九州美谷科技股份有限公司

证券代码:000615 证券简称:*ST美谷 公告编号:2026-060

2025 年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□适用 √不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

□适用 √不适用

公司计划不派发现金红利,不送红股,不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□适用 √不适用

截至报告期末,母公司存在未弥补亏损

截至报告期末,公司母公司资产负债表中未分配利润为-2,295,734,332.85元,合并资产负债表中未分配利润为-2,191,857,425.50元,未弥补亏损金额较大,结合公司实际经营情况,存在亏损未弥补前无法实施现金分红的风险。敬请投资者关注该情形,并注意投资风险。

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	*ST美谷	股票代码	000615
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称(如有)	ST美谷		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	张健伟	刘佳雯	
办公地址	广东省广州市天河区黄埔大道西108号	湖北省武汉市汉阳区龙兴西街5号九州通总部大厦38楼	
传真	020-84506752	020-84506752	
电话	020-84506752	020-84506752	
电子信箱	investors@aoyuanbeauty.com	investors@aoyuanbeauty.com	

2、报告期主要业务或产品简介

3、主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□是 √否

单位:元

	2025年末	2024年末	本年末比上年末增减	2023年末
总资产	3,229,942,852.22	2,878,334,888.46	12.22%	3,303,142,396.81
归属于上市公司股东的净资产	1,858,541,601.39	-138,253,409.05	1,444.30%	142,317,842.27
	2025年	2024年	本年比上年增减	2023年
营业收入	975,672,658.71	1,094,575,504.05	-10.86%	1,364,338,295.70
归属于上市公司股东的净利润	-443,808,842.07	-349,723,833.45	-26.90%	-376,114,518.67
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-624,412,913.41	-297,726,477.82	-109.73%	-320,451,577.59
经营活动产生的现金流量净额	40,793,936.21	142,196,482.15	-71.31%	194,401,912.46
基本每股收益(元/股)	-0.58	-0.46	-26.09%	-0.49
稀释每股收益(元/股)	-0.58	-0.46	-26.09%	-0.49
加权平均净资产收益率	0.00%			-138.48%

(2)分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	237,720,630.92	244,724,014.23	239,385,531.87	253,842,481.69
归属于上市公司股东的净利润	-41,179,136.24	-42,206,077.50	-40,474,100.12	-319,949,528.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-37,264,656.58	-35,587,570.28	-35,033,038.70	-516,527,647.85
经营活动产生的现金流量净额	2,213,606.14	11,609,407.62	-3,558,724.40	30,529,646.85

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 √否

4、股本及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	34,193	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	32,587	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前10名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		
					股份状态	数量	
奥园美谷科技股份有限公司破产企业财产处置专用账户	境内非国有法人	54.44%	973,096,145	861,696,863	不适用	0	
深圳奥园科星投资有限公司	境内非国有法人	9.62%	171,998,610	0	质押	171,998,610	
深圳奥园科星投资有限公司	境内非国有法人	9.62%	171,998,610	0	冻结	171,998,610	
京汉控股集团有限公司	境内非国有法人	3.38%	60,504,314	0	冻结	60,504,314	
上海通怡投资管理有限公司－通怡梧桐22号私募证券投资基金	其他	0.96%	17,185,960	0	不适用	0	
北京合力万通信息咨询中心(有限合伙)	境内非国有法人	0.77%	13,674,654	0	不适用	0	
衣秀华	境内自然人	0.32%	5,632,000	0	不适用	0	
黄国新	境内自然人	0.21%	3,776,960	0	不适用	0	
王春林	境内自然人	0.19%	3,318,230	0	不适用	0	
周群凤	境内自然人	0.18%	3,217,480	0	不适用	0	
何智霞	境内自然人	0.15%	2,690,050	0	不适用	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明	(1)京汉控股集团有限公司和北京合力万通信息咨询中心(有限合伙)为一致行动人。(2)除(1)已列明的关系外,公司未知前10名其他股东之间是否存在关联关系或一致行动。						
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	不适用。						

