

2021年中国医疗服务系列报告： 基于爱尔眼科、通策医疗及美年健康的比较分析

2021 China Medical Service Series Report :Comparative analysis of Aier Eye Hospital Group 、 Topchoice Medical Corporation 、 Meinian Onehealth Healthcare Holdings

2021年中国医療サービスレポートシリーズ：Aier眼科、Tongce Medical、MeinianHealthの比較分析に基づく

报告标签：医疗服务、民营医院、眼科医疗、口腔医疗、专业体检、分级连锁

报告主要作者：赵玉玲

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

报告摘要

头豹谨此发布《2021年中国医疗服务系列报告：基于爱尔眼科、通策医疗及美年健康的比较分析》，本报告主要包括：

1. 深化医疗体制改革背景下，中国医疗服务产业发展与变革
2. 评估中国医疗服务领域细分赛道，眼科、口腔及体检规模化扩张表现突出
3. 解析爱尔眼科、通策医疗及美年健康三大连锁医疗服务龙头价值
4. 爱尔眼科、通策医疗及美年健康扩张策略、运营模式及盈利能力对比分析

观点提炼：

- 卫健委等部门从加大政策支持力度、简化准入审批服务及优化运营管理服务等多个方面着手，引导与规范社会资本进入医疗领域，促进社会办医健康发展。过去十年间，中国民营医疗行业呈现稳健增长趋势，加速民营医疗服务产业化。截至2020年末，全国医疗卫生机构总数达1,022,922个，其中医院35,394个，民营医院占比66.5%。
- 从增长路径来看，体检、眼科及口腔属于医院非核心业务，在政策支持社会办医、居民健康意识提升及消费升级三大因素驱动下，逐步从公立综合医院剥离，在资本及市场推动下，得以快速扩展，其中眼科、口腔医疗行业龙头效应显著，未来应以提高市场渗透率，拓展增量市场为“突破口”。
- 连锁医疗机构的核心竞争要素包括资本运作、业务规模、医疗技术及品牌影响力，其中医疗技术与品牌影响力是单体医院提升盈利能力的关键。连锁医疗服务企业实现精细化单体运营与规模化扩张并举，提升单体医院盈利能力，同时通过资源整合，降低运营成本，提升整体盈利能力。

目录

◆	第一章 中国医疗服务市场洞察	-----	07
	1.1 发展环境	-----	08
	1.2 产业体系	-----	09
	1.3 市场动态	-----	10
	• 社会资本涌入医疗领域	-----	10
	• 分级诊疗制度逐步建立	-----	11
	• 互联网医疗加速渗透	-----	12
◆	第二章 中国医疗服务领域优质赛道	-----	13
	2.1 细分赛道对比分析	-----	14
	2.2 眼科医疗	-----	16
	2.3 口腔医疗	-----	17
	2.4 专业体检	-----	18
◆	第三章 中国医疗服务龙头企业分析	-----	19
	3.1 爱尔眼科	-----	20
	3.2 通策医疗	-----	21
	3.3 美年健康	-----	22
◆	第四章 中国医疗服务龙头企业对比分析	-----	23
	4.1 扩张策略	-----	24
	4.2 运营模式	-----	25
	4.3 盈利能力	-----	26
◆	方法论	-----	28
◆	法律声明	-----	29

Contents

◆	Chapter 1 Insights Into China's Medical Service Market	-----	07
	1.1 Development Environment	-----	08
	1.2 Industrial System	-----	09
	1.3 Market Dynamics	-----	10
	• Social Capital Enters The Medical Field	-----	10
	• Hierarchical Diagnosis And Treatment Sys	-----	11
	• Internet Healthcare Accelerates Penetration	-----	12
◆	Chapter 2 China's High-quality Track In The Field Of Medical Services	-----	13
	2.1 Comparative Analysis Of Subdivision Tracks	-----	14
	2.2 Eye Medical	-----	16
	2.3 Dental Medical	-----	17
	2.4 Health Checkup	-----	18
◆	Chapter 3 Analysis Of Leading Chinese Medical Service Companies	-----	19
	3.1 Aier Eye Hospital Group	-----	20
	3.2 Tongce Medical	-----	21
	3.3 Meinian Healthcare	-----	22
◆	Chapter 4 Comparative Analysis Of China's Leading Medical Service Companies	-----	23
	4.1 Expansion Strategy	-----	24
	4.2 Operating Model	-----	25
	4.3 Profitability	-----	26
◆	Methodology	-----	28
◆	Legal Statement	-----	29

图表目录

图表1	政策机遇与市场需求共同构建医疗服务产业发展环境	-----	08
图表2	中国医疗服务产业体系重构，2020年	-----	09
图表3	社会办医相关政策与主要模式	-----	10
图表4	分级诊疗服务模式与优势	-----	11
图表5	互联网医疗改变患者就医流程	-----	12
图表6	中国医疗服务细分领域规模及毛利率，2020年	-----	14
图表7	中国医疗服务细分领域连锁扩张与龙头效应，2020年	-----	15
图表8	常见眼病发病率与患者数量，2020年	-----	16
图表9	中国眼科医疗行业发展现状	-----	16
图表10	口腔疾病与口腔美容	-----	17
图表11	中国口腔医疗行业发展	-----	17
图表12	健康体检流程及价值分析	-----	18
图表13	中国健康体检行业发展现状	-----	18
图表14	爱尔眼科主营业务分析	-----	20
图表15	通策医疗主营业务分析	-----	21
图表16	美年健康主营业务分析	-----	22
图表17	爱尔眼科、通策医疗及美年健康扩张策略对比	-----	24
图表18	爱尔眼科、通策医疗及美年健康运营模式对比	-----	25
图表19	连锁医疗机构核心竞争要素	-----	26
图表20	单体医院微观盈利模型	-----	26
图表21	爱尔眼科、通策医疗及美年健康毛利率及效率对比	-----	27

名词解释

- ◆ **分级诊疗：**国务院办公厅于2015年9月8日发布《关于推进分级诊疗制度建设的指导意见》，提出以“基层首诊、双向转诊、急慢分治、上下联动”的“分级诊疗”模式，引导优质医疗资源下沉，形成科学合理就医秩序。
- ◆ **口腔正畸：**指矫正牙齿、解除错牙合畸形，主要研究错牙合畸形的病因机制，诊断分析及其预防和治疗，正畸可以达到美观牙齿的功效。
- ◆ **口腔种植：**在口腔缺牙区的牙槽骨内植入种植体，待种植体成活后，在其上端制作修复体完成种植义齿的修复。
- ◆ **屈光不正：**眼在调节放松状态下，外界平行光线经过眼的屈光系统后，不能在视网膜上聚焦的情况，包括近视、远视和散光。
- ◆ **白内障：**由晶状体浑浊导致的障碍性疾病，发病迟缓，主要症状是无痛性、渐进性的视力下降，多发于50岁以上人群。

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

第一章

中国医疗服务市场洞察

1.1 发展环境

1.2 产业体系

1.3 市场动态

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com



■ 发展环境：政策机遇与市场需求叠加，促进民营医疗发展

为了解决日益增长的医疗服务需求，国务院、卫健委等多部门联合颁布多项政策，致力于深化医疗体制改革，支持社会办医、分级问诊及医师多点执业，进而推动民营医疗市场扩张

现阶段，中国医疗服务产业发展具有良好的政策、市场环境，民营医疗迎来发展机遇。

■ 政策引导社会资本进入医疗领域，支持民营医疗机构发展

新一轮医药卫生体制改革实施，有助于破除医疗体制障碍与政策束缚，引导社会资本参与医疗卫生事业建设与发展。自2015年以来，国务院、原卫计委等多部门先后发布《关于促进社会办医加快发展若干政策措施》、《“健康中国2030”规划纲要》及《关于支持社会力量提供多层次多样化医疗服务的意见》等文件，从医疗机构准入、医疗资源共享、定价及税收政策等方面着手，激发医疗领域社会投资活力，调动社会办医积极性。

■ 人口结构重心上移与生活方式转变，推动医疗服务需求增长

人口老龄化已成为极为严峻的社会问题，老年人口是社会医疗服务的重要需求群体。自20世纪90年代以来，中国的老龄化进程不断加快。预计到2040年，中国65岁及以上老年人口占总人口的比例将超过20%，80岁以上老人将增加至7,400.0万人。

同时，受生活方式转变与不良生活习惯影响，眼、口腔等常见疾病向幼龄化及高龄化发展，患者总量不断增长，促进相关医疗服务需求增长。

■ 居民收入水平增长与健康意识提升，带动医疗保健消费升级

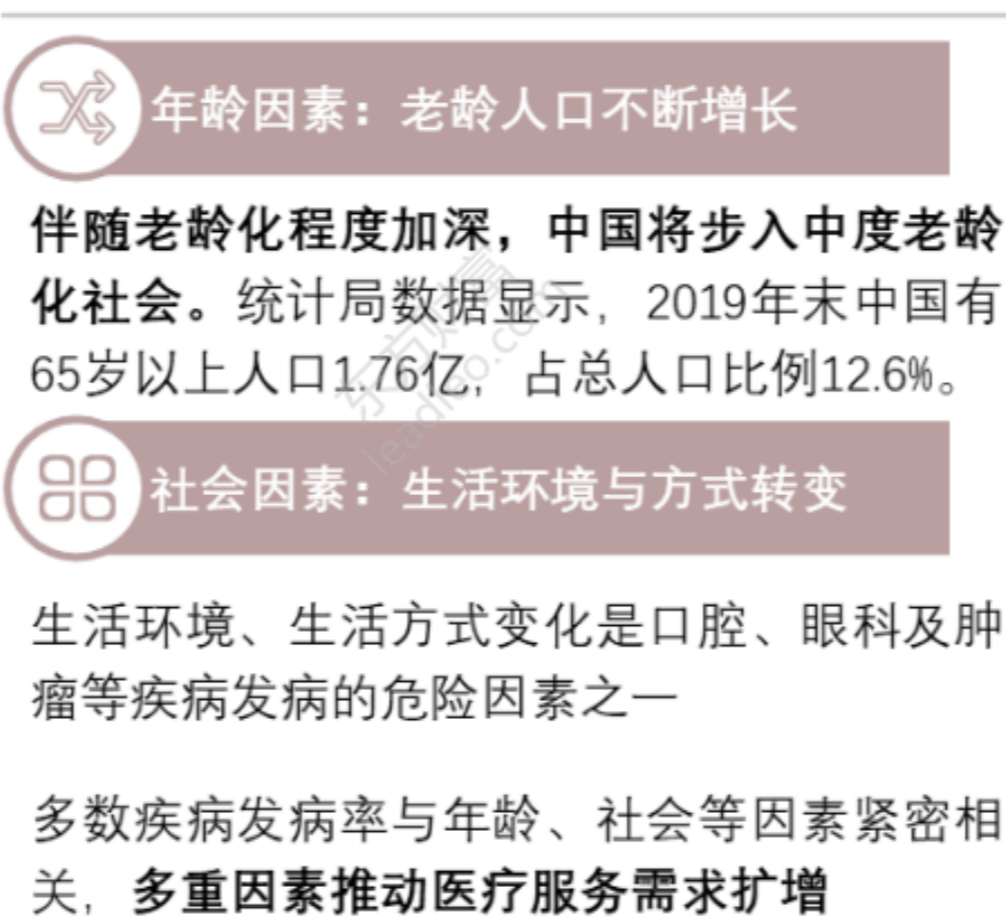
居民收入水平提升为医疗保健消费奠定经济基础，加之居民健康意识提升，带动医疗保健消费升级，驱动医疗保健需求市场持续扩张。据国家统计局数据，2020年中国人均消费支出27,007.0元，人均医疗保健消费支出1,843.0元。尽管受到2020年新冠疫情影响，人均消费支出及医疗保健消费支出均呈现小幅下滑，但2020年人均医疗保健消费支出占总消费支出比例为8.7%，仍呈上升趋势，表明作为刚性需求，医疗保健市场需求稳定，且仍将不断扩大。

