

# 九州美谷科技股份有限公司

## 2026年半年度报告 (摘要)

SEMI-ANNUAL REPORT 2026

## 一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。

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

## 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           | 刘亮                            | 刘佳雯                           |        |
| 办公地址         | 湖北省武汉市汉阳区龙兴西街 5 号九州通总部大厦 38 楼 | 湖北省武汉市汉阳区龙兴西街 5 号九州通总部大厦 38 楼 |        |
| 电话           | 020-84506752                  | 020-84506752                  |        |
| 电子信箱         | investors@aoyuanbeauty.com    | investors@aoyuanbeauty.com    |        |

### 2、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）                   | 286,073,730.92   | 482,444,645.15   | -40.70%      |
| 归属于上市公司股东的净利润（元）          | -223,613,108.43  | -83,385,213.74   | -168.17%     |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元） | -19,979,741.81   | -72,852,226.86   | 72.57%       |
| 经营活动产生的现金流量净额（元）          | 7,405,064.12     | 13,823,013.76    | -46.43%      |
| 基本每股收益（元/股）               | -0.13            | -0.11            | -18.18%      |
| 稀释每股收益（元/股）               | -0.13            | -0.11            | -18.18%      |
| 加权平均净资产收益率                | /                | /                | /            |
|                           | 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）                    | 2,344,757,697.09 | 3,229,942,852.22 | -27.41%      |
| 归属于上市公司股东的净资产（元）          | 1,645,104,266.96 | 1,858,541,601.39 | -11.48%      |

上述财务指标本报告期比上年同期变动幅度较大的原因如下：

- 1、营业收入同比变动较大主要系报告期湖北金环新材料科技有限公司及其子公司进入破产重整程序，公司丧失控制权不再纳入合并报表范围、同比销售收入减少所致；
- 2、归属于上市公司股东的净利润同比变动较大主要系报告期湖北金环新材料科技有限公司及其子公司进入破产重整程序，公司丧失控制权不再纳入合并报表范围、产生 211,999,531.16 元股权处置损失；
- 3、归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比变动较大主要系报告期湖北金环新材料科技有限公司及其子公司进入破产重整程序，公司丧失控制权不再纳入合并报表范围减少亏损所致；
- 4、经营活动产生的现金流量净额同比变动较大主要系报告期职工薪酬及费用化研发支出增加所致。

### 3、公司股东数量及持股情况

单位：股

|                                         |         |        |             |                       |            |             |  |
|-----------------------------------------|---------|--------|-------------|-----------------------|------------|-------------|--|
| 报告期末普通股股东总数                             |         | 29,755 |             | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有） |            | 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          |  |
| 湖北九州产业园区运营管理有限公司                        | 境内非国有法人 | 24.39% | 435,930,312 | 435,930,312           | 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 |  |
|                                         |         |        |             |                       | 冻结         | 171,998,610 |  |
| 天津信美通成股权投资合伙企业（有限合伙）                    | 国有法人    | 6.77%  | 121,091,754 | 121,091,754           | 不适用        | 0           |  |
| 深圳市吉富启瑞投资合伙企业（有限合伙）— 吉富启瑞天泽 9 号私募证券投资基金 | 其他      | 5.42%  | 96,873,403  | 96,873,403            | 不适用        | 0           |  |
| 奥园美谷科技股份有限公司破产企业财产处置专用账户                | 其他      | 4.66%  | 83,291,508  | 83,291,508            | 不适用        | 0           |  |
| 湖北汉江产业投资有限公司                            | 国有法人    | 3.39%  | 60,545,877  | 60,545,877            | 不适用        | 0           |  |
| 上海创厚沅信企业发展合伙企业（有限合伙）                    | 境内非国有法人 | 3.05%  | 54,491,289  | 54,491,289            | 不适用        | 0           |  |
| 中国对外                                    | 其他      | 2.37%  | 42,382,114  | 42,382,114            | 不适用        | 0           |  |

|                                                         |                                                    |       |            |            |     |   |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------|------------|------------|-----|---|
| 经济贸易<br>信托有限<br>公司—外<br>贸信托—<br>玄武 39 号<br>集合资金<br>信托计划 |                                                    |       |            |            |     |   |
| 北京燕园<br>铭丰医疗<br>科技合伙<br>企业（有<br>限合伙）                    | 境内非国<br>有法人                                        | 1.80% | 32,218,351 | 32,218,351 | 不适用 | 0 |
| 北京燕园<br>领智科技<br>合伙企业<br>（有限合<br>伙）                      | 境内非国<br>有法人                                        | 1.42% | 25,373,219 | 0          | 不适用 | 0 |
| 上述股东关联关系或一<br>致行动的说明                                    | 北京燕园铭丰医疗科技合伙企业（有限合伙）和北京燕园领智科技合伙企业（有限合伙）为一<br>致行动人。 |       |            |            |     |   |
| 参与融资融券业务股东<br>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