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

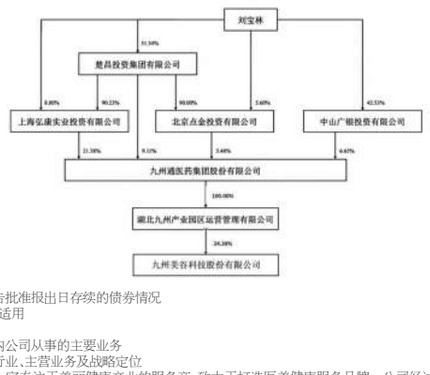
□适用 √不适用

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□适用 √不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 √不适用

三、重要事项

(一)报告期内公司从事的主要业务

1、公司所属行业、主营业务及战略定位

九州美谷是一家专注于美丽健康产业的服务商,致力于打造医美健康服务品牌。公司经过司法重整程序及控股权变更后,现已成为国内最大民营医药流通企业——九州通(SH.600998)的下属成员企业。

报告期内,九州美谷的主营业务涵盖医疗美容服务、生物基纤维及物流园业务,其中生物基纤维业务已于2026年1月底完成剥离。该剥离完成后,公司将进一步聚焦医疗美容服务核心业务,并向医美"产品+供应链+服务+运营"全链路方向发展。

未来,公司将利用九州通在医美供应链的资源,打造"合规品牌产品矩阵+中游医美服务布局+数字化全链路运营"的医美生态链,实现从单一医美服务商向医美全产业链的转型,力争成为医美行业合规生态体系建设的引领者。

2、公司重整情况及重整后业务战略规划情况

(1)重整进展情况

截至本报告期末,公司顺利完成重整相关工作并依法终结重整程序,这是公司化解债务危机、实现涅槃重生的重大里程碑。公司通过重整,化解了沉重的债务负担,优化了资产结构,剥离了不良资产,充实了运营资金,并从根本上为公司实现业务转型升级奠定了坚实的基础,也为公司"脱星摘帽"提供了基本条件。

2024年11月至2025年4月,公司债权人向襄阳中级人民法院(以下简称"襄阳中院")申请预重整,襄阳中院裁定启动预重整,并指定清算组为临时管理人,经过法定程序,确定了九州通下属全资子公司,即湖北九州产业园区运营管理有限公司(以下简称"九州产投")为产业投资人,并与相关方签署了投资协议。2025年11月14日,襄阳中院裁定受理重整,同日指定清算组为管理人,公司进入正式重整程序。2025年12月16日,襄阳中院裁定批准《重整计划》,公司进入重整执行阶段。2025年12月26日至29日,公司实施资本公积金转增股本方案(每10股转增13.4278股,转增股本总额为1,024,512,974股,总股本增至17.87492693亿股),九州产投作为产业投资人出资7.06亿元,认购435,930,312股,占公司总股本的24.39%,成为公司控股股东。2025年12月29日完成转增股份登记并复牌,同日,襄阳中院裁定终结重整程序,管理人及律师事务所出具报告确认重整计划执行完毕。;2026年1月26日,公司召开2026年第一次临时股东会,选举产生第十二届董事会成员,同日召开第十二届董事会第一次会议。截止本报告披露日,九州产投已成为公司控股股东,新一届董事及高级管理人员已履职。

本次重整共引入8家投资人,除九州产投和天津信美作为产业投资人外,其余6家投资人作为财务投资人,合计出资15.36亿,共认购了861,696,863股。转增股本中,有111,399,282股用于抵偿公司的债务,化解了公司的债务风险。本次重整成功后,公司的资产负债结构显著改善,从原来的102.72%(2025年9月30日)降至39.51%(2025年12月31日);归母净资产从-2.53亿元(2025年9月30日),转为18.58亿元。公司的偿债能力、现金流状况与抗风险能力从根本性得到以改变,特别是本次引入的投资人投资的现金,为公司经营活动提供了稳定的资金支持,为后续深耕美丽健康产业提供了坚实的资金保障。

截止本报告披露日,公司被法院查封的主要银行账户已全部解封,公司现已完全恢复正常的经营管理状态。公司已基本完成人员调整、业务梳理和管理衔接等方面的工作,现已全面进入业务发展谋划和实施阶段。