图表1：政策机遇与市场需求共同构建医疗服务产业发展环境

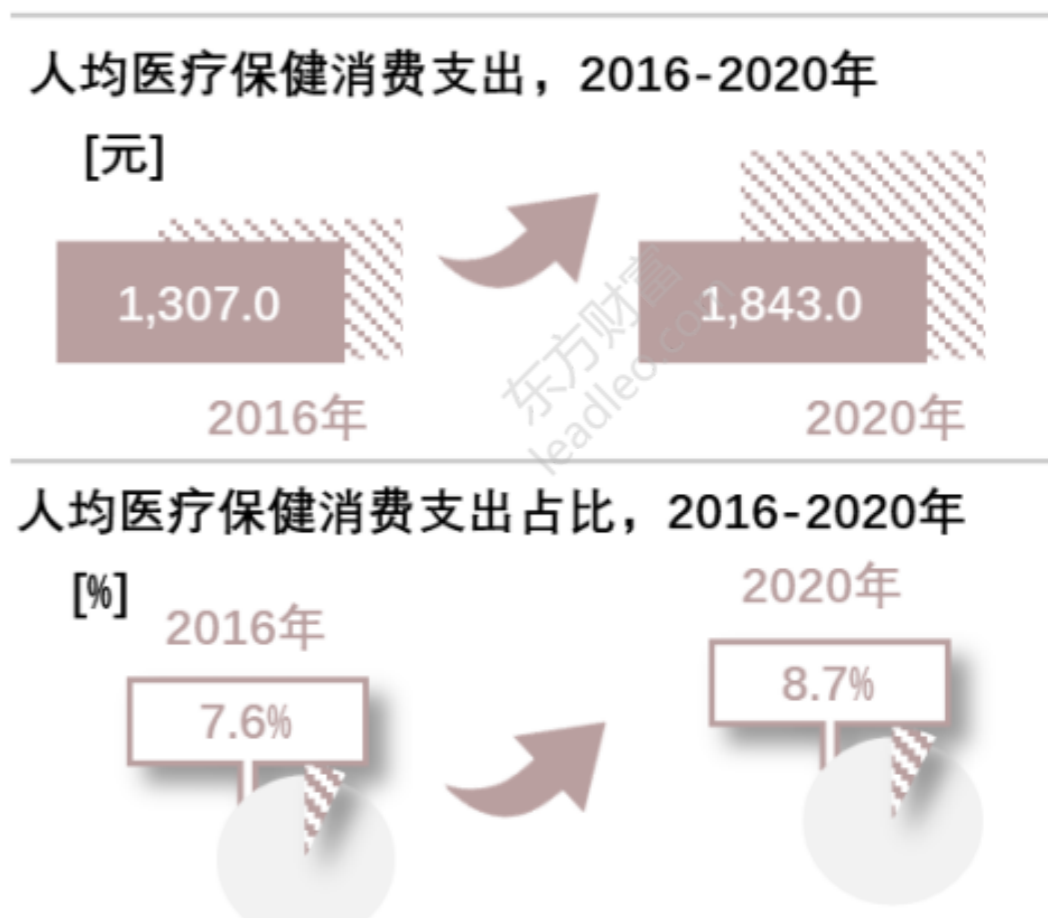
□ 政策支持：引导产业发展



□ 患者群体：推动需求增长



□ 收入水平：带动消费升级



来源：国家统计局，头豹研究院

■ 产业体系：新医改助推中国医疗服务产业进入新阶段

医疗服务产业链涉及预防、诊断、治疗及康复全流程环节，受医疗技术、服务主体、支付方式及应用场景四大因素影响，中国医疗服务体系不断完善

图表2：中国医疗服务产业体系重构，2020年



作为医疗健康产业的重要分支，伴随医疗服务投入与要素供给持续增加，其产业体系不断完善，医疗服务将逐步成为医疗健康产业的支柱性分支及增长亮点。

■ 医疗技术不断发展，推动医疗服务形式变革

医疗技术是变革医疗服务方式，提升服务质量的根本要素。在疾病预防、诊断、治疗及康复等各个领域，新医疗技术促进医疗服务数字化、智能化及精准化发展，加速医疗服务产业变革。

■ 医疗体制改革落实，促进医疗服务业态丰富

在医疗政策的推动下，医疗服务业态加速分化、重组，逐步打破以公立医疗机构为主的医疗服务业态，民营医疗机构、第三方医疗服务机构及健康管理机构不断涌现，医联体、互联网医疗等医疗服务应用场景兴起。

■ 医疗支付方式改革，驱动三医联动机制发展

医疗支付方式是推进医疗服务产业发展的重要因素。中国医保支付制度正逐步由单纯的按项目付费向混合支付方式转变，有利于强化医保对医疗服务行为的激励约束机制，保障医保基金平稳运转，同时驱动医药、医保及医疗三医联动。

来源：头豹研究院

■ 市场动态：社会资本涌入医疗领域，民营医疗快速崛起

卫健委等部门从加大政策支持力度、简化准入审批服务及优化运营管理服务等多个方面着手，引导与规范社会资本进入医疗领域，促进社会办医健康发展

■ 国家重视社会办医健康发展，深化多样化办医体制

政策支持社会办医，促进中国医疗服务体系多层次、多样化发展，全面深化医疗体制改革。2009年3月，国务院发布《关于深化医药卫生体制改革的意见》，明确提出鼓励和引导社会资本发展医疗卫生事业，积极促进非公立医疗卫生机构发展，形成投资主体多元化、投资方式多样化的办医体制。2012年3月，国务院发布《关于印发“十二五”期间深化医药卫生体制改革规划暨实施方案的通知》，放宽社会资本举办医疗机构的准入，要求大力发展非公立医疗机构。2019年6月，卫健委等多部门联合发布《关于印发促进社会办医持续健康规范发展意见》，以深化“放管服”改革为主线，从加大政府支持力度、简化审批服务等多个方面入手，提出22项政策措施。

■ 采用多元化社会办医模式，促进民营医疗行业发展

在政策支持下，社会资本加速进入医疗领域，民营医疗快速发展，其服务能力与服务质量不断提高，有效补充基层医疗资源。社会办医有全资兴建、资产收购及PPP三种模式，其中全资兴建需要大量资金，且建设周期长，投资风险较大；资产收购的机构通常存在经营与管理问题，且收购流程较为繁杂；PPP模式下，政府可以通过引进社会资本，减轻财政压力，企业则可以获得政府在土地、税收方面给予的优惠，进而减低投资风险，因此PPP模式有助政府与企业实现双赢。

过去十年间，中国民营医疗行业呈现稳健增长趋势，加速民营医疗服务产业化。截至2020年末，全国医疗卫生机构总数达1,022,922个，其中医院35,394个，民营医院占比66.5%。

图表3：社会办医相关政策与主要模式

政策背景		主要模式			
		项目	全资兴建	资产收购	PPP模式
<p>《通知》¹对支持社会办医的力度更大，更有针对性，呈现以下亮点：</p> <ul style="list-style-type: none"> 加大政策支持力度 明确拓展社会办医空间，扩大用地供给，推广政府购买服务及落实税收优惠政策等4项措施 简化准入审批服务 明确提高准入审批效率，规范审核评价，进一步放宽规划限制及试点诊所备案管理等4项措施 优化运营管理服务 完善医疗保险支付 完善综合监管体系 	建设方式	由社会资本出资或筹资新建医院	收购已建成民营或公立医院	社会资本与公共部门合资建设	
	市场类型	增量	存量	存量	
	建设难度	大	小	小	
	特征分析	建设周期长，投资回报周期长，风险较大 专科医院连锁经营模式较为成熟	被收购的民营医院可能存在经营管理问题 收购公立医院的资产评估、人员安排等流程复杂	充分利用公立医院医疗资源与品牌资源 在土地、税收方面具有政策优势	

注¹：指《关于促进社会办医持续健康规范发展的意见》，由卫健委于2019年6月颁布

注²：Public-Private Partnership，即政府和社会资本合作，是公共基础设施中的一种项目运作模式

来源：卫健委，头豹研究院

■ 市场动态：分级诊疗逐步建立，加速重塑就医格局

作为中国医药卫生体制改革的重点内容，分级诊疗制度全面推进，有助于构建布局合理、分工协作的医疗服务体系和分级诊疗就医格局

分级诊疗是根据病情轻重缓急和病种的复杂程度，将患者分流到不同级别的医院机构就诊。“双向转诊机制”是分级诊疗模式的核心机制，即危重症及疑难杂症患者由低层级医院向三级医院转诊，常见疾病、慢性病及康复期等患者则由大医院向基层医疗机构转诊，进而建立起可持续的医疗运行新机制，构建布局合理、分工协作的医疗服务体系和分级诊疗就医格局。