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

☐适用 ☒不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

☐适用 ☒不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、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。

6、在半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，致力于打造中国高端美丽健康服务品牌。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为医疗美容服务，后续公司将持续夯实医美主业，并向医美“产品+供应链+服务+运营”全链路方向发展。未来，依托九州通在医美供应链的资源，公司将打造“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、公司重整情况及核心业务战略规划落地情况

2026 年上半年，公司围绕“破产重整落地、历史风险出清、业务体系搭建、医美产业布局”四大核心目标统筹推进重整收尾与经营发展各项工作。具体情况如下：

### （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，从根本上为公司实现业务转型升级奠定了坚实的基础。

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，完成新一届经营管理团队聘任。自新一届董事和管理团队履职以来，依托其专业背景和资源优势，落地多项稳经营、促发展举措，短期经营改善成效显著：一方面稳固医美核心业务基本盘，另一方面持续推动盈利水平稳步优化。报告期末，公司资产负债结构显著改善，从期初的 39.51%进一步降至 25.57%，整体经营质量显著提升；报告期内，公司医美板块毛利率达 48.92%，同比提升了 5.19 个百分点，主营业务盈利能力进一步提升。

截至本报告披露日，公司依照《重整计划》履行清偿义务，已于今年 4 月份完成第一批债权清偿，历史遗留债务风险大幅出清。同时，公司被法院查封的主要银行账户已全部解封，公司经营秩序全面稳定向好。

### （2）核心业务战略规划及实施落地

公司完成司法重整后，立足全新经营发展格局，对核心业务体系进行系统性梳理与中长期战略布局，正式确立 2026-2028 年“三年三步走”阶梯式发展战略，为公司阶段性高质量发展明确发展路径与核心目标。根据战略规划，2026 年为公司夯实基础的关键之年，核心聚焦医美主营业务，稳固经营基本盘，依托医美旗舰店成熟的标杆运营经验，结合九州通医美上游供应链产业资源优势，持续强化核心经营能力，全面提升公司市场核心竞争力。

2026 年上半年，公司稳步推进各项战略落地工作，完成医美核心主业发展战略的顶层架构设计，围绕战略目标全面优化内部经营管理体系，各项基础建设与业务布局工作取得阶段性成效，具体实施情况如下：

#### ①重塑组织人才体系，夯实医美主业经营基本盘

公司以适配医美主业发展为核心，重塑高效精简的组织管理体系，针对性搭建覆盖医美机构运营、

产品品牌与销售、合规风控、财务管理等关键领域的多层次专业人才梯队。同时，将专业化人才团队深度赋能旗下连天美、维多利亚两家自有医美医院，推动两家医院在品牌形象塑造、产品服务体系、标准化运营流程、财务管控体系、数字化管理系统等维度完成全方位升级迭代。通过组织优化、人才赋能与门店升级的系统性举措，公司医美主业经营稳定性有所提升，筑牢核心业务基本盘，为后续业务扩张奠定坚实基础。

### ②积极向行业上游拓展，依托商业化优势扩容产品矩阵

为完善医美全产业链布局，丰富核心业务产品矩阵，公司上半年有序推进上游产业链资源整合工作。一方面积极开展与行业头部上游厂家的商业化权益合作对接，持续调研考察医美创新产品项目，精准筛选优质产品与合作资源；另一方面积极联动产业资源，已与专业医药合同研发生产机构（CDMO）达成合作，共同探索新型材料/成份在医美领域的应用，为未来医美产品体系扩容做好充分铺垫，持续打通医美上游产品端的核心环节。