(2)重整后业务战略规划

公司重整完成后,对主营业务体系开展全面梳理与战略规划,初步确定了2026-2028年"三年三步走"阶梯式发展战略。2026年,公司将聚焦医美主业,筑牢经营基本盘,并借助医美旗舰店标杆运营经验并结合九州通医美上游供应链产业优势,提升公司核心竞争力;2027年,公司拟依托医美供应链与服务的核心优势,将产业布局延伸至全国重点区域核心城市,搭建标准化区域运营管理体系;2028年,公司将完成从医美产品供应链、医美服务及数字化运营全链路医美生态系统的搭建。公司将以此次阶梯式发展战略为核心指引,稳步落地各阶段发展目标,持续锻造核心竞争力,实现高质量、可持续发展。

3、公司主营业务及社会责任

(1)公司医疗美容业务主要品牌(机构)

公司于2021年通过收购浙江连天美企业管理有限公司(以下简称"浙江连天美")58.2%的股权,进入医疗美容行业。浙江连天美是中国最早一批医疗美容企业之一,旗下包括杭州连天美医疗美容医院(以下简称"连天美")和杭州维多利亚医疗美容医院(以下简称"维多利亚")两家5A级医疗美容医院,总营业面积2万余方,医护人员和管理人员约590人,是医疗美容行业的高端品牌企业。

①连天美

连天美成立于2012年,是中国整形美容协会认证的5A级医疗美容机构,取得浙江省卫生健康委员会(原浙江省卫生厅)认证的四级(最高难度)手术资质,是浙江省家民营医疗美容医院、浙江省整形美容行业协会鼻整形分会会长单位,是华东地区医疗美容医院样板。连天美下设整形美容、美容外科、美容皮肤、美容牙科、美容中医、形体管理、毛发移植、美容纹绣八大核心科室,总营业面积10,000余平方米,位于浙江省杭州市上城区秋涛路248号。

图1

②维多利亚

维多利亚成立于2010年,是中国整形美容协会认证的5A级医疗美容机构,是华东地区大型医疗美容医院之一。维多利亚下设整形美容科、微整形科、美容皮肤科、牙齿美容科、毛发种植科、纹绣科、形体管理科、美容中医科,营业面积8,846余平方米,是行业内"一站式医疗美容机构";维多利亚获得了包括"中国医师协会美容与整形医师分会副会长单位"、"泛亚地区面部整形与重建外科学会中国分会学科贡献奖"、"浙江省行业重点推荐优秀品牌单位"等数十项行业殊荣,位于浙江省杭州市拱墅区建国北路658号。

图2

(2)公司生物基纤维业务情况

公司的生物基纤维业务主要涵盖莱赛尔纤维、粘胶长丝等产品的生产与销售,产品广泛应用于医美健卫、纺织服装、家纺轻纺、卫生护理、美容护理等领域。原全资子公司金环新材料是国内粘胶长丝的主要生产企业之一,具备年产1.5万吨粘胶长丝的生产能力;原控股子公司金环绿纤拥有智能化、自动化、数字化高度集成的莱赛尔纤维生产线,设计年产莱赛尔纤维4万吨,报告期内该生产线仍处于停产状态。公司原主营业务包括医疗美容业务和生物基纤维业务。2025年12月,公司以金环绿纤等公司股权作为底层资产设立服务信托,自此不再对金环绿纤拥有控制权。2026年1月5日,金环新材料收到法院送达的《决定书》,法院指定湖北金环新材料科技有限公司清算组担任该公司管理人,清算组正式接管金环新材料后,公司亦不再对其拥有控制权。综上,截至2026年1月,公司生物基纤维业务已全部剥离。

(3)公司物流园业务情况

公司的物流园板块业务聚焦物流园区运营管理、航空港配套物流服务、电商供应链配套服务等核心业务,为各类企业提供园区资产管理、仓储物流配套、电商运营支撑等一体化服务,业务布局紧扣航空物流与电商产业发展需求,形成了园区运营、物流配套、电商服务相互协同的业务体系。

(4)社会责任

公司始终秉持诚信经营、造福社会的核心理念,将社会责任深度融入生产经营与企业发展全流程,全方位践行企业担当。公司严守安全生产底线,健全制度体系,强化隐患排查,常态化开展安全培训演练,筑牢全员安全生产防线;坚持绿色发展,严格落实环保管控要求,推进节能技术改造,积极实施无纸化办公,厉行节水、节电、节材,强化全员节能降耗意识,实现经济效益与环境效益双赢;积极投身社会公益,通过无偿供水、专职消防队应急救援、组织员工无偿献血等举措回馈社会。公司将继续坚守社会责任理念,以实际行动推动企业与社会、环境的协同可持续发展,努力实现企业价值与社会价值的同频提升。

