

昊海生科还在招股书中披露了玻尿酸产品的平均单价和成本，2018年，该公司一支成本为19.22元的玻尿酸产品，销售单价能达到285.35元，毛利率高达93.26%，堪比茅台。

当被问到价格为什么与出厂价相差这么大时，张静强调，“我们的医院是有资质的大型正规医院，保证正品，每天手术爆满，医生都是原三甲医院的医生。”

医美行业从业者晓雪对燃财经表示，她所在的机构，润百颜的进货价在500元左右，伊婉约1000元，乔雅登大概在3500元-4000元。“进口产品的价格较高，一方面是税费的原因，例如，乔雅登如果从韩国医院拿，只要800元。另一方面，确实是进口玻尿酸塑形效果、维持时间更好更长，致敏性成分也少一些。当然，一些高价产品也存在外界包装、炒作等带来的附加价值。”晓雪解释。

如此来算，润百颜的进货价按500元计算，最终售价按3800元计算，美容机构的毛利率达87%。晓雪表示，她所在的机构，进货价800元/支的玻尿酸，售价达3000元，毛利率达73%。

而翻看医美平台新氧和更美上的医美机构，标价499元、599元、666元、799元的润百颜、海薇、伊婉玻尿酸不在少数，有的标明了限购一支，从几千元到几万元的也有。

艾瑞咨询医美分析师高学贞分析，目前市场下游定价比较混乱，每家机构拿玻尿酸的定位不一样，没有一个所谓的平均水平，有些机构定价很高，利润自然也很高，还有一些用玻尿酸来引流，定价就低一点。

“定价低的机构目的是吸引顾客先到店，再去消费别的项目。这几年医美机构竞争激烈，只靠玻尿酸利润比较低。”高学贞说。

## 为什么各个环节如此暴利？

受益于“颜值经济”，玻尿酸这个朝阳行业，因为具备高毛利率、多应用场景等特点，其潜力正在被不断释放。中信证券研报预计，到2020年，中国透明质酸美容针

市场需求将增长至2000-3000万毫升，将成为一个1000亿元级别的市场。

在玻尿酸这门生意上，上游厂家能拿到70%以上的毛利率，下游医院和医美机构则要看具体的定价和对玻尿酸产品的定位。

为什么上游厂家能“旱涝保收”，拿到那么高的利润呢？

晓雪分析，其实玻尿酸生产的技术壁垒并不算高，但国家审核比较严格，通过国家药品监督管理局认证获批上市的注射用玻尿酸产品种类较少。

华熙生物在招股书中披露，公司的医药级透明质酸钠原料产品在国内取得了7项注册备案资质，在国际上取得了包括欧盟、美国、韩国、加拿大等在内的注册备案资质21项，并称其是国内唯一同时拥有发酵法生产玻璃酸钠原料药和药用辅料批准文号，并实现商业化生产的企业，同时是国内第一家申请透明质酸钠作为新资源食品并获批的企业。

“玻尿酸的主要利润被上游药厂拿走了，因为目前国内上游厂家较少，基本被几家垄断，其技术和准入壁垒是主要因素，整个市场又是上升期，上游厂商的市场空间很大，”高学贞告诉燃财经。

可见，玻尿酸企业主要靠的是早期技术研发带来的资质壁垒。

到了行业下游，不同类型的机构玻尿酸项目价格差异较大。晓雪告诉燃财经，乔雅登是国内市场上最贵的玻尿酸，美容机构能卖到9800元-12000元/支，国产的玻尿酸售价为几千元的居多，乔雅登能保持一年到一年半的时间，普通的玻尿酸可能只能保持6-8个月。

她表示，行业的潜规则是市场价6000元左右的玻尿酸，进货价大约为1000元。如此高的溢价，主要卖的是美容机构和医师的资质，以及提供的服务带来的附加值。