

爱美客也意识到自己的短板，急需找到新的 " 王牌 "。

据了解，此次获批的童颜针，属于再生材料类医美注射品，具有即刻填充和刺激自体胶原蛋白再生作用。这是继长春圣博玛的 " 聚乳酸面部填充剂 " 后，国内获批的第二款 " 童颜针 " 产品。

除了童颜针，爱美客还瞄上了肉毒素。但据东莞证券调研，爱美客肉毒素研发项目处于临床试验前期阶段，目前研发进度慢于大熊制药、精鼎医药和华熙生物。此外，爱美客近日表示斥资 8.86 亿收购韩国肉毒素公司 Huons Bio25.4% 的股权，目的就是为抢先一步占据医美细分领域的红利。

同时值得注意的是，虽然爱美客目前属于国产医美的龙头，但是如果有更多的医药企业进入医美这个赛道，爱美客的产品的领先能否始终保持？这要打一个问号。

" 她经济 " 如何催生新风口

" 颜值经济 " 时代，受社交压力及其他因素推动，消费者（尤其是女性群体）表现出了超越以往的容貌焦虑。随着医美技术的不断成熟，消费者对于更加偏向选择轻医美项目，追求无调整痕迹的自然感。从整个医美市场看，中国医美行业仍以注射类轻医美为主要形式，注射医美的消费占比达 57%，其中玻尿酸和肉毒素是消费者选择的主要产品。

从业务板块布局来看，上游国产生产商仅爱美客专注注射填充类医美产品，华熙生物和昊海生科则更追求业务多元化布局。具体到产品布局层面，昊海生科及爱美客将主要精力放在了注射填充产品，华熙生物则立足于 " 润百颜 " 积攒的品牌口碑优势，开拓水光针、动能素产品版图。总体来看，国内厂商打造差异化产品市场定位是共同趋势。