### ③推进全域数字化建设，赋能降本增效与渠道升级

公司全面启动数字化体系建设工作，构建全域数字化运营体系，实现对内提质增效、对外拓客增收的双重价值。一方面，数字化系统全面赋能公司日常运营、供应链采购、财务管控、合规风控等核心环节，有效提升整体经营运营效率，降低采购成本、合规管控与日常管理成本；另一方面，依托数字化运营思维开展线上 IP 打造与运营，搭建常态化线上获客体系，拓宽客户引流渠道，助力业务增长。此外，公司还与公立机构开展医美学术共建，积极探索医产协同合作新模式，拓展合规医美增量业务。

## 3、公司主营业务概况

### （1）公司的医美业务主要机构

公司旗下的医美机构有浙江连天美企业管理有限公司（以下简称“浙江连天美”）和广东奥若拉健康管理咨询有限公司（以下简称“奥若拉”）。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”），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，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，是浙江首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



图 2

## ②维多利亚

维多利亚成立于 2010 年，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 3



图 4

### ③奥若拉

奥若拉为公司坐落于广州番禺万博商圈的医美机构，可提供高性价比、定制化医美服务，业务覆盖生活美容类基础皮肤护理，以及高端光电抗衰、注射填充、除皱等项目，拥有良好的市场发展空间与充足的客户基础。

报告期内，公司完成门店全面焕新升级，配备专业化一线团队，优化医美诊疗空间布局、更新医疗设备、升级舒适化服务场景，力争打造标准化、高品质医疗服务。公司将精细化运营深耕存量客户，多措并举拓展新增客群，搭建全周期客户服务体系，从门店客流、客户转化及单店经营效益多方面实现稳步提升。





图 5

## （2）公司其他业务情况

公司其他业务主要包括物流园板块业务，该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。报告期内，公司完善园区配套服务，持续提升出租率与租金收益。在现有基础上，进一步优化运营管理，压降刚性成本，提升资产使用效率，打造稳健经营的仓储业务板块。

## 4、报告期内经营业绩及主要财务指标分析

2026 年上半年，在国内宏观经济环境持续波动，市场经济整体运行承压，叠加医美行业监管趋严、医美服务行业增收 6% 增值税等多重外部因素影响，行业整体经营承压。在此背景下，公司聚焦医美核心主业，坚守合规经营底线，整体经营态势稳健，盈利水平及经营质量较上年同期实现逆势稳步提升。

### （1）剥离非核心资产，医美主业表现亮眼

报告期内，公司医美主业实现营业收入 2.63 亿元，剔除增值税政策的影响，营业收入同比增长 0.73%；毛利率达 48.92%，同比增加 5.19 个百分点，盈利水平持续改善；实现净利润 1,666.33 万元，同比增长 5.74%。与此同时，公司医美业务现金流质量持续优化，报告期内经营活动产生的现金流量净额为 2,777.33 万元，同比增长 71.17%，主业造血能力持续增强，核心经营质量稳步提升。

### （2）资金储备充裕，财务结构持续改善

报告期内，公司持续优化财务结构，资产质量稳步提升。截至报告期末，公司货币资金余额 9.48 亿元，同比增长 429.69%，资金储备充足，能够充分保障公司医美主业持续经营及未来业务拓展需求。报告期末公司资产负债率 25.57%，较年初下降 13.94 个百分点，财务结构持续优化，整体偿债能力及

抗风险能力显著提升，为公司长期稳健经营奠定坚实财务基础。

### （3）多维提质增效，夯实长期竞争壁垒

报告期内，公司持续深耕医美主业、全面落地提质增效举措，各项精细化经营管理措施成效显著，具体如下：

#### ①迭代核心管理团队，落地精细化运营体系

公司新一届管理层精准把握医美行业发展趋势，完成业务体系与运营团队的优化迭代，积极引入具备头部医美连锁机构丰富从业经验的核心专业人才，搭建专业化、精细化的运营管理团队。公司全面推进精细化管理体系建设，优化内部运营流程、提升管理效率，实现管理能力与业务发展深度匹配，持续释放内部管理效能。

#### ②依托股东供应链资源，实现降本增效增厚利润

公司充分依托九州通集团成熟的上游供应链体系与资源优势，持续优化采购机制、精简采购流程、强化成本管控，有效压降存货及供应链采购成本，进一步拓宽医美主业盈利空间，通过供应链赋能持续巩固主业盈利优势。

#### ③全面推进数字化转型，全链路赋能业务发展

公司持续推进运营系统的迭代升级，以数字化工具全面赋能获客、服务、运营、管理全业务链路。数字化转型不仅有效提升内部运营效率、客户服务质量及终端获客转化能力，激活业务增长动能，同时进一步优化公司整体现金流管理水平，助力公司实现高效化、精细化、可持续化发展。

