主要分布在眼玻璃体、关节、脐带、皮肤等部位，发挥重要生理功能，具有良好的保水性、润滑性、黏弹性、生物降解性及生物相容性等理化性能和生物活性，在医药（骨科、眼科、普外科、泌尿外科、胃肠科、耳鼻喉科、口腔科、整形外科、皮肤科等）、化妆品及功能性食品中应用十分广泛。

相比手术类医疗美容，非手术类由于安全性高、康复时间短、价格大众化等特点受到越来越多消费者的青睐，玻尿酸和肉毒毒素成为比较受欢迎的医疗美容项目之一，十多年来，相关的行业也进入高速发展期。

从2019年10月份起，昊海生科、华熙生物、爱美客相继齐聚A股资本市场上市，其中被称作是“女人中的茅台”的爱美客，其股价自上市以来累计涨幅实现翻倍。

半年报显示，今年上半年，昊海生科、华熙生物、爱美客这三家的营业收入增速均超过50%，分别达到71.63%、104.44%、161.87%，营业收入分别达到8.51亿元、19.37亿元、6.33亿元。与此同时，这三家企业归属于母公司股东的净利润增速皆呈现两位数增长，分别达到739.25%、35.01%、188.86%，归属于母公司股东的净利润分别达到2.31亿元、3.61亿元、4.25亿元。

在业绩高速增长下，各家企业皆处于高投入状态，这从此次半年报中可探一二。

如华熙生物半年报归属于母公司股东的净利润增速低于营业收入增速，这其中，主要是整体期间费用出现较快增长所致，今年上半年，公司销售费用就同比大增138.78%。

华熙生物表示，随着销售收入大幅增长，销售人员增加，同时销售人员的奖金增加，导致职工薪酬同比增加；公司大力开拓线上销售渠道，线上销售收入大幅增长的同时，线上推广费用大幅增加；公司持续进行整体形象及品牌建设投入，广告宣传费用亦增加。

与此同时，爱美客今年上半年的销售费用也同比大增161.05%。

为了抢夺更多的玻尿酸终端市场，有企业在打价格战。如昊海生科，今年上半年，

其整体毛利率为74.53%，与上年同期的77.21%相比有所收窄。对此，昊海生科解释称，公司适当下调了“海薇”玻尿酸产品的销售价格，以突出其“国民玻尿酸”的产品定位，导致报告期内毛利率下降。

在近日的一场论坛中，美业观察主编龚伟对第一财经记者等媒体表示：“十多年来，以玻尿酸、肉毒素为代表的注射类美容，引领医美行业发展，但目前玻尿酸行业面临的挑战是，除了极个别品牌可以守住价格外，多数品牌之间‘内卷’严重。”

再生医美能否成为下一个黄金赛道

根据研究机构 Frost & Sullivan的报告，2020年中国医疗美容类透明质酸终端产品的市场规模达到57.7亿元，2016-2020年复合增长率为24.0%，预计将以20.6%的复合增长率在2025年达到147.1 亿元。但面对目前竞争如此激烈的玻尿酸市场，有医美企业开始在备战下一个黄金赛道，如转战再生医美市场。

再生医美是通过注射等方法，刺激人体自身的组织再生，起到结构重塑和容积填充的作用，达到抗衰老目的。

今年被视作是中国再生医美市场开启的元年，相继有三款产品获批上市，分别是华东医药的“少女针” Ellansé伊妍仕、长春圣博玛的“童颜针”艾维岚以及爱美客的“童颜针”濡白天使。

进入八月份后，这些产品逐渐进入到商业化上市阶段，如8月29日，华东医药（000963.SZ）全资子公司Sinclair欣可丽美学宣布，其Ellansé伊妍仕正式在中国大陆市场开售。这三款再生医美产品尽管配方有所不同，但皆旨在通过刺激胶原蛋白新生，起到紧致、抗皱的医美效果。

中国医学科学院整形外科医院前院长祁佐良对第一财经记者表示，在非手术医美中，注射类美容属于有效治疗手段，也成为医美行业的主要发展方向，注射类美容历经几个发展时期，第一个时期注射的填充剂，主要以非降解材料为主，包括石蜡油、硅油等，对体会造成比较大的伤害；第二个发展时期注射的填充剂，追求的是安全性高且可易降解的材料，这方面以胶原蛋白、玻尿酸等材料为主，但缺点是维持时间比较短暂；当前注射美容行业正进入到第三个发展时期，追求的是能吸收且可以保证安全，又能维持更长时间的填充剂，再生医美产品是这方面的代表产品之一。

再生医美剑指更高端的医美市场，正在崛起的再生医美行业，能否继玻尿酸后成为医美行业下一个黄金赛道，受到市场关注。

相比其他注射美容，再生医美对医生的注射技术提出了更高要求。祁佐良表示，一款好的再生医美产品，除了产品安全性外，操作也要规范，需要企业开展规范化的培训教育，同时，再生生物材料刺激胶原蛋白新生的过程必然伴随炎症反应，什么程度的炎症反应是安全可控的，需要医生与企业去探索。

据第一财经记者了解，国家药监局目前也要求再生医美产品要开展上市后的随访研究，收集不良反应数据等。

华东医药方面对第一财经记者表示，安全性是Ellansé伊妍仕的优势之一，该产品此次在中国上市前，已于2009年在欧洲上市，在全球60多个国家和地区有12年安全使用历史。此次在中国上市后，计划首先在100家医院推广，明年将逐步扩大到300-500家医院，公司希望可以凭借Ellansé伊妍仕引领中国医美行业步入再生时代，并将通过在国内医美终端市场的发力，在国内大陆上市后得到快速的放量。