

Опыт в области биологических наук

Здесь чтобы остаться: заманчивое будущее эстетической медицины

Область эстетической медицины демонстрирует высокую устойчивость и возможности для стратегических инноваций в бизнес-моделях, ассортименте продукции и ориентации на потребителей.

авторы: Ли Янсен, Оливье Леклерк и Нильс Питерс



Даже в разгар пандемии COVID-19 будущее индустрии эстетической медицины казалось радужным. Как мы сообщали в 2021 году, до 2026 года рост отрасли должен был составлять до 14 процентов в год.¹ Этот рост был обусловлен расширением клиентской базы (отчасти благодаря повышению осведомленности и росту популярности эстетической медицины в социальных сетях), увеличением числа учреждений, предоставляющих эстетические услуги, расширением показаний для проведения процедур, внедрением новых технологий и новых каналов предоставления услуг, отвечающих потребностям потребителей.

В 2022 году мы провели всестороннее исследование в США, чтобы оценить настрой потребителей и их отношение к расходам на эстетическую медицину, особенно в свете изменяющейся макроэкономической ситуации.² В этой статье мы опираемся на результаты этого опроса и статью, опубликованную в 2021 году, и говорим о нашем видении современного состояния эстетической медицины, отвечая на следующие вопросы:

- Как развивался рынок в течение последних двух лет?
- Насколько устойчив рынок, учитывая предыдущие трудности и текущие экономические условия?
- Какие возможности открываются перед компаниями и инвесторами?

Последние тенденции рынка в области эстетической медицины

Рынок эстетической медицины в Канаде и Соединенных Штатах, на долю которого приходится значительная доля мирового рынка, неуклонно растет с 2019 года, о чем свидетельствует количество инъекции нейромодуляторов и кожных филлеров³ (рис. 1), а также популярность аппаратов для омоложения лица и удаления

волос. Рынок восстановился в 2021 году после спада в 2020 году, вызванного пандемией COVID-19.

Примечательно, что нейромодуляторы (такие как инъекционный ботокс) стали намного популярнее кожных филлеров (таких как филлеры на основе гиалоурановой кислоты и биостимуляторы), вероятно, из-за более высокой ценовой чувствительности, учитывая экономическую неопределенность и конкуренцию со стороны альтернативных процедур, таких как пересадка жировой ткани и введение плазмы, обогащенной тромбоцитами. Кожные филлеры также подверглись некоторой критике из-за “усталости филлеров”, в основном это коснулось филлеров на гиалоурановой кислоте,^{4 5} что, возможно, привело к некоторому спаду на рынке, а также относительному сдвигу в сторону биостимуляторов.

Учитывая привлекательную динамику рынка, инвестиционная активность не снижалась на всех этапах производственно-сбытовой цепочки. С 2019 по 2021 год объем приобретений в рамках прямых инвестиций увеличивался примерно на 30% в год, при этом фонды, по-видимому, придерживались стратегии сворачивания деятельности поставщиков. С 2019 по 2021 год количество сделок со стратегическим покупателем почти удвоилось, поставщики также расширили свои платформы, а производители расширили или диверсифицировали ассортимент своей продукции. Например, в 2020 году Revance заключила эксклюзивное дистрибьюторское соглашение на кожные филлеры TEOXANE, в 2020 году Allergan приобрела компанию Luminera для производства кожных филлеров, а в 2022 году Galderma приобрела компанию ALASTIN Skincare.

Шесть тенденций, указывающих на устойчивость рынка

⁴Джозелин Эдгар, “В 2023 году все откажутся от филлеров в лица?”, *Allure*, 24 марта 2023 года.

⁵ “Allergan Aesthetics, компания AbbVie, приобретает инновационный бизнес по производству кожных филлеров Luminera”, PR-лента, 7 октября 2020 г.; “Galderma успешно завершила сделку по приобретению ALASTIN Skincare®”, Galderma, 5 января 2022 г.; “Revance объявляет о сделке по портфелю продуктов преобразующей эстетической медицины, заключив эксклюзивное соглашение о дистрибуции в США кожных филлеров, одобренных Департаментом по контролю за качеством пищевых продуктов, медикаментов и косметических средств, от TEOXANE SA”, Business Wire, 10 января 2020 года.