4、报告期经营业绩分析

2025年,国内宏观经济环境持续波动、市场经济整体运行承压,公司虽处于重整阶段,仍全力以赴保障主营业务平稳经营。报告期内,公司实现营业收入9.76亿元,同比减少10.86%;归属于上市公司股东净利润-4.44亿元,同比减少26.90%;归母净资产18.59亿元,同比增长1,444.30%。公司报告期营业收入较上年同期小幅下滑,主要系医美行业全面步入全链条严监管周期,行业呈现稳定增长与深度调整并行的发展态势。随着医美机构规范化运营持续深化,市场合规供给不断丰富,为消费者提供了更加多元的消费选择,行业市场竞争亦随之加剧,进而导致公司医美业务营业收入有所回落。与此同时,终端市场消费需求趋于理性,消费降级现象显现,公司利润空间受到挤压,最终致使报告期净利润同比下滑。

此外,公司生物基纤维业务中金环绿纤一直停产,对公司净利润的下滑也造成一定影响。

(二)报告期内公司所处行业情况

公司的主营业务所处行业主要为医疗美容行业,行业概况、产业链分析及主要政策如下:

1、医美行业概况

(1)行业定义与分类

根据《医疗美容服务管理办法》,医疗美容(以下简称"医美")是指通过手术、药物、医疗器械等医学技术手段,对人的容貌及身体形态进行修复与再塑的美容方式。凭借技术复杂性、操作专业性以及效果持久性,医美已成为现代消费者追求美丽的重要方式。医美行业本质上是医疗与消费融合的复合型产业,核心特征在于医疗属性与美容需求的双重结合,兼具医疗服务的严谨性与消费市场的个性化特征。

根据治疗手段与创伤程度,医美可划分为手术类与非手术类两大类别,其中手术类医美以面部整形、假体植入、吸脂塑形等侵入性操作为主,通常涉及麻醉与较长恢复期,代表项目包括隆鼻、隆胸及面部拉皮等;非手术类医美则以注射类、光电类及皮肤管理项目为主,具有创伤小、恢复快、可逆性强等优势,代表产品包括玻尿酸、肉毒素、激光美容仪及水光针等。

图3 医美项目分类

(2)行业发展历程与当前阶段

20世纪90年代,我国医美行业尚处于技术引进与认知启蒙的萌芽阶段,服务项目以修复性为主,集中于公立医院整形外科,受众范围极为有限。2002年,A型肉毒毒素获批用于美容除皱,标志着行业迎来第一次技术革命,医美服务开始向非手术类项目延伸,市场认知逐步觉醒。2010年,互联网平台的兴起为医美行业注入新的增长动能,各类医美APP迅速普及,推动行业营销方式变革与渠道拓展,医美服务逐渐从小众走向大众视野。2015年我国人均GDP接近8,000美元,2019年进一步突破10,000美元,居民收入水平的稳步提升为医美消费普及奠定了经济基础,消费能力的升级直接带动医美市场需求持续释放。同时,激光技术、注射类产品等医疗手段与耗材的不断升级迭代,让医美服务项目愈发多元化,消费者可选择的方案更具个性化,进一步激活了市场增长潜力。此外,颜值经济在社交媒体普及、审美观念转变的推动下快速崛起,"容貌管理"成为新一代消费者的重要生活方式,进一步为市场增长注入动力。根据德勤发布的《中国医美市场趋势洞察报告》数据,2015年至2019年我国医美市场规模年复合增长率高达28.7%,远超全球医美市场8.2%的平均增速。根据《2025医美行业白皮书》数据,自2020年起,中国医美市场以17.4%的年均增长率稳步扩容,2025年市场规模预计近3,700亿元,未来有望保持13.2%的年均增速,预计2030年市场规模将达到7,000亿元,较2025年实现接近翻番的增长,市场增长韧性凸显,长期发展潜力充足。