■ 建立分级诊疗制度是中国医药卫生体制改革的重点工作之一

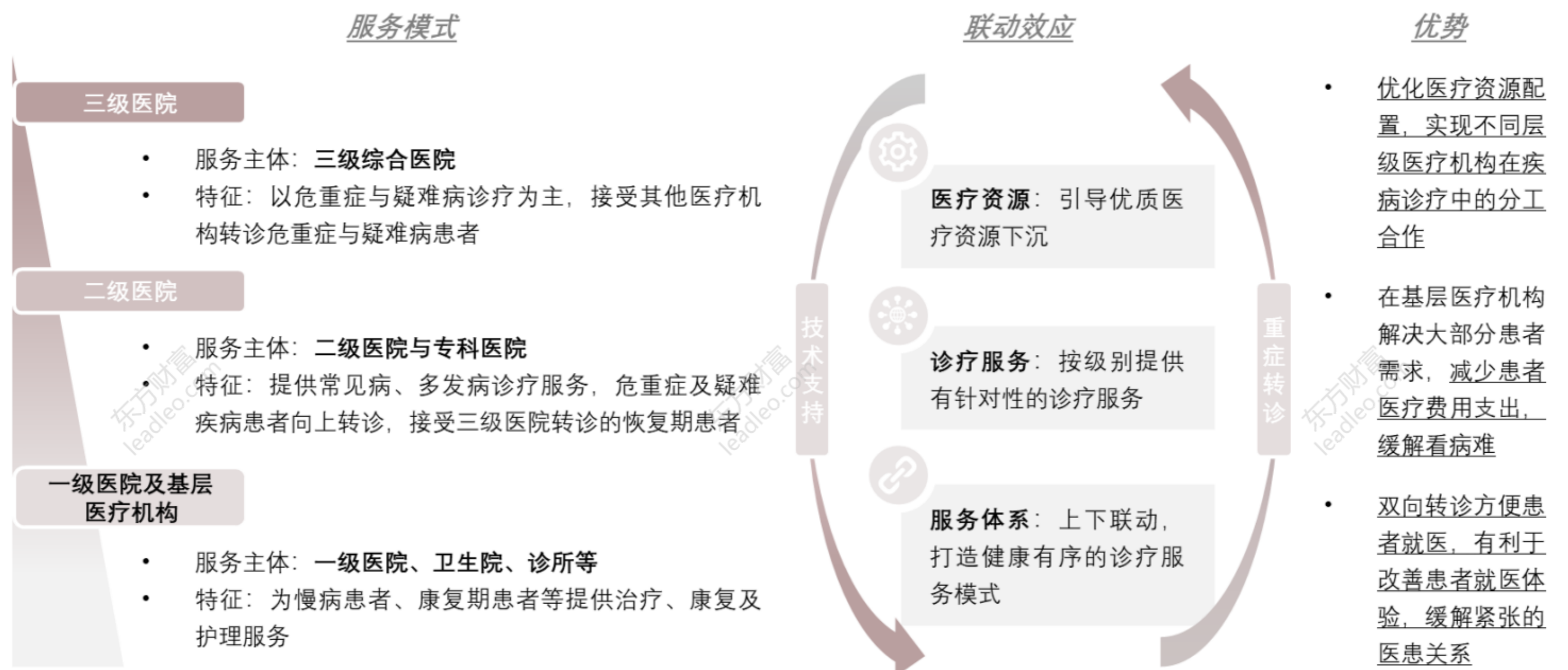
在传统的医疗体制下，由于医疗资源总量不足且分布不均，优质医疗资源往往集中在三级医院，导致日益增长的就医需求与有限的医疗资源之间的工序矛盾愈演愈烈，加重患者就医难题。自2009年国务院发布《关于深化医药卫生体制改革的意见》首次提出分级诊疗后，伴随医药卫生体制改革步入深水区，国家及各地政府陆续出台相关政策，将分级诊疗列为医药卫生体制改革的重点工作之一。

■ 分级诊疗模式促进医疗下沉，民营医疗发展机遇与挑战并存

分级诊疗模式促进医院与基层医疗机构互联互通，形成合理的分工协作机制，建立有序的就医格局。信息技术进步并应用到医疗领域，进一步促进各级医疗机构之间实现信息共享，促进医疗资源纵向整合，构建医联体内部服务闭环，提升整体医疗服务效率及质量。

分级诊疗模式下，民营医疗机构有机会承接分流的门诊、康复和护理等患者，扩大患者来源，但受医疗体制及其他限制性因素影响，民营医疗与公立医疗的衔接与融合有待提升。

图表4：分级诊疗服务模式与优势



来源：头豹研究院

■ 市场动态：新冠疫情推进互联网医疗加速渗透

新冠疫情爆发，促使社会对互联网医疗的认知与应用达到新的高度；后疫情时代，政策与市场双轮驱动互联网医疗渗透与发展

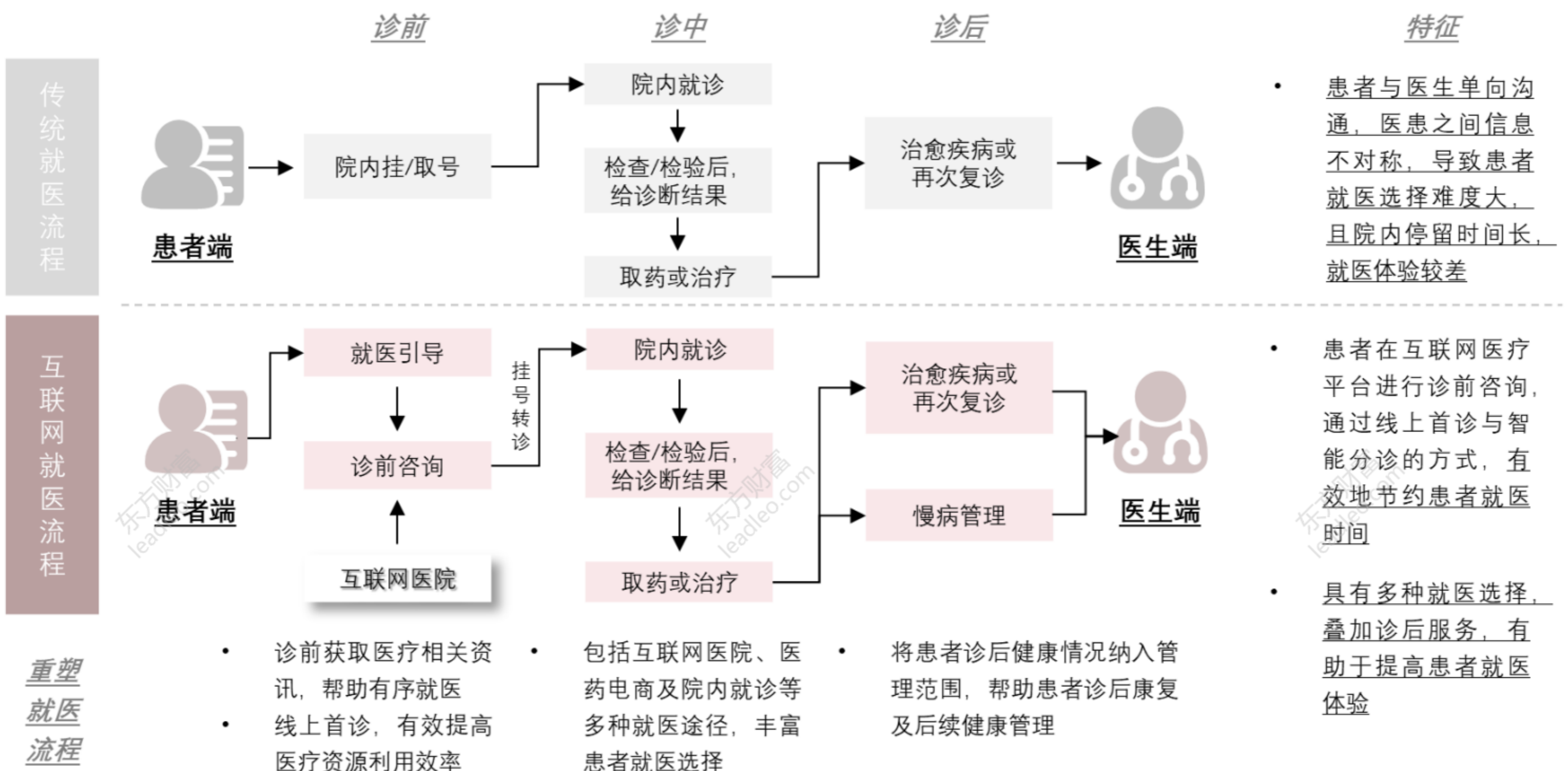
■ 新冠疫情期间，政策加速互联网医疗建设进程

新冠疫情爆发后，国家发改委、卫健委、医保局等多部门相继发布《关于在疫情防控中做好互联网诊疗咨询服务工作的通知》、《关于推进新冠肺炎疫情防控期间开展“互联网+”医保服务的指导意见》等多个文件，肯定并支持发挥互联网医疗的作用，有条件地将线上医疗服务纳入医保，推动医疗服务与互联网走向深度融合。

互联网医疗普及可以有效减少人群聚集，缓解线下实体医疗机构接诊能力不足及偏远地区医疗资源匮乏的问题。新冠疫情期间，第三方互联网医疗平台咨询量暴增，互联网诊疗总量同比增长数十倍，患者与医生大范围接触互联网医疗，对于互联网医疗的认知加速提升。在新冠疫情影响下，线下实体医疗机构进行资源整合，强化线上线下医疗服务融合，推动互联网医疗服务加速渗透。

随着医疗数字化技术进步与基础设施建设完善，互联网医疗给予患者就医便利，同时逐步改变患者就医习惯，正在加速构建新的、便民的立体医疗服务模式。后疫情时代，技术与资本赋能互联网医疗行业，实体医疗机构与互联网医疗企业持续发力，互联网医疗将成为医疗服务链条上的重要环节。