¹ Оливье Леклерк, Нильс Питерс, Арнольд Скальоне и Джо Уоринг, [От крайностей к мейнстриму: будущее эстетических инъекционных препаратов](#), McKinsey, 20 декабря 2021 года.

²Опрос потребителей эстетических услуг проведенный McKinsey в декабре 2022 года.

³Вайдрути Джоши, “Эстетические инъекционные препараты: анализ рынка в Северной Америке”, Clarivate, 25 октября 2023 года.

эстетической медицины

Отрасль эстетической медицины за последние два десятилетия продемонстрировала удивительную устойчивость. Ее показатели соответствовали индексу S&P 500 и даже оставались стабильными по сравнению с остальным рынком во время финансового кризиса 2008 года. Единственный недавний резкий спад был в 2020 году, когда у пациентов возникли проблемы с доступом к медицинским процедурам во время карантина из-за пандемии.

Наши последние исследования указывают на явные признаки того, что область эстетической медицины будет оставаться устойчивой в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

1. Многие потребители все еще тратят деньги; они просто ищут более экономичные продукты и процедуры

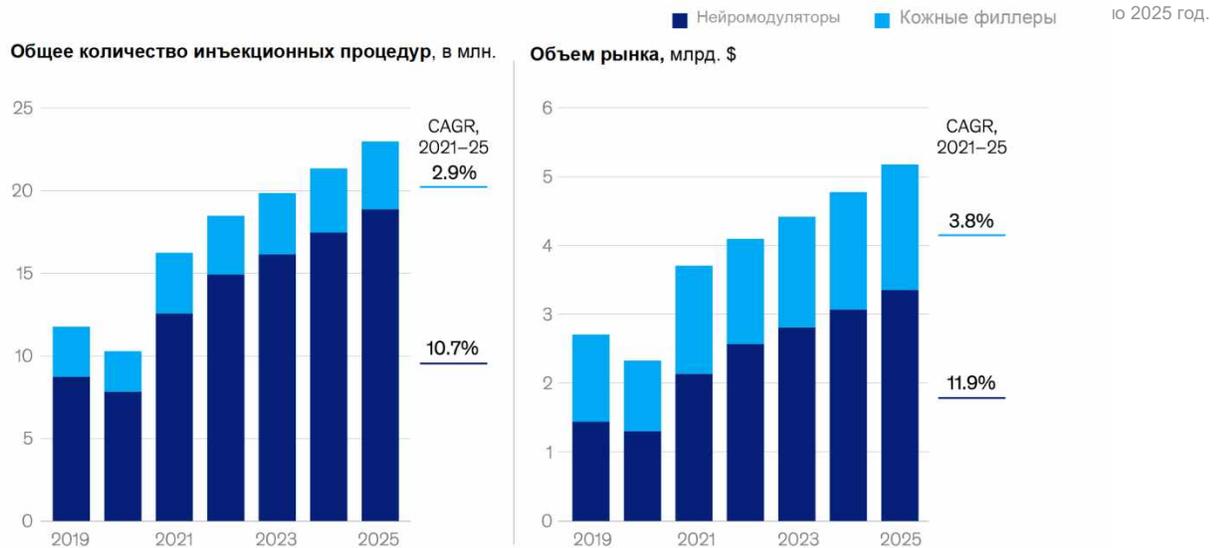
Примерно 60% респондентов, принявших участие в опросе потребителей эстетических услуг проведенного McKinsey в

декабре 2022 года, предположили, что в случае рецессии они будут тратить на эстетическую медицину как минимум на 10% меньше. Это мнение, по-видимому, было вызвано ценовой чувствительностью: почти половина потребителей в США (примерно 46%) выразили готовность перейти на более дешевые бренды или продукты. Только 7% респондентов использовавших нейромодуляторы, кожные филлеры и средства для омоложения лица, предположили, что полностью прекратят свои процедуры (рис. 2). Поскольку все больше потребителей обращаются за помощью к новым, более дешевым каналам предоставления услуг, что свидетельствует об устойчивости брендов к объемам продаж, производителям и поставщикам, возможно, потребуется изучить инновационные модели выхода на рынок, чтобы привлечь этих чувствительных к цене потребителей.