当前,我国医美行业正步入规范化与理性化并行的发展期。伴随市场规模的稳步扩容,医美行业正呈现监管趋严、集中度提升、消费理性、科技赋能的发展趋势。首先,监管趋严成为行业核心导向,2026年医美行业监管政策进一步收紧,医美机构准入门槛、产品质量监管、执业人员资质审核持续强化,非法医美机构与违规经营行为被加速清退,不规范的上游产能持续出清,全行业生态加速优化;其次,行业集中度稳步提升,资源不断向具备合规底蕴与专业技术实力的头部企业集中,无论是上游生产企业还是医美服务机构,头部企业凭借综合优势,通过并购整合、战略投资等方式扩大市场份额,加速行业格局重塑;与此同时,消费者需求从追求"即时效果"转向注重"长期价值",向高品质、综合抗衰手段,消费趋势呈现决策理性化的特征。消费者逐步摒弃盲目追求"网红脸"或"速效变美"的理念,更注重项目的科学性、安全性与个性化匹配度,理性消费、适度抗衰成为行业主流;最后,AI面诊和皮肤智能检测、医生智能体咨询等技术持续落地,AI科技赋能成为医美机构普遍的转型升级发展方向,机构运营模式也从粗放式规模扩张转向精细化内涵式增长。技术创新持续驱动行业向科技化、智能化方向升级,多方合力推动行业朝着高质量、可持续方向稳步发展。

2、医美行业产业链分析

医美行业的产业链主要包括三个核心环节:上游主要包括原料、药品以及器械厂商;中游由医美服务机构与推广营销渠道组成,包括公立医院医美科室、各类民营医美机构,以及线上线下推广营销渠道;下游为消费者/求美者。公司的医疗美容服务业务属于行业中游产业链。

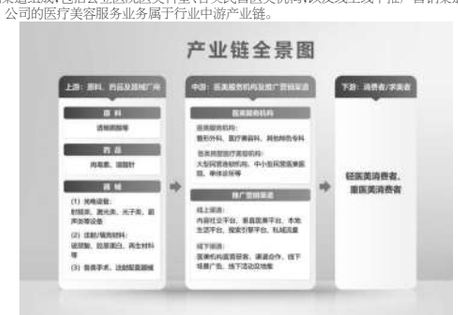


图4 产业链全景图

(1)上游产业链分析

医美行业上游主要指在医美产业链中承担基础性生产与研发功能的环节,作为产业链的起点,上游产品直接决定了中游医美机构的服务内容、技术水平和终端消费者的体验感知,具有显著的产业基础性与技术门槛。按照供给类型与产品属性,上游主要分为原料耗材厂商、药品耗材供给以及器械供给三大板块,其中原料供给以透明质酸原料等为主;药品耗材供给以肉毒素为主,属于医药监管范畴;器械供给是上游体量最大、品类最丰富的板块,既包括射频、激光、超声、冷冻减脂仪等光电治疗设备,也包含玻尿酸、胶原蛋白、聚左旋乳酸、羟基磷灰石等注射类填充材料,以及各类手术、注射配套器械。

在医美行业中,用于注射的产品种类繁多,其中玻尿酸类、胶原蛋白类及再生材料类都属于医疗器械的范畴,而医美注射领域的另一类重要产品—肉毒素类,因其具有生物毒性,故须依据《医疗用毒性药品管理办法》等相关法律法规,对其从生产源头至终端使用的全链条实施特殊管理和监督。作为注射类医美项目的入门级产品,玻尿酸凭借"低痛感、可溶解、效果自然"等优势,已成为医美市场中的"爆款"产品。据弗若斯特沙利文研究报告数据,中国玻尿酸注射产品市场规模从2017年的31亿元增长到2021年64亿元,其预计2030年达到440亿元,2022-2030复合年增长率可达23.4%,玻尿酸医美注射市场火热持续放量。肉毒素作为另一大主流医美注射材料,凭借效果显著、复购率高的特点,同样在市场中占据重要地位。目前,国内已获批的A型肉毒毒素产品共八款,包括衡力、保妥适、吉适、乐提葆、思奥美、达希斐、Hutox(橙毒)以及首款重组A型肉毒毒素丙妥欣。此外,胶原蛋白、再生材料也逐渐成为医美注射材料的重要组成部分,尤其在"再生医美"概念兴起后,其技术路径与临床应用不断拓展,正逐步替代传统填充剂,成为市场发展的新主流。根据弗若斯特沙利文研究报告数据,再生抗衰类注射剂市场占比持续攀升,从2019年3%预计增至2028年31%,逐步成为注射剂市场主流品类;此外,2024年重组胶原蛋白医美注射剂市场规模约67亿元,预计2027年将增至143亿元,虽当前在医美注射剂领域渗透率较低,但增长势头迅猛。