## （二）报告期内公司所处行业情况

### 1、医美行业发展趋势

#### （1）监管合规加速行业洗牌，头部机构马太效应凸显

随着医美行业快速发展，监管部门相继出台多项政策，从资质准入、广告监管、价格规范等方面不断强化行业约束，加速不合规机构出清，推动市场有序发展，行业马太效应持续放大。根据《医美行业合规发展报告（2024-2025）》数据，2024年6月至2025年6月，全国累计关停无证经营、超范围执业等违规机构超1.5万家，行业集中度CR5提升至40%，较2023年增长12个百分点。在此背景下，行业资源、客户流量、市场份额持续向拥有合规资质、正品供应链、专业技术团队、标准化服务体系的头部机构集中，未来头部合规机构的市场竞争力将持续放大。

#### （2）医美行业步入稳健增长阶段，轻医美引领行业增长新格局

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，长期发展潜力充足。相较于欧美、日韩等成熟医美市场，国内医美渗透率仍有巨大提升空间，消费需求尚未完全释放，行业长期增长底盘稳固。其中，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2030年将达到64%。低创伤、效果自然的轻医美项目成为消费者首选的美容方式。

### （3）求美者消费理念全面升级，实现从“悦人”到“悦己”的深度跃迁

伴随居民可支配收入提升、颜值经济普及以及大众自我价值认知升级，医美消费场景持续拓宽，已从单一的外貌改善延伸至职场形象提升、社交日常、个人气质塑造等多元场景。根据艾媒咨询发布的《2025 年中国医美行业发展状况与消费行为调查数据》，求美者的消费动机正从外在形象改善转向内在心理满足。数据显示，医美在社会功能层面的需求逐渐显现，分别有 28.30%、27.88%、27.06%的消费者希望借助医美获得更好的就业机会、拓展人际关系以及提升择偶竞争力；而提高颜值、增加自信占比分别为 43.13%、41.62%构成了医美消费的核心驱动力，表明医美效果带来的积极自我认知与社会反馈已与颜值提升本身同等重要，消费理念完成了从“悦人”到“悦己”的升华。

### （4）医美消费群体多元化，抗衰赛道高速扩容

据《2025 年中国医美整形行业白皮书》数据显示，当前国内医美消费群体呈现多元化、多层次的发展特征。其中，18-25 岁 Z 世代贡献超 60% 行业收入，复购率达 45%，消费偏好以自然微调、预防性抗初老为主；60 岁以上银发群体消费增速达 41%，主打抗衰需求；此外，男性用户占比提升至 15%、年增速超 20%，青睐高效无创项目；同时，细分市场中三四线下沉市场消费增速达 25%，潜力持续释放。与此同时，在人口老龄化、居民生活品质提升以及“抗老要趁早”消费理念普及的背景下，医美抗衰逐步成为行业极具增长潜力的核心赛道。根据拓端数据发布的《2025 医美与护肤行业趋势洞察报告》，2024 年国内医美抗衰市场规模达 3,075 亿元，预计 2027 年将突破 4,500 亿元，年均增速保持 15% 以上，增长势能强劲。

### （5）医美注射市场高速增长，再生与新型材料丰富产品矩阵

当前，医美注射类产品市场正迎来蓬勃发展的新机遇。根据弗若斯特沙利文数据预测，2023 年后中国医美注射零售端市场将持续保持高速增长，预计 2027 年将达到 1,470 亿人民币，复合年增长率达 21.7%。随着技术迭代，注射材料已形成玻尿酸、肉毒素、胶原蛋白等传统注射材料、再生材料、前沿新型注射材料协同发展的格局。此外，新型注射材料 PN/PDRN、羟基磷灰石、PHA、SPF 猪源胶原、动物源/人源 ECM、丝素蛋白等在监管政策完善与技术创新下，国内不断迎来合规产品，为消费者带来更多元化的选择。

### （6）医美消费全链路上化，口碑传播及平台引流成为获客关键

当前医美用户种草、决策、消费的全流程高度依赖线上渠道，短视频、社交平台、生活服务平台成为消费者获取医美资讯、了解项目功效、筛选机构医师的核心场景。超七成医美消费者会主动分享个人体验，真实用户口碑、机构评价、案例效果成为影响新用户消费决策的关键因素，口碑传播已经成为医美行业重要的获客方式。同时，美团、大众点评等综合生活平台依托海量公域流量持续渗透医美赛道，“线上公域引流+私域留存转化”的运营模式，逐步成为医美机构稳定获客的核心能力。