Рис. 1

Рынок эстетической медицины продолжит демонстрировать почти двузначный рост до 2025 года

Количество инъекционных процедур и объем рынка в годовом исчислении в США и Канаде



Источник: Аналитические данные Clarivate по рынку инъекционной косметологии, Северная Америка, прогноз на период с 2023 по 2025 год.

CAGR - совокупный среднегодовой темп роста
McKinsey & Company

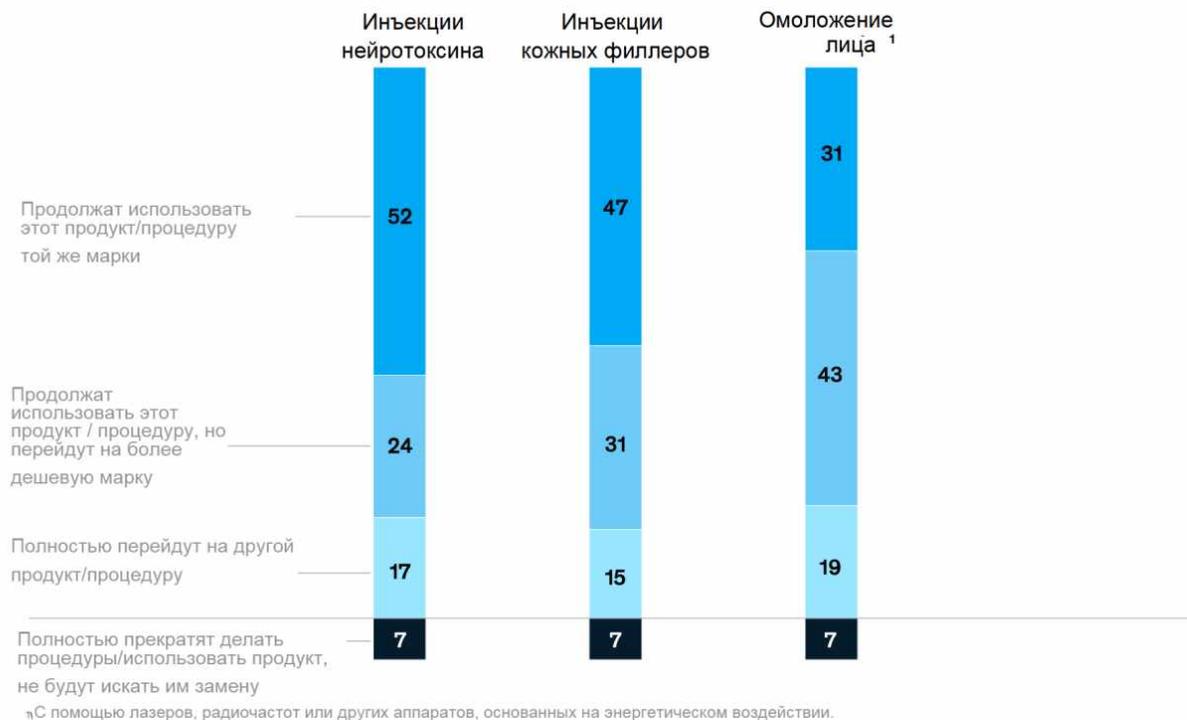
2. Несмотря на финансовые трудности, многие потребители сохраняют лояльность к бренду Несмотря на общую склонность к сокращению расходов, некоторые респонденты собирались придерживаться тех же брендов и методов лечения, как это было в случае с 52 процентами потребителей, которые делали инъекции нейромодуляторов (таких как Ботокс и Диспорт). Менее 20 процентов респондентов во всех трех категориях собирались полностью отказаться от используемых в настоящее время препаратов или планов лечения.