在医美服务行业快速发展的推动下,中国医美器械市场规模稳步增长。根据华经产业研究院数据,2024年中国医疗美容器械行业市场规模达625.4亿元,其中手术类医美器械市场规模为259.5亿元,非手术类及耗材市场规模为365.9亿元,2018-2024年CAGR分别为9.57%与9.26%。器械仪器方面,国内市场目前仍由以色列飞顿、美国科医人、赛诺秀、欧洲之星等国际品牌主导高端市场,国内半岛医疗、威脉医疗等企业已在射频、激光等细分领域实现技术突破,凭借高性价比在中端及下沉市场快速渗透,国产替代趋势持续深化。未来,器械板块将朝着设备复合化、小型化、智能化方向升级。

(2)中游产业链分析

当前我国医美服务机构已形成大型民营连锁机构、公立医院医美科室与中小型民营医院及诊所多元并存的市场格局。根据《2024医疗美容行业白皮书》数据,大型民营连锁机构拥有较强的品牌影响力和市场覆盖面,在全国各大城市设有连锁分支机构,服务我国30%左右的医美人群;中小型民营医院及诊所数量居多,广泛布局于二三线城市和小型城镇,服务我国60%左右的医美人群;公立医院医美科室在市场中的份额占比相对较小,主要服务高端客群及有复杂手术需求的人群。同时,公立医院医美科室凭借合规资质、专业医疗能力与品牌公信力形成核心竞争力,市场份额持续提升,行业定位日趋清晰。根据医美行业垂直媒体大美界的独家调研数据,全国公立医院新设医美相关科室呈爆发式增长,2023年仅有47家公立医院新开设医美相关科室,2024年增至62家,2025年共有203家公立医院新开设或揭牌医美相关科室,同比增长229%。

与此同时,医美服务机构的市场集中度呈现显著提升态势,在监管持续收紧与行业竞争加剧的双重作用下,大量不合规、竞争力薄弱的小微机构加速出清,行业供给结构持续优化。根据医美数据研究院发布的《2024一2025医美机构生存状况报告》,2024年全国关停、转让医美机构达5,565家,占当年在册机构总量的26.2%,2025年前5个月关停量已达3,995家,占存量机构的18.8%,行业供给端持续优化,进一步加速集中趋势。与美国、韩国等成熟市场相比,中国医美机构市场集中度仍存在明显差距,弗若斯特沙利文、德勤等机构数据显示,当前中国医美服务机构CR10仍显著低于美国、韩国等成熟市场水平,充分说明我国医美机构行业集中度仍有极大提升空间,行业整合与头部集中趋势将长期延续。

在行业集中度持续提升、供给结构不断优化的行业背景下,中游医美机构服务的细分领域竞争格局也呈现出清晰的差异化特征,其中非手术医美已成为市场主流,面部整形、皮肤管理、身体塑形等领域呈现差异化竞争态势。根据《2025医美行业白皮书》数据,非手术类轻医美成为引领行业变革的核心力量,其市场占比将从2020年的50%稳步提升,预计到2030年将达到64%。低创伤、效果自然的轻医美项目正成为消费者首选的美容方式。在面部整形领域,手术类项目因恢复期长、风险较高,增速相对放缓。皮肤管理领域则呈现"精细化、个性化"趋势,智能皮肤管理设备的引入提升了服务的科学性与精准度,推动该领域向高附加值方向发展。身体塑形领域则因消费者对身材管理的关注度提升,成为近年来增长较快的细分市场。总体来看,医美服务机构在不同细分领域的竞争策略存在显著差异,头部机构正通过产品创新、技术升级与服务优化,构建差异化的竞争优势。

医美服务机构积极探索业态创新,"双美融合"(双美指生活美容及医疗美容)已成为行业重要发展趋势。根据中研普华研究报告数据,2025年中国美容行业(含生活美容、医疗美容核心服务板块)市场规模将突破1.2万亿元,年均复合增长率达15%。双美融合并非生美与医美业务的简单叠加,而是围绕消费者全生命周期需求,对服务体系、运营流程进行系统性重组与再造。其核心逻辑体现在三方面:需求链整合,由碎片化单次服务转向全周期管理;能力链重构,打破生美与医美资源壁垒,实现场景、技术与客群的协同赋能;价值链重塑,从一次性交易转向客户终身价值挖掘。