图表5：互联网医疗改变患者就医流程



来源：头豹研究院

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

第二章

中国医疗服务领域优质赛道

2.1 细分赛道

2.2 眼科医疗

2.3 口腔医疗

2.4 专业体检

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

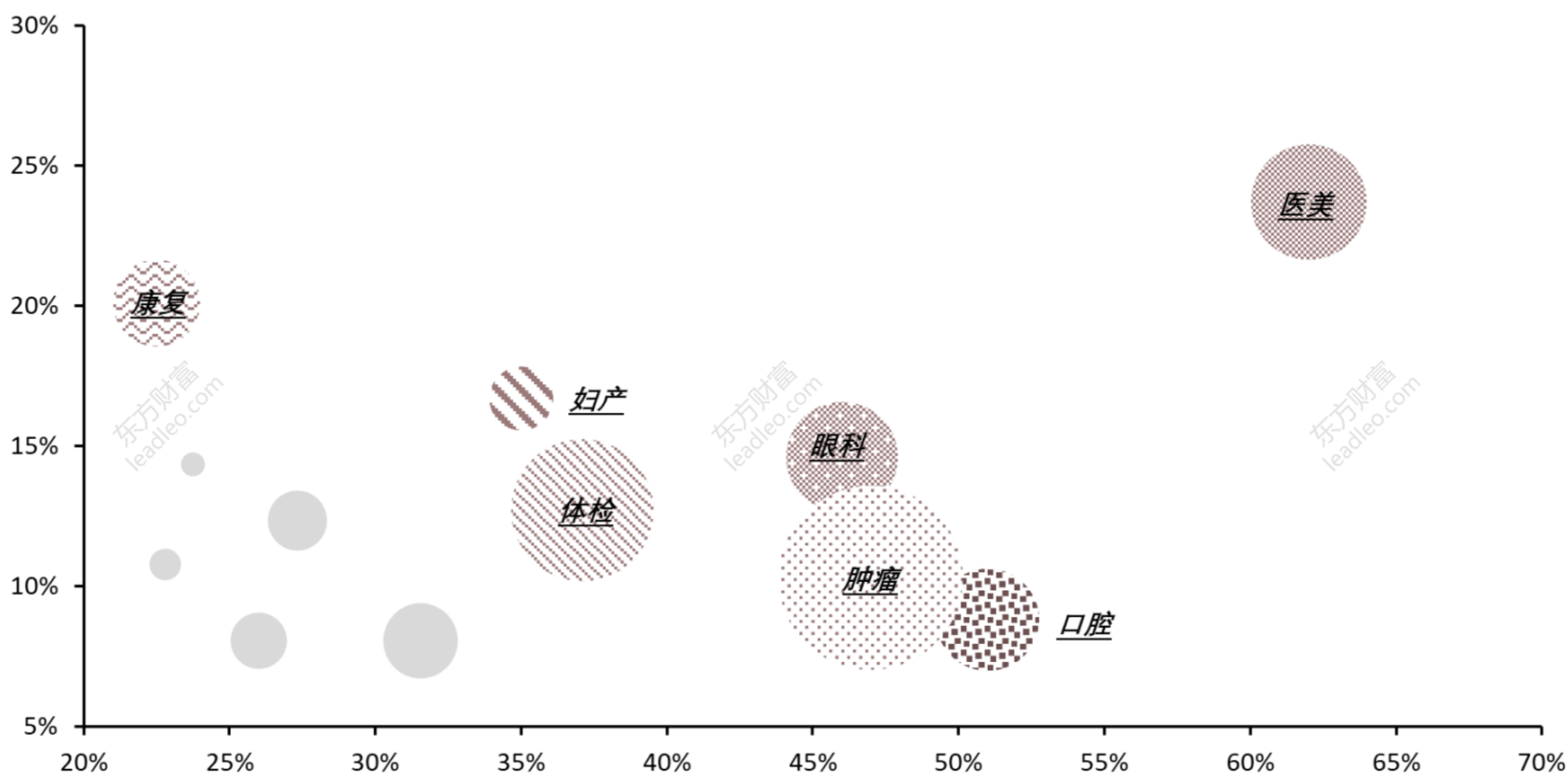
东方财富
leadleo.com

■ 五大千亿级细分医疗服务赛道崭露头角

肿瘤、医美、体检、眼科及口腔五大细分医疗服务赛道已超过千亿规模，其中体检、眼科及口腔逐步发展成熟，已形成规模效应

图表6：中国医疗服务细分领域规模及毛利率，2020年

单位：%；亿人民币



注³：X轴代表各细分领域2020年毛利率；Y轴代表各细分领域2016-2020年符合增长率；圆形大小代表各细分领域2020年市场规模；灰色圆形代表其他医疗服务细分领域。本图意在反映医疗服务各细分领域市场规模、盈利能力及增长潜力情况

■ “政策+市场”双轮驱动各医疗服务赛道发展

从市场发展来看，肿瘤、医美、体检、眼科及口腔五大细分医疗服务赛道已超过千亿规模，其中肿瘤治疗的技术壁垒较高，需求大量资金投入，且难以推广、复制；医美行业技术壁垒低，毛利率高，但营销成本投入巨大，行业竞争激烈；体检、眼科及口腔三大赛道资金门槛较低，专科化、连锁化水平高，已涌现出一批优质企业。

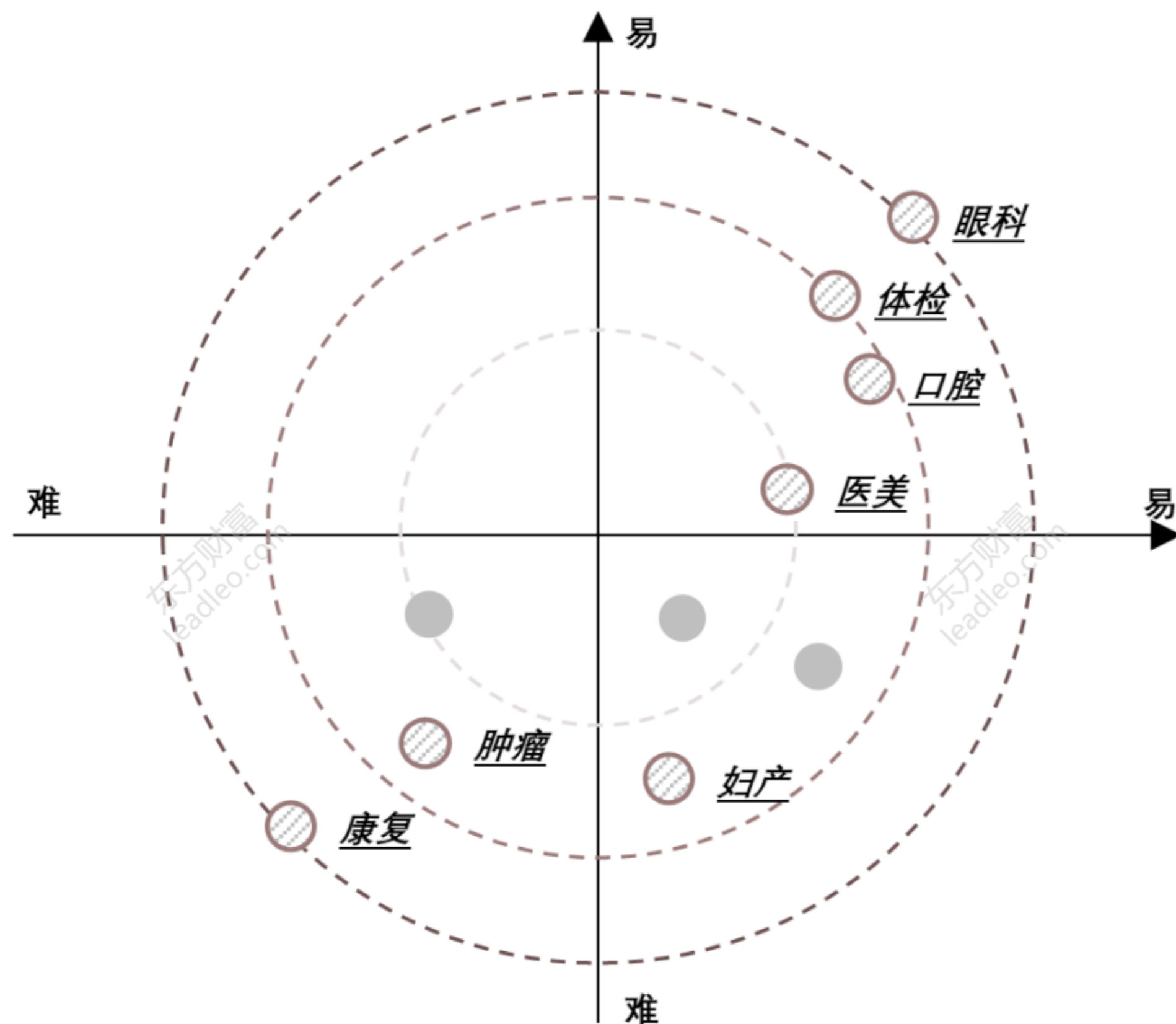
从增长路径来看，体检、眼科及口腔属于医院非核心业务，在政策支持社会办医、居民健康意识提升及消费升级三大因素驱动下，逐步从公立综合医院剥离，在资本及市场推动下，得以快速发展，其中眼科、口腔医疗行业龙头效应显著；肿瘤治疗与医疗美容行业龙头尚未出现，其中肿瘤治疗对医疗资源及资金要求高，不易连锁扩张，可以肿瘤治疗为中心，提供专业化、个性化诊疗服务；医美行业易于标准化和流程化，但规模效应较差，可以患者服务为中心，提升服务专业性，提高患者体检，树立市场品牌。

来源：头豹研究院

■ 眼科、口腔及体检三大赛道逐步进入成熟阶段

眼科、口腔及体检行业具有市场准入门槛较低、医疗技术壁垒低、医疗服务易标准化及业务模式可复制四大特性，因此连锁扩张模式发展较为成熟，龙头效应初步出现

图表7：中国医疗服务细分领域连锁扩张与龙头效应，2020年



- 由于各类医疗服务特性存在显著差异，且政策门槛、资金投入及业务模式各不相同，各细分领域的连锁扩张能力不同，部分赛道已经形成龙头效应，眼科、口腔及体检三大赛道尤为明显。
- 在眼科医疗领域，连锁扩张模式发展较为成熟，龙头效应表现明显。现已形成以爱尔眼科为龙头，华夏眼科、普瑞眼科及何氏眼科为代表的行业竞争格局；
- 在口腔医疗领域，以通策医疗、泰康拜博、美维口腔及瑞尔齿科为代表的连锁品牌；
- 在专业体检领域，已出现美年健康、爱康国宾及瑞慈体检为全国三大连锁体检集团，其中美年健康（含慈铭体检）占据专业体检市场约23%的市场份额，是专业体检领域龙头企业。

注⁴：X轴代表各细分赛道连锁经营难易程度；Y轴代表各细分赛道龙头效应形成难以程度；灰色圆形代表其他细分赛道。本图意在反映各细分赛道连锁扩张及行业内龙头效应情况，进而反映现阶段市场竞争差异

■ 眼科、口腔及体检持续扩张，逐步进入成熟阶段

受行业政策、资金投入及行业特性等多重因素影响，眼科、口腔及体检更易连锁扩张。相较于，精神疾病治疗与辅助生殖，眼科、口腔及体检行业不受经营牌照及医保制约，政策限制较少，进入门槛较低；相较于传染病与肿瘤治疗，眼科、口腔及体检行业技术壁垒较低，基础建设成本较低，且相关医疗服务易标准化，业务模式易被复制。