3. Все более разнообразная потребительская база в настоящее время более открыта для эстетической медицины Некоторые технологические и социальные тенденции влияют на устойчивость потребительского спроса на эстетическую медицину и последующий рост и изменение динамики рынка. Среди них - широко распространенный, кардинальный сдвиг в отношении косметологии и самооценки. Отчет о состоянии рынка, опубликованный в 2022 году, показал, что 81 процент потребителей лучше относиться к не инвазивным эстетическим процедурам, чем они относились

Рис. 2

Большинство потребителей эстетической медицины намерены придерживаться своих предпочтений в отношении брендов и методов лечения или найти более дешевые аналоги

Доля ответов на опрос McKinsey, проведенный в декабре 2022 года, когда потребителей эстетических товаров и процедур просили рассказать о предполагаемых изменениях в их поведении в течение следующих 12 месяцев в случае наступления экономического спада, %



Источник: Исследование McKinsey потребителей эстетических услуг в США, декабрь 2022 г. (n=1,756)

McKinsey & Company

пять лет назад.⁶ Сегмент потребителей также расширился и стал более разнообразным. Например, согласно исследованиям Американского общества пластических хирургов, в период с начала века по 2018 год к косметическим процедурам стали прибегать в целом на 29% больше мужчин, а еще 72% выбрали минимально инвазивные процедуры.⁷

Изменения в отношении и поведении потребителей [нашли отражение в социальных сетях](#), которые играют все более важную роль на протяжении всей потребительской цепочки. Например, Американская академия пластической и реконструктивной хирургии лица отметила, что пользователи социальных сетей переходят от эстетических процедур для создания статичного “лица в Instagram” к процедурам для более динамичного “лица в TikTok”. Они также сообщили, что 79 процентов лицевых пластических хирургов согласны с тем, что растёт потребительский спрос на процедуры, которые помогают им выглядеть “лучше на селфи”, поддерживать результаты предыдущих процедур и бороться с признаками старения.

4. Производители внедряют инновации, чтобы удовлетворить растущий потребительский спрос

Технологические инновации, включая подачу заявок на патенты на [кожные филлеры и биостимуляторы](#) нового поколения, позволяют удовлетворить потребности все более требовательных, совершенно разных и избирательных потребителей. Несмотря на то, что до сих пор нет однозначного мнения о том, насколько хорошо они проявят себя на рынке в долгосрочной перспективе, несколько новейших инноваций направлены на решение наиболее острых проблемных точек потребителей, включая инъекции нейромодуляторов, лечение дряблости кожи и тяжелых форм угревой сыпи.

Примерами недавно одобренных новинок в сфере эстетической медицины являются Daxxify от Revance и Alluzience от Galderma - два новых нейромодулятора, ellacog от Cytrelis - средство для нехирургического удаления дряблой кожи на средней и нижней частях лица, а также Aviclear от Cutera - лазер для лечения угревой сыпи легкой и тяжелой степени тяжести.⁸

⁶ Будущее эстетической медицины, Allergan Aesthetics, май 2022 года.

⁷ Статистический отчет по пластической хирургии за 2018 год, Американское общество пластических хирургов, 2019.

⁸ “Cytrelis объявило об одобрении Департаментом по контролю за качеством пищевых продуктов, медикаментов и косметических средств прорывной технологии ellacog™ Micro-Coring™”, PR-новости, 27 июля 2021 г.; “Департамент по контролю за качеством пищевых продуктов, медикаментов и косметических средств одобрил аппарат от Cutera Aviclear™ от прыщей”, Business Wire, 25 марта 2022 г.; “Revance объявило об одобрении Департаментом по контролю за качеством пищевых продуктов, медикаментов и

5. Расширение каналов открывает больше возможностей для того, чтобы охватить более широкий круг потребителей

Рост разнообразия потребителей и технологических инноваций усиливает неоднородность каналов и разнообразие поставщиков. Эта тенденция приводит к усложнению деятельности, но появлению новых возможностей для производителей и поставщиков услуг. Результаты глобальных исследований, проведенных нами в 2021 и 2022 годах, дают представление о расширении каналов.