医美机构的获客与运营渠道也在同步迭代升级。随着移动互联网普及医美行业数字化推进,线上渠道已成为机构获客核心路径,涵盖内容社交平台、垂直医美平台、本地生活平台、搜索引擎平台及私域流量等。依托内容营销、精准投放、社交裂变实现高效获客,主流社交与生活服务平台成为核心用户触达阵地。医美机构通过短视频、直播、私域引流搭建"内容+触达+转化"推广体系,其运营以"触达-转化-复购"为核心,通过信息流广告、KOL种草、线上面诊实现前端客源拓展,再借助私域社群、企业微信完成用户长期沉淀与复购激活。

线下渠道则以医美机构直营获客、渠道合作、线下场景广告、线下活动及地推等方式为主,核心是提升品牌感知与用户信任,虽客源获取能力弱于线上,但转化优势突出。线下渠道在"医疗+消费"融合型业态中亦扮演重要角色,通过轻医美与生活美容、抗衰养护的深度结合,为用户提供一站式、长期化的美丽健康解决方案。线下推广的核心在于精准触达高价值客群,结合个性化服务提升用户粘性与复购率。据头豹研究院报告显示,线下渠道的用户复购率较纯线上后展客群高出25%以上。从用户触达方式看,线上渠道以"内容+算法"驱动用户注意力,而线下渠道则依赖"场景+体验"建立用户认知。值得注意的是,线上与线下并非对立关系,而是形成互补格局,许多机构已通过"线上拓展+线下转化+线上复购"的闭环运营模式,实现客源拓展与用户留存的协同增长。

(3)下游产业链分析

消费者市场方面,医美消费者客群呈现多元化趋势,消费边界持续拓宽。性别结构上男性消费群体快速崛起,根据《2025医美行业白皮书》数据,男性医美消费者占比从2022年14%提升至2025年29%,增速高于女性,医美消费从"女性主导"迈向"全人群参与";此外,抗衰老需求催生了中老年群体的崛起。地域结构上消费呈下沉扩张趋势,二线及以下城市医美机构占比从59%升至69%,三线以下城市达42%,下沉市场的医美普及度与渗透率持续提升。收入结构上医美消费向各收入层级渗透,"变美"成为大众可及、可负担的日常选择,消费群体覆盖面持续扩大。

尽管医美行业前端获客已高度数字化,但消费者运营的整体数字化水平仍处于初级阶段。据《中国医美行业2024/2025年度洞悉报告》显示,机构数字化系统大多仅用于客户信息登记、预约排程、订单核销等基础功能,精准营销、个性化推荐、疗程效果追踪、全渠道体验协同等深度运营应用普及率不足30%。大量中小机构仍依赖Excel、手工台账或碎片化工具管理客户资源,线上流量数据与线下消费行为难以打通,数据孤岛现象突出,无法实现对下游客群的精细化运营与长效维护。

(4)产业链协同与整合趋势

医美产业链整合趋势呈现加速态势,其核心逻辑在于通过纵向延伸与横向拓展,提升资源配置效率、强化市场竞争力。在政策监管趋严、技术迭代提速、消费者需求升级等多重因素的共同推动下,医美行业正经历从"分散竞争"向"结构整合"的转型。在此背景下,产业链中游头部医美机构当前主要通过参股+合资以及与上游企业开展长期战略合作等方式向上游布局,实现产业链协同与资源优化配置。伴随产业链一体化整合不断深化,行业内企业合作模式愈加多样化,例如产品企业与医美机构通过联合研发、联合推广等方式,共同推动新技术与新产品的落地;同时,推广平台与医美机构的联合运营模式也在兴起,通过数据共享与资源互补,实现精准营销与高效转化。产业一体化有效降低采购成本、提升毛利率与合规水平,增强客户粘性与复购率,叠加医药流通、医疗资源等外部生态协同赋能,推动行业从分散竞争走向集约化、标准化、全国化发展,成为行业高质量增长与构建核心壁垒的关键方向。