各细分赛道的服务特性与连锁扩张能力不同，相关企业的业务模式及盈利能力不同。整体而言，现阶段中国眼科、口腔及体检行业已逐步进入成熟期，相关企业经历了数十年发展，已经形成成熟的业务模式与服务网络，医疗服务能力与水平得到提升，具有较强的运营能力，社会认可度较高，相关企业已步入品牌推广及业绩增长正向发展阶段。而医美行业内相关企业已具备一定规模，由于“重营销”的特性，行业内竞争激烈，有待进一步分化、兼并整合后，行业龙头效应方能显现。此外，精神疾病及辅助生殖行业受到政策监管、医保限制影响，价值资金壁垒较高，连锁模式难以推进。

来源：头豹研究院

■ 眼病诊疗需求广泛，眼科医疗市场前景广阔

中国是全球盲和视觉损伤患者数量最多的国家之一，伴随屈光不正、白内障、青光眼等眼科疾病发病率提升，眼科诊疗需求增长，促进眼科医疗行业市场规模增长

图表8：常见眼病发病率与患者数量，2019年



■ 眼部疾病发病率提升，眼科诊疗需求推动行业快速发展

常见的眼科疾病包括屈光不正（含近视、远视及散光等）、白内障、青光眼、干眼症及眼底血管病变等，受人口老龄化、环境变化等因素影响，眼科疾病发病率呈现上升趋势，患者群体数量不断扩大，眼科诊疗需求快速增长。

中国眼科疾病患者正不断增长。一方面，由于白内障、青光眼等眼科疾病发病率随年龄增长而提高，中国人口老龄化势必导致眼科疾病患者数量增加；另一方面，由于生活方式改变，中国青少年视健康问题严重，屈光不正等眼科诊疗需求随之增加。

■ 眼科医疗服务需求旺盛，市场规模持续快速增长

随着人口老龄化程度加深及青少年不良用眼习惯问题持续，中国眼科门诊诊疗人次稳步攀升，眼科医疗服务市场规模呈现快速增长趋势。头豹研究院统计数据显示，中国眼科诊疗总人次从2016年109.4百万人次增长至2020年133.8百万人次，年复合增长率约为5.2%，同期眼科医疗行业市场规模由827.0亿人民币增长至1,424.5亿人民币，年复合增长率14.6%。

图表9：中国眼科医疗行业发展现状

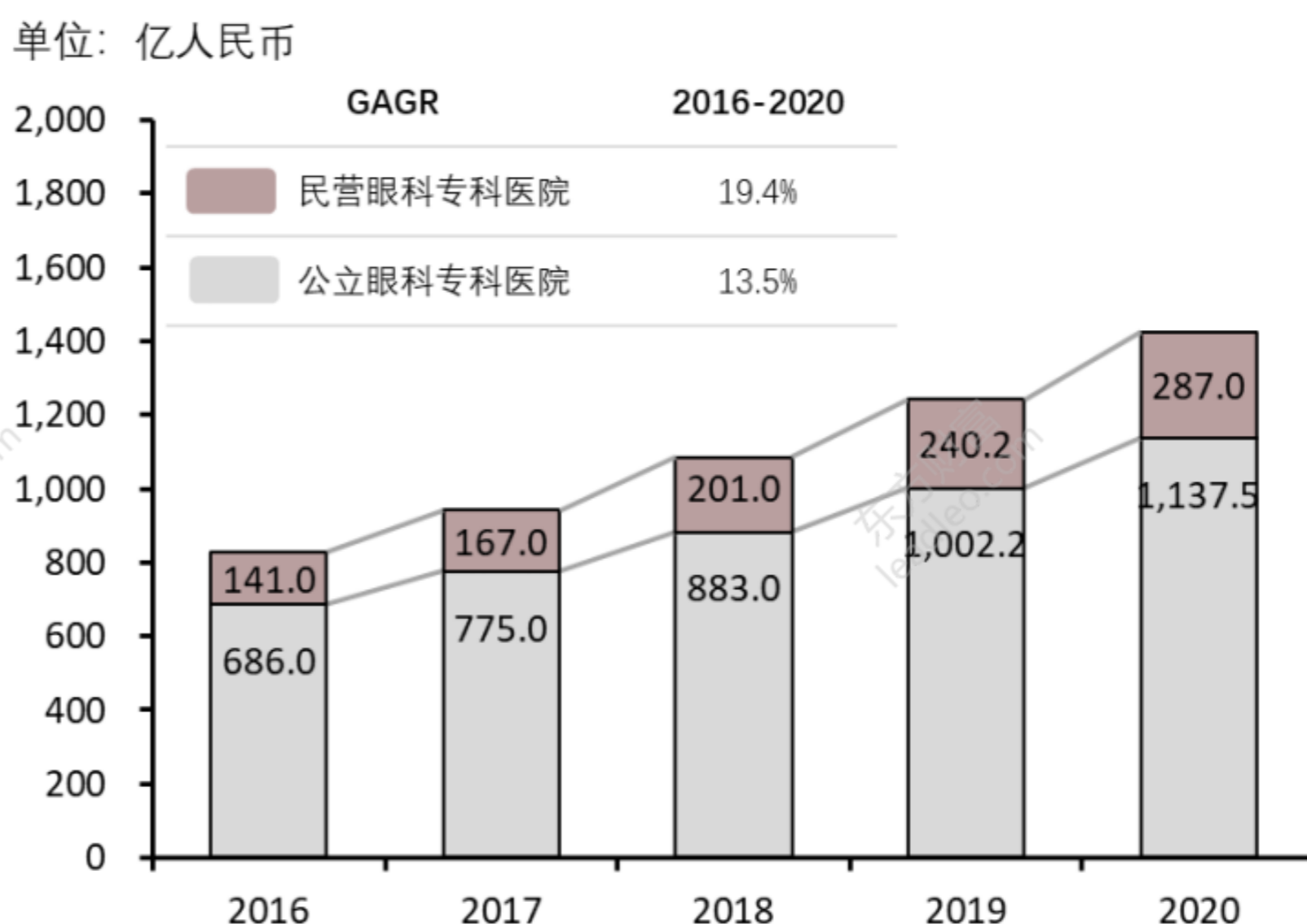
中国眼科诊疗总人次（按医院类型分），2016-2020年



扫码查看高清图片

<https://www.leadleo.com/sizepro/details?id=6125e5719f111f4162f17660&core=613a921b0dd177168a555732>

中国眼科医疗行业市场规模（按医院类型分），2016-2020年



来源：国家统计局，头豹研究院

■ 口腔医疗需求提升，口腔医疗市场持续景气

中国有超过50%的人患有口腔疾病，口腔疾病患者基础庞大，加之消费升级驱动颜值经济发展，口腔美容市场需求旺盛，2020年中国口腔医疗服务市场规模为1,199亿人民币

图表10：口腔疾病与口腔美容

口腔疾病治疗	
•	牙体牙髓病（龋病最为常见）
•	牙周病（如牙周炎、冠周炎等）
•	口腔黏膜疾病（如口腔溃疡）
•	口腔癌（如舌癌、牙龈癌、颌骨癌）
口腔美容	
•	牙齿整形、牙齿美白
•	口腔正畸、牙齿种植
•	口腔护理、口腔修复

■ 口腔疾病患者基数庞大，口腔医疗整体市场需求旺盛

口腔疾病主要有牙体牙髓病、牙周病、口腔黏膜疾病及口腔癌四种，其中龋齿与口腔溃疡最为常见。针对口腔疾病，常见的治疗方式包括拔牙、补牙、种植牙及洁牙等。据悉，中国有超过50%的人患有口腔疾病，口腔疾病患者数量庞大。

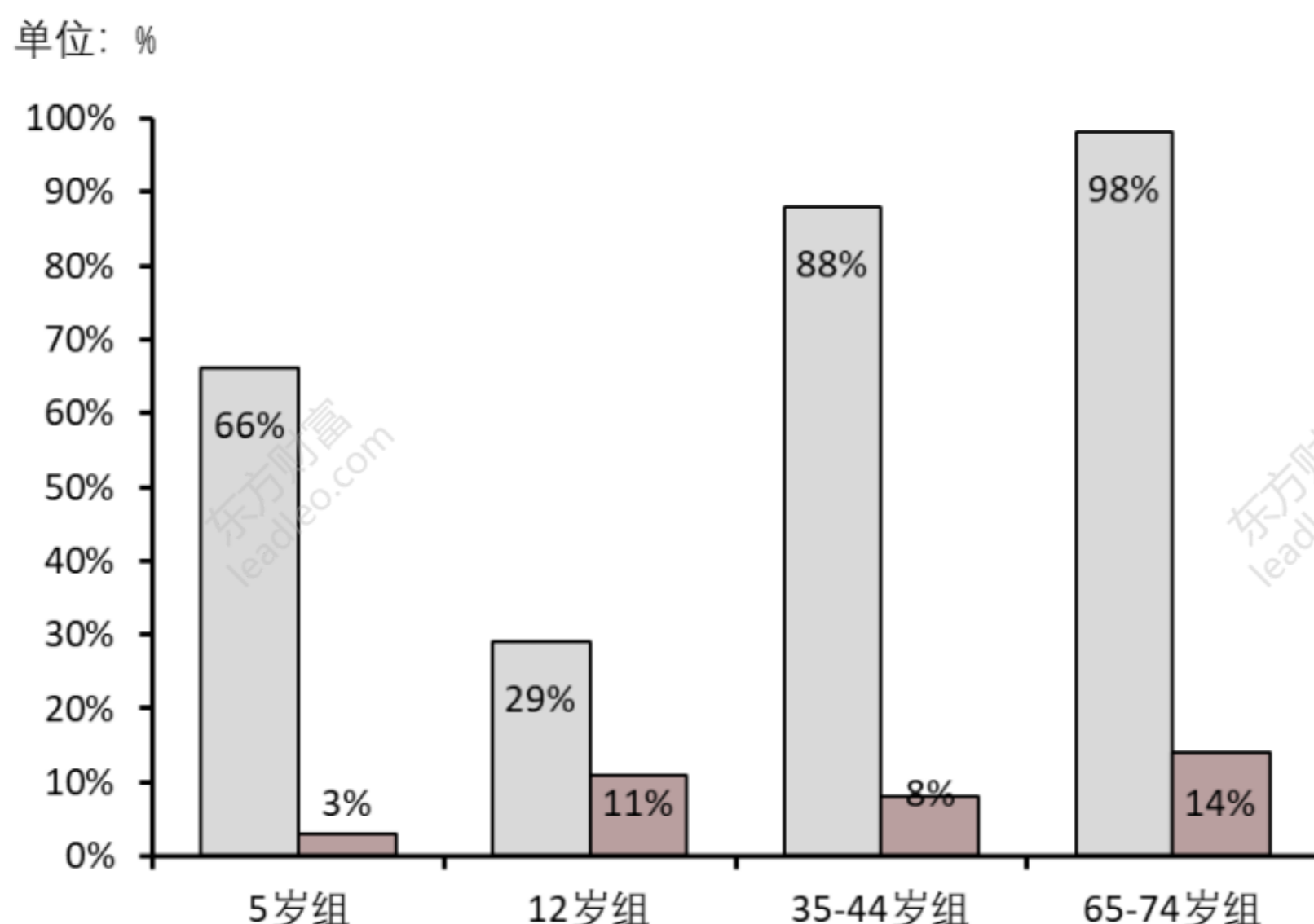
此外，受益于经济水平提升与居民消费升级，牙齿整形、牙齿美白及口腔正畸等口腔美容项目受到消费者青睐，成为颜值经济的重要内容。