Опросы также выявили различия в уровне лояльности потребителей (рис. 3). Например, пациенты дерматологов с большей вероятностью оставались верны своему врачу, и он может использовать эти доверительные отношения для расширения доступа клиентов к широкому спектру косметологических процедур. В то же время быстро развивающиеся медицинские центры и клиники эстетической медицины предлагают привлекательные варианты для потребителей, ищущих акции и скидки, но их клиенты менее лояльны, чем те, кого лечат постоянные врачи.

В условиях такой фрагментации рынка производители и поставщики услуг могут внедрять индивидуальные стратегии выхода на рынок, сочетающие традиционные, более дорогостоящие методы привлечения и удержания потребителей с использованием цифровых моделей, более ориентированных на потребителя и на новые потребительские сегменты и повышающими лояльность. Используя расширенную аналитику или искусственный интеллект для анализа потребностей клиентов и микросегментации, компании могут ориентироваться на конкретные группы потребителей, понимать их неудовлетворенные потребности и динамично адаптировать ценообразование. И хотя некоторые услуги, такие как инъекционные препараты, по-прежнему будут предоставляться лично, все большее число процедур, включая домашний уход за кожей и эпиляцию, доступны благодаря гибридной модели, включающей надежные онлайн-каналы.

6. Рынок все еще не до конца освоен Проведенный нами анализ всех сегментов продуктов в области эстетической медицины показывает, что большое количество потребителей, которые заявляют, что они попробуют продукт или процедуру в течение следующих пяти лет, в том числе в течение следующих 12 месяцев, являются “пассивными созерцателями”.

косметических средств препарата DAXXIFY™ (даксиботулинумтоксин-lanm) для инъекций, первого и наиболее эффективного средства для лечения прыщей. единственный пептидный нейромодулятор с длительным эффектом”, Revance, 8 сентября 2022 г.

Наличие таких клиентов является важным показателем будущего потенциального роста в отрасли.

Когда мы сравнили данные опросов за 2021 и 2022 годы, мы заметили, что на это явление не повлияли значительные изменения макроэкономической ситуации за последний год, а в некоторых случаях тенденция выглядит еще более многообещающей.

Например, в 2021 году мы обнаружили, что от 15 до 20 процентов респондентов собирались использовать инъекционные препараты (нейромодуляторы и кожные филлеры) в течение следующих пяти лет, что удвоило бы число респондентов, которые использовали бы эти препараты на момент проведения опроса. Наши результаты за 2022 год (рис. 4) подтвердили эти результаты. Однако, при более внимательном изучении сегмента кожных филлеров, мы отметили, что столько же респондентов, которые в последнее время не использовали кожные филлеры, собирались сделать это в ближайшие 12 месяцев. Заглядывая в будущее на пять лет, 11 процентов респондентов заявили, что намерены использовать кожные филлеры, что в три раза увеличило бы число их пользователей на момент проведения опроса.

Возможности для инвесторов и компаний в области эстетической медицины

Несмотря на нынешнюю неопределенную макроэкономическую ситуацию, наше исследование показывает, что сейчас, возможно, самое подходящее время извлечь выгоду из текущего и прогнозируемого потребительского спроса на эстетическую медицину и инвестировать в инновации. Наш предыдущий анализ показал, что производители и поставщики медицинских услуг, которые **внедряют инновации во время кризиса** (например, пандемии COVID-19) и сохраняют ориентацию на рост и быструю адаптацию, как правило, превосходят конкурентов.

Поскольку каналы предоставления услуг в области эстетической медицины продолжают расширяться, инвесторы могут рассмотреть возможность объединения региональных и местных поставщиков с целью создания национальных и глобальных сетей для увеличения синергии доходов и затрат за счет перекрестных продаж и стандартизированных операций.

А по мере расширения потребительской базы поставщики могли бы оптимизировать ассортимент продуктов и методов лечения, включив в него эстетические хирургические вмешательства и услуги на дому, учитывая меняющиеся предпочтения и смешанный эффект агонистов рецепторов ГПП-1. Новые бизнес-модели, такие как подписка на процедуры с использованием нейромодуляторов и аппаратов для омоложения лица, также открывают возможности для роста.