3、医美行业政策

(1)医美行业主要政策

医疗美容行业主要政策

发布时间	主体	文件名称	主要内容
2023-5	国家市场监督管理总局、公安部、商务部、国家卫生健康委、海关总署、国家税务总局、国家网信办、国家中医药管理局、国家药监局、最高人民法院、最高人民检察院	《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》	明确医疗美容的医疗属性,从严格机构与人员准入审核、构建全链条跨部门联合监管闭环、强化医美号码、培训及生活美容等关联领域协同治理三个方面,规范医美行业秩序,严厉打击违法违规行为,推动行业健康有序发展。
2023-12	浙江省杭州市拱墅区人民政府	《杭州市拱墅区医美产业发展规划(2024-2026年)》;《拱墅区促进医美产业发展三年行动计划(2024-2026年)》	提出"打造全国医美产业高地"目标,制定2025年营收50-80亿元、2026年60-100亿元的发展规划,并推出"来拱墅变更美"(产业扶持)和"来拱墅放心美"(监管服务)双轨政策,通过优化营商环境与强化风险防控构建产业生态。
2024-7	国家药监局	《关于进一步明确射频治疗仪类产品有关要求的公告》	明确作用于人体皮肤及皮下组织的射频治疗仪、射频皮肤治疗仪类产品按第三类医疗器械严管,2026年4月1日起未取得医疗器械注册证的,一律不得生产、进口和销售;同时推行"一物一码"追溯,对接国家药品局数据库,实现全链条可溯源。
2025-12	国家市场监督管理总局、国家互联网信息办公室	《直播电商监督管理办法》	明确禁止网红达人以个人名义或形象推荐、证明"三品一械"(医疗药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品),仅品牌官方直播间可合规开展此类产品介绍。
2026-1	全国人民代表大会常务委员会、中华人民共和国国务院	《中华人民共和国增值税法》(《中华人民共和国增值税暂行条例》废止)	明确界定免征增值税的"医疗机构"范围,将营利性美容医疗机构排除在外;营利性医美机构提供的医疗服务,限按"生活服务"缴纳6%的增值税。
2026-2	国家卫生健康委员会	《国家卫生健康委2026年2月10日新闻发布会》	明确轻医美属于医疗行为,必须在具备资质的医疗机构、由持证专业医师操作,美甲店、美发店、美容院等生活美容机构严禁开展任何注射、光电类轻医美项目,同时严查"轻医美通证票"等非法行医行为。
2026-2	国家统计局	《国家统计局城市司负责人就CPI等价格指数基期轮换有关情况接受中国信息报专访》	在CPI五年一度的基期轮换中,将医疗美容服务等反映消费新内容的商品和服务分类正式纳入居民消费价格指数统计篮子。

(下转B78版)

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

重要内容提示:

1.董事会及董事、高级管理人员保证季度报告的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

2.公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人员)声明:保证季度报告中财务信息的真实、准确、完整。

3.第一季度财务会计报告是否经审计

□是 √否

一、主要财务数据

(一)主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□是 √否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入(元)	148,146,920.01	237,720,630.92	-37.68%
归属于上市公司股东的净利润(元)	-216,003,086.02	-41,179,136.24	-424.54%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元)	-9,897,357.67	-37,264,656.58	73.44%
经营活动产生的现金流量净额(元)	1,594,291.13	2,213,606.14	-27.98%
基本每股收益(元/股)	-0.12	-0.05	-140.00%
稀释每股收益(元/股)	-0.12	-0.05	-140.00%
加权平均净资产收益率	-12.37%	-25.73%	13.36%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产(元)	2,344,866,920.06	3,229,942,852.22	-27.40%
归属于上市公司股东的所有者权益(元)	1,634,798,515.37	1,858,541,601.39	-12.04%

(二)非经常性损益项目和金额

√适用 □不适用

单位:元

项目	本报告期金额	说明
非流动性资产处置损益(包括已计提资产减值准备的冲销部分)	-212,097,803.04	主要系生物基纤维板块子公司破产重整所致。
计入当期损益的政府补助(与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外)	1,011,092.75	主要系收到与收益相关的政府补助以及与资产相关的政府补助陆续销售所致。
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	486,537.50	主要系银行大额存单等理财产品持有期间取得的收益所致。
债务重组损益	5,433,386.94	主要系子公司债务豁免利得所致。