■ 口腔医疗服务市场快速增长，民营口腔医疗机构占据市场主导地位

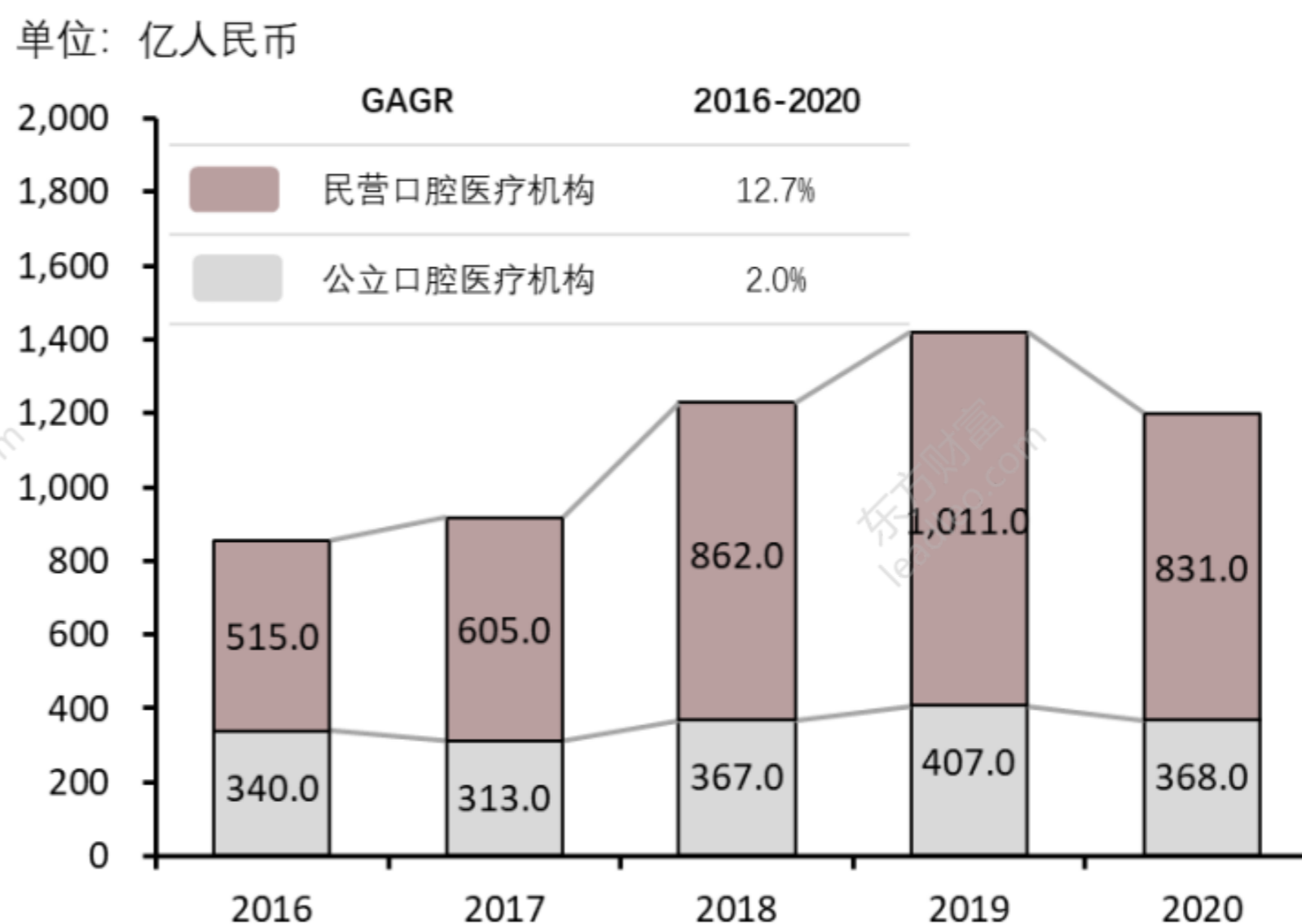
自2016年以来，中国口腔医疗服务市场呈现逐年增长趋势，但受疫情影响2020年市场规模明显下滑。头豹研究院统计数据显示，2016-2019年中国口腔医疗服务市场由855亿人民币增长至1,418亿人民币，2020年整体规模下滑至1,199亿人民币，2016-2020年复合增长率为8.8%，同期民营口腔医疗机构规模复合增长率为12.7%，远高于公立口腔医疗机构。

图表11：中国口腔医疗行业发展现状

中国口腔疾病发病率与治愈率，2020年



中国口腔医疗服务市场规模（按医院类型分），2016-2020年

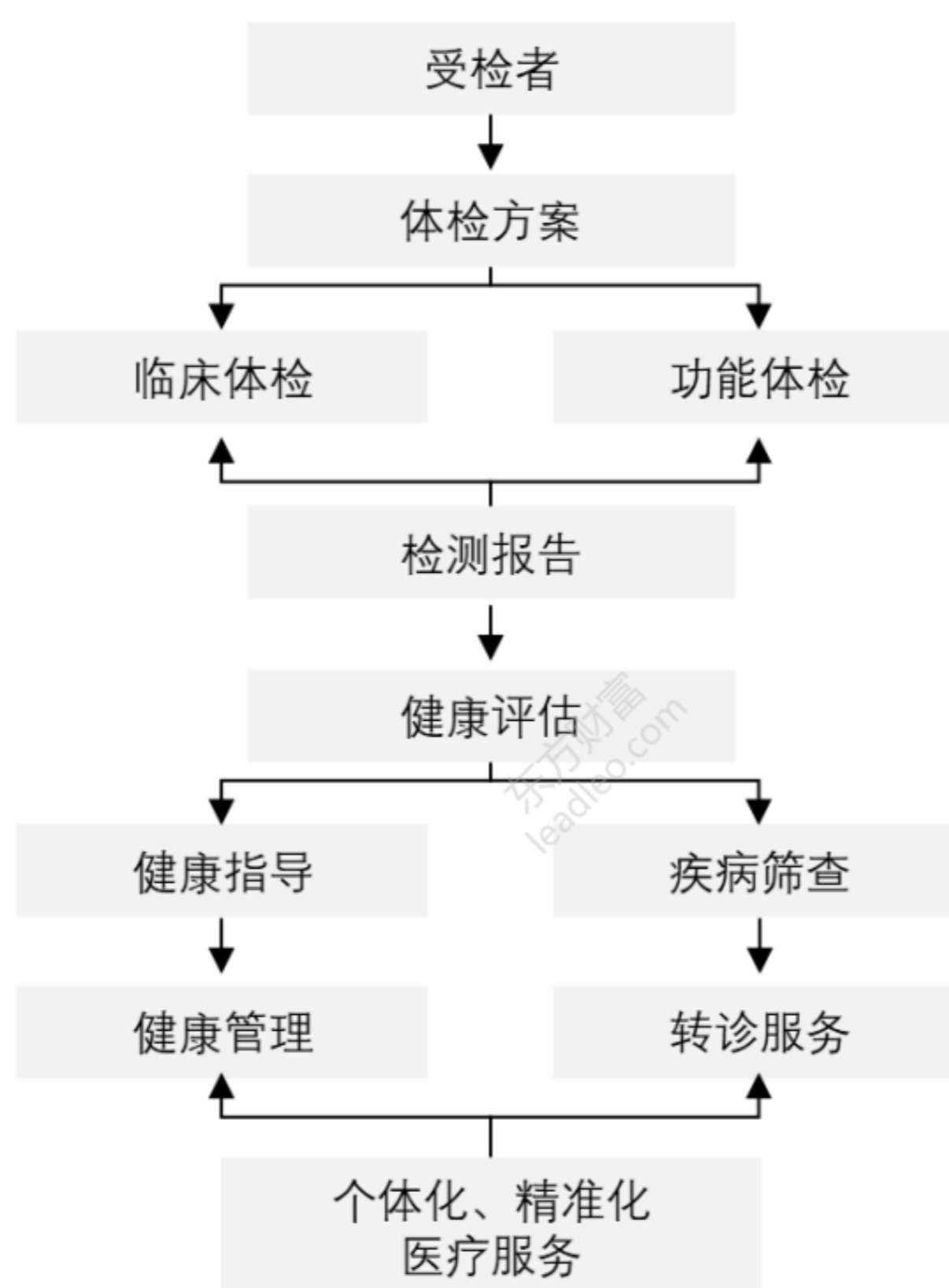


来源：瑞尔集团招股书，头豹研究院

■ 健康体检加速普及，专业体检机构主导市场

受益于居民消费能力增长与健康意识提升，健康体检加速市场渗透；作为大健康产业的入口，健康体检在健康管理、健康保险及精准医疗领域具有发展潜力

图表12：健康体检流程及价值分析



■ 健康体检市场需求广泛存在

伴随居民健康意识提升，健康体检市场需求扩增，受益于经济水平增长，推动健康体检持续普及。统计数据显示，2016-2019年中国健康体检总人次由4.5亿人次增长至6.2亿人次，市场规模由1,286.0亿人民币增长至2,304.8亿人民币。2020年受新冠疫情冲击，体检机构阶段性停业，健康体检总人次下降至5.5亿人次，市场规模约2,047.3亿人民币。