### （7）AI 全链路赋能，重塑医美运营与服务体系

AI 正全方位重塑医美机构运营与服务体系。在运营层面，AI 贯穿获客、诊前咨询、术中辅助、术后管理全流程，可通过用户行为数据分析开展精准营销，缓解获客成本上涨、传统流量投放转化率下降

的痛点，同时 AI 交互工具可大幅提升咨询沟通效率。在服务交付层面，AI 推动医美服务由标准化向精准化、个性化升级。AI 面部分析系统可输出多维度面部评估报告，辅助医生定制诊疗方案；术前效果可视化模拟，帮助求美者直观预判疗效，提升决策透明度与消费满意度。在质量管控层面，AI 可搭建起诊疗全周期的数据闭环，实现疗效追踪与风险预警，构建可追溯的质控体系，在保障医疗安全的同时优化求美者体验。

2、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、构建全链条跨部门综合监管闭环、强化医美导购、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）》<br>《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，对接国家药监局数据库，实现全链条可溯源。     |
| 2025-5     | 市场监管总局                                                                     | 《医疗广告监督工作指南》                                                      | 明确禁止医美广告制造容貌焦虑、向未成年人推荐非治疗性医美项目，进一步规范行业营销行为。                                                                             |
| 2025-6     | 国家医保局                                                                      | 《美容整形类医疗服务价格项目立项指南（试行）》                                           | 首次统一规范医美服务价格，要求机构公开收费标准，鼓励高难度项目自主定价，推动价格透明化。                                                                            |
| 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法实施条例》            | 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，须按“生活服务”缴纳 6% 的增值税。                        |
| 2026-1 | 国务院                                                                               | 《中华人民共和国药品管理法实施条例》                        | 自 2026 年 5 月 15 日起施行。首次明确医美机构属于药品使用单位，纳入药品全链条统一监管。                                          |
| 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“轻医美速成班”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。                                   |
| 2026-5 | 国家卫生健康委、工业和信息化部、财政部、审计署、国家税务总局、国家医保局、国家疾控局、教育部、公安部、商务部、国务院国资委、市场监管总局、国家中医药局、国家药监局 | 《2026 年纠正医药购销领域和医疗服务中不正之风工作要点》            | 明确提出治理不具备相关资质开展服务、违规开展“轻医美速成班”、虚假商业营销等医美行业乱象。                                               |
| 2026-6 | 国家卫生健康委                                                                           | 《国家卫生健康委关于修改和废止部分部门规章的决定》                 | 修改《医师执业注册管理办法》，进一步规范了医师的执业注册与多点执业管理，并在法规层面明确界定了“医师仅限一个主执业机构”的管理原则。                          |

## （2）行业政策对公司的影响分析

当前医美行业呈现国家全链条从严监管、地方产业扶持并行的政策格局，多重监管政策抬高行业准入门槛、加速不合规机构出清，同时产业扶持政策打开合规头部企业成长空间，行业正式进入规范化、品质化发展新阶段，长期利好具备完整合规体系、优质医师资源、标准化供应链与品牌运营能力的公司，为公司医美业务带来多重发展机遇，具体分析如下：

### ①全国层面严监管政策，构筑合规企业差异化竞争壁垒

#### a. 机构与执业行为监管收紧，利好持证规范运营主体

《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》《2026 年医美行业不正之风整治工作要点》及卫健委轻医美监管要求的发布，明确医美属于医疗行为，严禁生活美容机构开展注射、光电等项目，严打无证行医、违规医美培训、超范围诊疗等乱象。行业高压监管加速淘汰不合规经营主体，市场客源、消费需求加速向合规头部机构转移。公司旗下连天美、维多利亚均持有《医疗机构执业许可



证》，配套标准化医疗质量管控体系，医师团队均具备正规执业资质，严格执行诊疗分级规范，满足监管合规标准。

**b.药械全流程强管控，公司供应链优势进一步凸显**

国家药监局明确射频治疗仪自 2026 年 4 月 1 日起按第三类医疗器械严格管理，全面推行医疗器械“一物一码”全链条追溯；《药品管理法实施条例》2026 年 5 月起将医美机构纳入药品统一监管范畴，严禁采购、使用无注册证耗材、设备。公司依托九州通医药流通生态搭建正品耗材联盟，上游设备、耗材均从具备正规资质厂商集中采购，实现全品类药械可追溯，从源头规避耗材合规风险。大量无法对接正规货源、使用三无器械的中小机构经营空间持续压缩，公司供应链合规优势进一步凸显。