Рис. 3

Медицинские салоны, клиники и другие розничные сети составляют львиную долю рынка косметологических услуг, но отдельные врачи-дерматологи пользуются наибольшей лояльностью потребителей.

Средняя доля мирового рынка на канал, %



Источник: Глобальное исследование McKinsey потребителей косметологических услуг, октябрь 2021 г. (n=1,058); Исследование McKinsey потребителей косметологических услуг в США, декабрь 2022 г. (n=1,756)

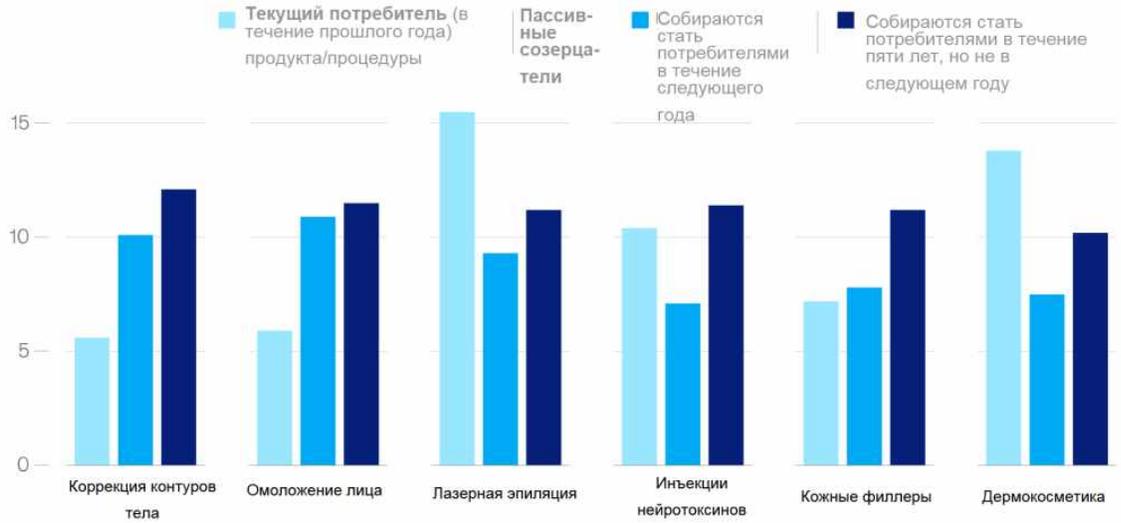
McKinsey & Company



Рис. 4

Учитывая убедительные сигналы пассивных созерцателей и других потенциальных потребителей, рынок эстетической медицины готов к росту

Доля респондентов, сообщивших о текущем или планируемом применении косметологических средств и процедур, %



Источник: Исследование McKinsey потребителей косметологических услуг в США, декабрь 2022 г. (n=1,756)

McKinsey & Company

У производителей также есть возможности для более эффективного управления потребительской цепочкой, ценообразования на основе ценности и цифрового взаимодействия с целью обучения поставщиков и повышения лояльности. Инновационные продукты, такие как инъекционные экзосомы и **внутрикожно вводимая мРНК**

для заместительной терапии коллагеном, могут выйти на новый сегмент потребителей и повысить рыночную стоимость. Но существует также риск вытеснения существующих продуктов, и их успех будет зависеть от стратегии выхода на рынок и от того, как их воспримут потребители.

Ли Янсен - партнер бостонского офиса McKinsey, **Оливье Леклерк** - старший партнер офиса в Южной Калифорнии и **Нильс Питерс** - старший партнер офиса в Цюрихе.

Авторы хотели бы поблагодарить Димпи Джиндала и Джо Уоринга за их вклад в эту статью.

Эта статья была отредактирована Джереми Мэтьюзом, редактором бостонского офиса.

Авторское право © 2024 McKinsey & Company. Все права защищены.