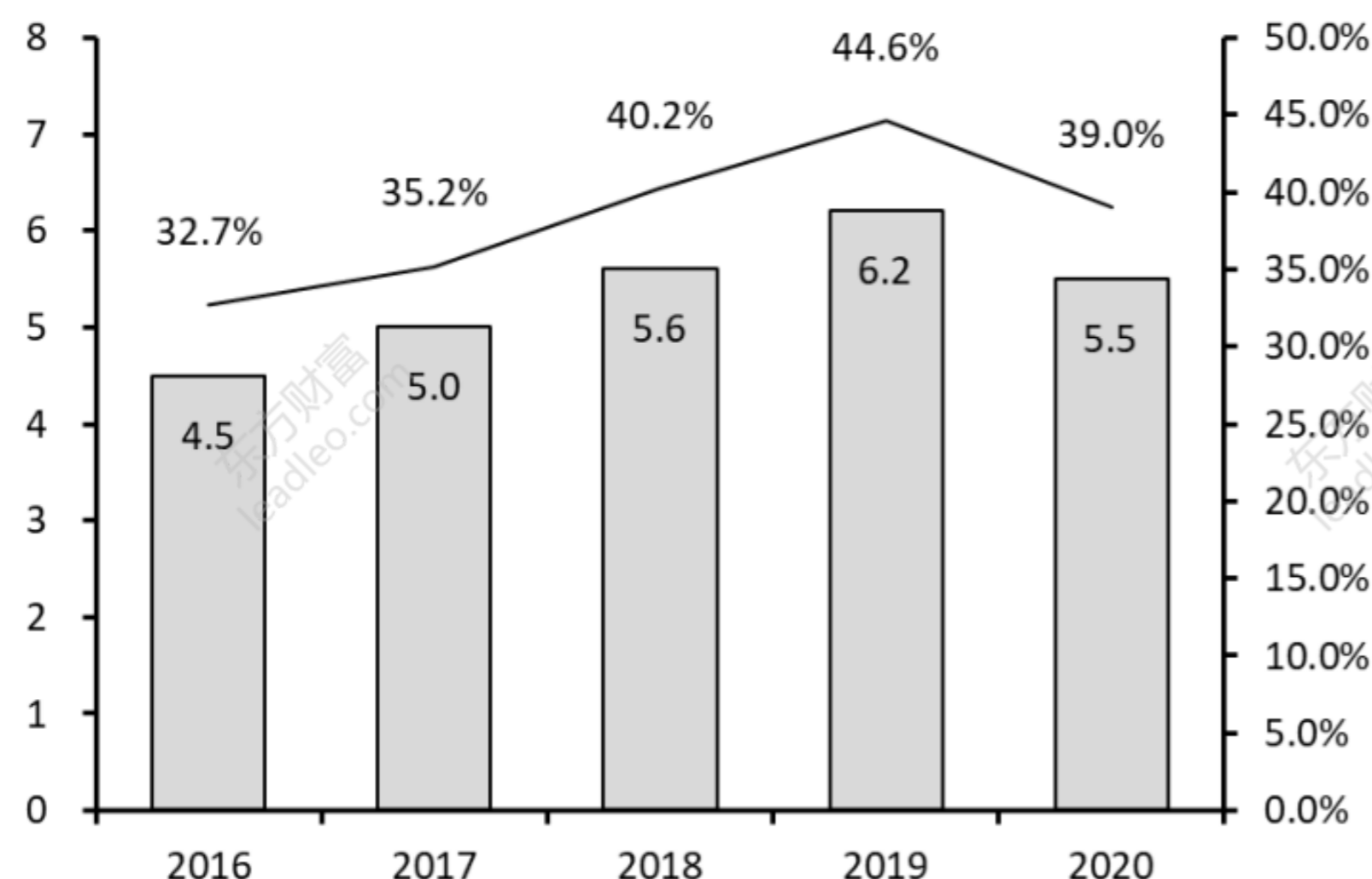
■ 健康体检是大健康产业的入口，在健康管理、健康保险及精准医疗领域具有发展潜力

专业体检机构是体检行业的重要参与主体，提供常规体检、疾病筛查及其他增值服务。通过推出不同种类的预防性体检与个性化体检产品，体检机构可以获得大量的、丰富的用户健康数据，结合后续跟踪服务，构建个体化、精准化的医疗服务体系，拓展精准医疗及健康保险等业务。

图表13：中国健康体检行业发展现状

中国健康体检人次与覆盖率，2016-2020年

单位：亿人次；%



中国健康体检市场规模，2016-2020年

单位：亿人民币



来源：头豹研究院

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

第三章

中国医疗服务龙头企业分析

3.1 爱尔眼科

3.2 通策医疗

3.3 美年健康

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

■ 爱尔眼科：业务布局与业务体量并举，构建行业“护城河”

爱尔眼科依托眼科赛道优势与经营模式优势，逐渐成长为全球性的眼科连锁医疗集团，眼科业务覆盖眼科手术、视光服务及眼科疾病治疗，2020年实现营业收入119.1亿人民币

■ 全面加速连锁扩张，打造全球性眼科医疗集团

自2009年以来，爱尔眼科通过并购重组，加快全国医疗网络战略布局，全面推进以省地-县区域和同城分级连锁网络建设，持续下沉医疗渠道，促使公司的各项业务稳健增长，其市场竞争力与社会影响力得到提升。

爱尔眼科已建立覆盖中国内地、中国香港、欧洲、美国、东南亚的服务网络，是目前全球规模最大的眼科医疗连锁机构。截至2020年末，爱尔眼科在全球共有645家眼科医疗机构，包括中国内地537家、中国香港7家、美国1家、欧洲88家、东南亚12家，其中爱尔眼在中国大陆地区的网点布局以“两湖”为中心，逐步向全国扩展，已覆盖中国医保人口超过70%。

■ 业务规模持续增长，具有强劲业绩增长驱动力

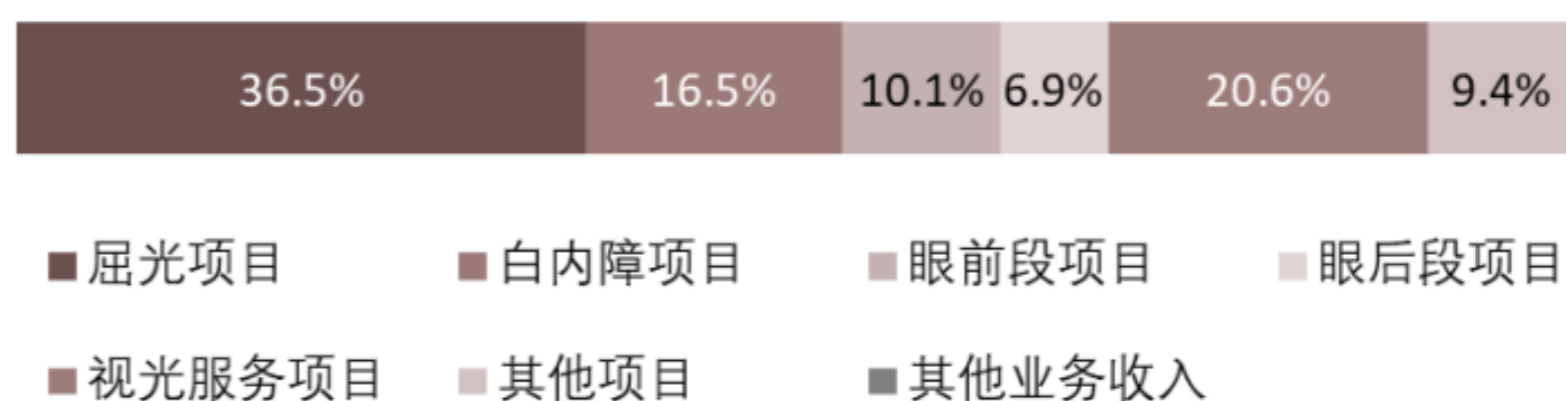
就业务收入而言，爱尔眼科门诊总量逐年增长，各项业务规模持续增长。2016-2020年爱尔眼科门诊量由350.6万人次增长至754.9万人次，手术量由37.7万台增长至69.4万台，业务营收由40.0亿人民币增长至119.1亿人民币。

作为全球性的连锁眼科医疗机构，爱尔眼科核心竞争力主要依赖三方面：一是资本运作形成连锁扩张优势；二是围绕人才与设备的医疗技术优势；三是以战略定位打造品牌，持续优化市场营销策略，提高内化长期增长优势。随着爱尔眼科业务规模持续扩大，经营业绩稳健增长，品牌声誉日益增强，公司发展步入全新阶段。

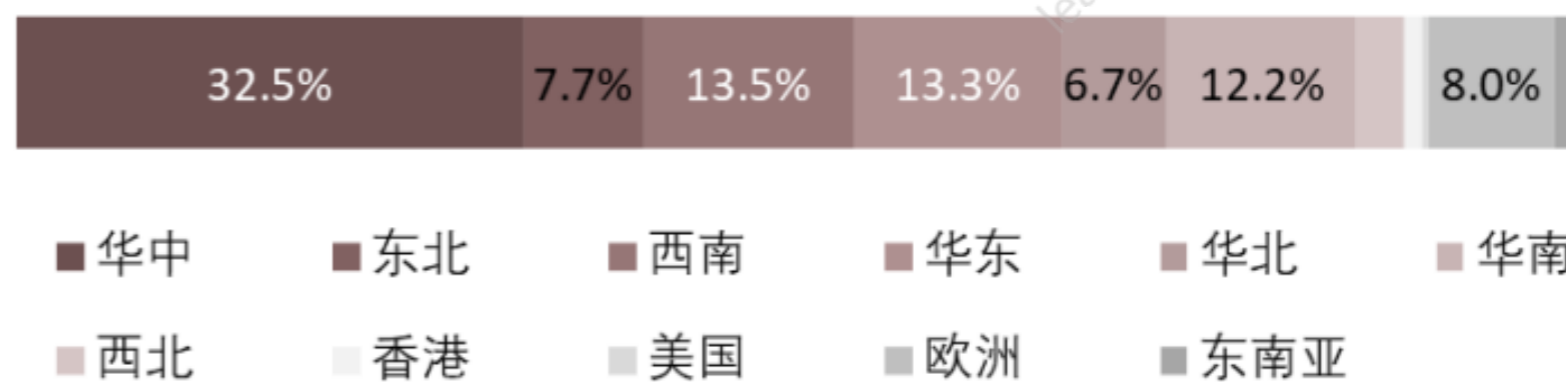
图表14：爱尔眼科主营业务分析
爱尔眼科业务布局，2020年



爱尔眼科业务构成（按产品分）情况，2020年



爱尔眼科业务构成（按区域分）情况，2020年



来源：企业年报，头豹研究院

■ 通策医疗：以“区域总院+分院”模式持续快速扩张

通策医疗业务布局集中于浙江省，省内医院业务收入占比总营收比例超过90%；诊疗数量与诊疗费用提升，驱动业务收入高速增长，2020年实现营收20.9亿人民币

■ 践行“区域总院+分院”发展模式，实现浙江省内快速扩张

通策医疗坚持“区域总院+分院”为发展模式，围绕中心总院，辐射周边分院，其业务布局集中于浙江省，且省内营业收入占比高。截至2020年末，通策医疗拥有50家医院，其中37家分布于浙江省内，省内医院业务收入占比总营收比例超过90%。在浙江省内，通策医疗已建成杭州平海总院、杭州城西总院及宁波总院3家大型总院。围绕区域中心医院，通策医疗已形成平海集团、城西集团、绍兴集团及宁波集团4大医院集团，业务覆盖杭州、绍兴、宁波、嘉兴及金华等8个地级市。