**c.营销、广告监管规范化，合规运营模式构筑竞争优势**

《医疗广告监督工作指南》禁止医美广告制造容貌焦虑、面向未成年人推广医美项目；《直播电商监督管理办法》限制网红达人私推医美药械，仅官方账号可合规科普宣传。行业营销逻辑由低价流量竞争转向专业内容竞争，依赖夸大宣传、制造容貌焦虑的粗放营销模式全面受限，公司可凭借优质的医生资源与成熟的合规运营能力，得以进一步扩大营销竞争优势。

**d.价格与税收政策落地，推动行业透明化价值竞争**

《美容整形类医疗服务价格项目立项指南（试行）》统一医美服务定价标准，强制机构公开全部收费项目；2026 年实施的《增值税法》明确营利性医美机构不再享受医疗服务免税政策，统一按 6%缴纳增值税。两项政策分别从定价、财务维度大幅抬高无规范财务、透明定价体系机构的经营成本。公司新一届管理层迭代优化业务及运营团队，引入头部医美行业专业人才，落地精细化运营体系，提升内部管理效能；严格落实全项目明码标价，并借助股东九州通供应链资源，优化采购管理、压降存货与采购成本，实现供应链端降本。公司以标准化、透明化定价积累客户信任，摆脱低价内卷，聚焦高价值消费市场，通过“运营管理提效+供应链降本”的多维提质增效举措，降低增值税新政带来的税收影响。

**e.医美纳入 CPI 统计体系，打开行业长期成长空间**

2026 年医美服务正式被纳入 CPI 统计体系，完成了大众消费属性的权威定性，标志着医美消费从“小众消费”转向居民常规消费选项，行业打开长期成长空间。在此背景下，公司医美业务也迎来了行业消费升级的重要机遇，发展潜力得到进一步释放，为后续持续增长注入强劲动力。

**②地方产业扶持政策，为医美产业扩张赋能**

杭州市拱墅区出台《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）》，设定区域医美产业百亿级发展目标，推出“来拱墅变更美”产业扶持、“来拱墅放心美”监管服务双轨政策，同步优化医美产业营商环境、完善配套监管服务体系，打造全国医美产业高地。公司旗下维多利亚坐落于拱墅核心片区，当地顶层产业规划、营商环境优化、行业规范化建设等多重政策红利，为维多利亚的日常运营、品牌建设与长期稳健发展构筑坚实的政策沃土，充分享受区域医美产业集群发展带来的区位红利。此外，报告期内公司控股股东九州产投与襄阳市樊城区政府签署战略合作协议，双方围绕医美大健康全产业链开发、大健康产业融合发展等达成重要共识。在医美产品投资、医美智慧供应链、高品质医美服务等领域开展深度合作，为公司产业落地、区域拓展提供优质资源支撑。

**（三）核心竞争力分析**

## 1、风险出清，战略聚焦医美主业

本次重整成功优化了公司资产负债结构，大幅降低资产负债率、削减财务费用，财务结构、现金流状况及抗风险能力均实现质的提升，为日常经营活动提供了稳定可持续的资金支撑，也为后续深耕美丽健康产业筑牢坚实的财务基础。依托重整契机，公司同步推进资产与业务结构深度优化，剥离低效亏损资产及缺乏协同效应的非核心业务，实现经营风险出清。在此基础上，公司顺利完成董事会换届与高级管理人员调整，组建具备医美专业背景的管理团队，为聚焦美丽健康主业、深耕医疗美容服务提供了坚实的管理支撑与组织保障。通过引入产业投资人与财务投资人，公司获得了流动资金和产业资源，为未来医美业务发展提供了坚实的资金保障。

## 2、医美主业：三大核心竞争力构筑高端护城河

### ①双品牌差异化定位，持续塑造高端医美标杆口碑

公司长期深耕高端医美赛道，旗下两大机构实行差异化品牌布局，精准匹配高端求美者多元需求：连天美专注高难度整形细分赛道，具备省内稀缺四级高难度手术资质，并联合艾尔建等全球头部医美厂商共建区域临床培训中心，依托数千例高难度手术临床积累及规范化学术体系，打造技术权威型专业医美品牌；维多利亚拥有 16 年品牌积淀，主打轻奢明星红人专属医美 IP，以“恋上更美的自己”为品牌主张，携手三代国际超模塑造品牌高阶美学形象，打造特色明星微整形基地，常态化举办明星盛典、高奢美学品鉴沙龙、高端女性圈层私享会等高端 VIP 活动，搭建多梯度高端会员服务体系。两大品牌定位互补、优势协同，持续积淀高端医美品牌口碑。

### ②医资力量雄厚，医美服务能力卓越

公司旗下两大医美机构汇聚以原公立三甲医院高职称医生为核心的专业团队，包括 5 名正高级职称专家、18 名副高级职称专家，医师平均执业医龄达 15 年，配备正高级麻醉医师，临床经验与技术功底扎实；同时，特邀 15 位国内医美细分领域顶尖权威专家开展技术赋能及不定期坐诊，覆盖面部塑形、眼鼻整形、微创注射等多个医美细分板块。此外，两大机构持续引进国际前沿诊疗设备、搭建正品耗材供应联盟，构建起“资质+团队+专利+硬件”的全维度技术优势，并依托严谨专业的诊疗体系，持续为求美者的诊疗安全与塑美效果保驾护航。

### ③特色服务体系与精细化运营双轮驱动，夯实高端客群基本盘

公司旗下两大机构独创“3H 特色服务体系”，兼顾医疗严谨性、高端酒店式服务品质与私密暖心的就诊氛围，践行“顾客终身美丽管家”服务理念，全方位守护求美者隐私与就诊体验；同时，上线 RFM 客户数字化分级管理系统，基于消费时间、频次、金额三维数据完成客户分层，落地精准私域营销、定期随访、个性化方案定制、项目套餐结构优化等精细化运营手段，不断扩充优质会员规模，带动客户粘性、复购率与门店营收稳步增长。两大机构累计沉淀 35 万+会员，其中维多利亚累计服务数十万求美者、接诊众多明星艺人及红人博主。在稳固国内高端客群基本盘之余，两大机构正向海外延伸品牌影响力，积极拓展海外高端客群，凭借有温度的特色服务体系与精细化的客户运营模式，持续巩固高端客群护城河。



图 6 3H 服务理念

### 3、借助九州通千亿生态，医美产业链资源，进一步提升公司医美服务能力

九州美谷作为九州通旗下唯一医美上市平台，将依托股东千亿级产业生态布局、全国一体化供应链网络、海量优质医疗终端资源、全品类药械集采能力及数字化合规管理体系，在供应链优化、终端渠道拓展、合规体系搭建、运营效率提升等核心环节获得全方位、深层次的战略赋能。

截至报告期末，九州通合作医美服务机构达 14,405 家，医美产品品规达 445 个，报告期内新增 7 款医美代理产品，并取得多款肉毒新品区域销售资质，新品挖掘与市场推广能力持续提升；同时，作为国内首家落地医美专属温控储运体系的服务商，其医美高净值温控产品物流服务质量显著提升。产业链布局上，九州通联合自身投资基金及相关方，以“投资+BD”双轮驱动上游生态构建：自 2016 年起战略布局医美赛道，覆盖玻尿酸、重组胶原蛋白、重组胎贝粘蛋白、III 类光电射频、溶脂针等前沿领域，战略投资爱美客（SZ.300896）、绽妍生物、威脉医疗、迈诺威、瑞吉明等优质标的；同时建立涵盖 10 余个细分赛道的 BD 项目库，储备羟基磷灰石、PLLA、PDRN、琼脂糖等新型材料，为长期产品迭代提供了充足管线。借助股东的产业资源，公司将实现“产品供应链+服务+数字化运营”全链路的生态体系，进一步提升公司的医美服务能力。

### 4、积极践行公益社会责任，持续沉淀软性品牌价值

公司积极践行企业社会责任，依托“美丽慈善浙江行”项目开展公益捐赠，帮扶面部缺陷、伤病等弱势群体，落地多例公益诊疗救治工作；同时常态化开展社区义诊、无偿献血、便民志愿服务等公益行动，依托自身医疗专业能力回馈地方社会，塑造富有公信力与人文温度的企业形象，持续为公司品牌赋能增值。