■ 诊疗量与诊疗费用提升，促进营业收入稳步增长

近五年，通策医疗诊疗量逐年增长，加之诊疗费用持续增长，驱动业务收入高速增长。2016-2020年通策医疗诊疗量由130.0万人次增长至219.1万人次，人均诊疗费用由675.9人民币增长至953.1人民币，业务营收由8.8亿人民币增长至20.9亿人民币，其主要业务包括种植、正畸、儿科及综合医疗服务。

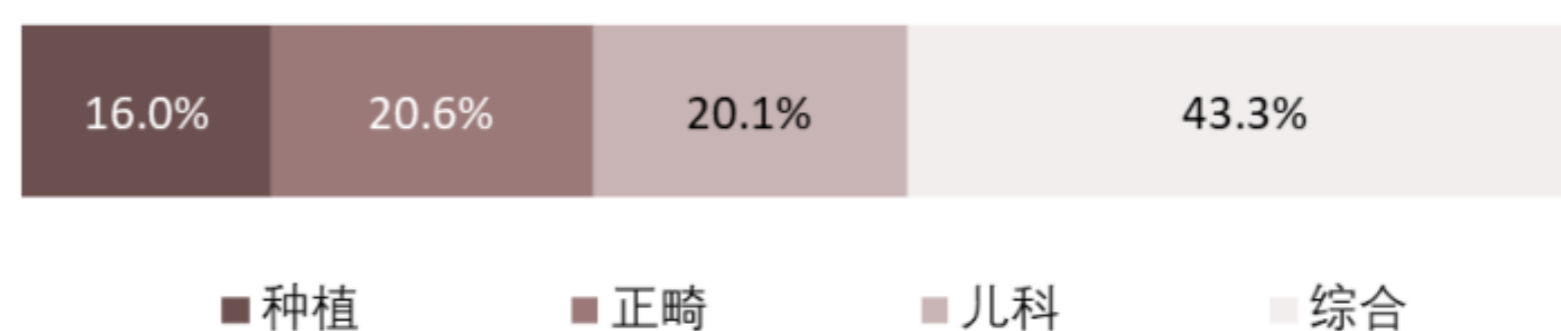
通策医疗主要有正畸、种植、儿科及综合口腔服务，分别占主营业务收入比例为43.3%、16.0%、20.6%及20.1%，其中正畸、种植属于专科诊疗服务，且客单价较高，通常正畸客单价为2-4万人民币，种植客单价为0.75-2万人民币。随着正畸、种植市场渗透率提升，未来相关业务有望持续增长。

图表15：通策医疗主营业务分析

通策医疗浙江省业务布局，2020年



通策医疗业务构成（按服务项目分）情况，2020年



通策医疗业务构成（按区域分）情况，2020年



来源：企业年报，头豹研究院

■ 美年健康：践行并购整合与差异化运营，实现业务提质增量

美年健康整合“美年大健康”、“慈铭”、“奥亚”、“美兆”四大品牌，提供多层次、个体化健康体检服务，2020年实现业务营收60.7亿人民币

■ 通过并购实现扩张，布局全国体检市场

自2011年以来，美年健康通过多次并购，整合各区域门店与多个品牌资源，加速全国市场布局，逐步成为国内分布最广、规模领先的专业体检及医疗机构。截至2020年末，美年健康旗下体检中心数量为605家，其中控股体检中心266家，参股体检中心339家，已覆盖除港澳台外的31个省市自治区的308个城市。

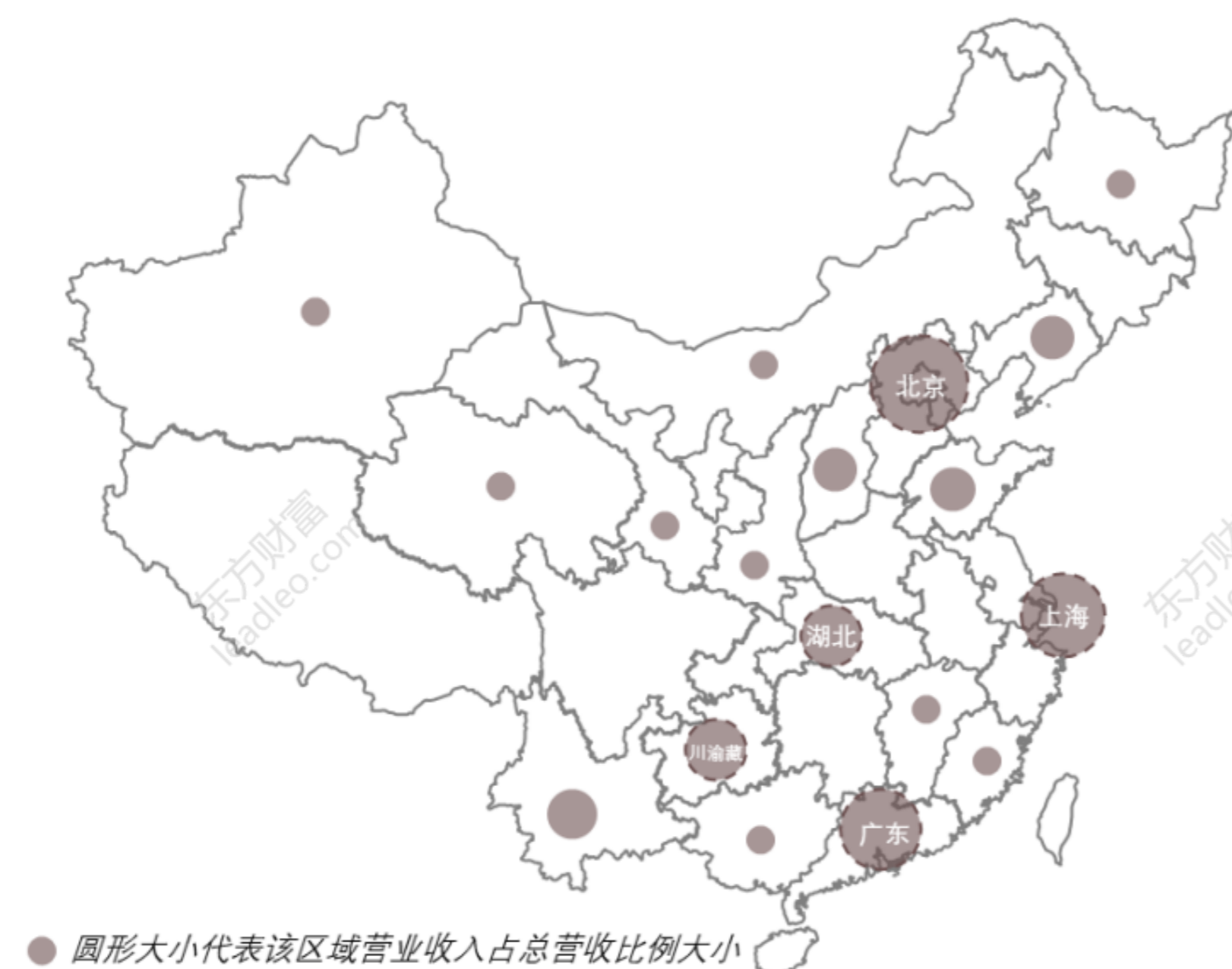
■ 提供多层次健康服务，促进整体业绩增长

美年健康践行差异化经营策略，为消费者提供多层次、全方位、精准化、个性化的健康服务。目前美年健康旗下已有“美年大健康”、“慈铭”、“奥亚”、“美兆”四大品牌，其中“美年大健康”、“慈铭”以大众健康体检市场为主，“奥亚”、“美兆”两大品牌则瞄准中高端团体健康体检、高端个人健康体检及综合医疗服务市场，提供高水准健康服务。

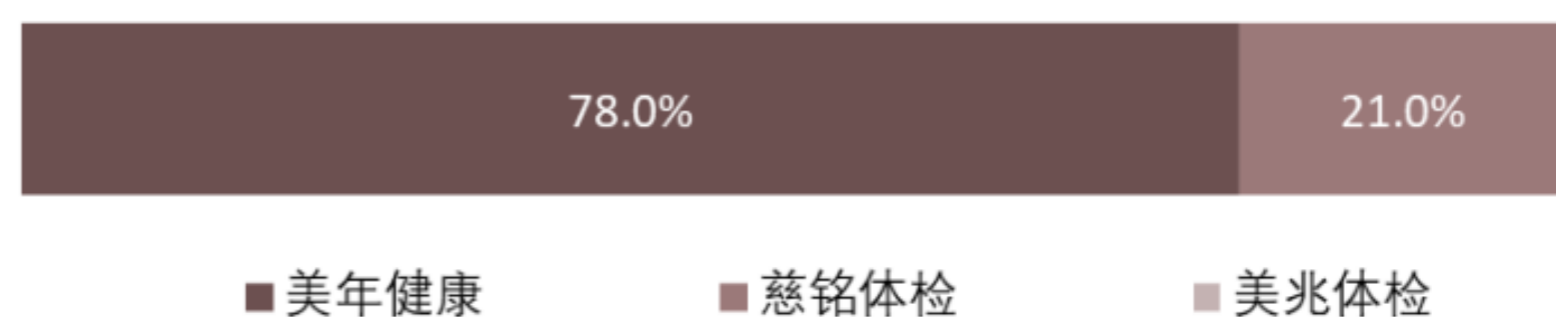
受新冠疫情影响，2020年上半年体检机构停业时间较长，日常业务受影响较大。2020年美年健康实现营业收入78.1亿人民币，同比下降8.8%，其核心业务为体检服务，占总营业收入比例为95.5%。从品牌布局来看，2020年“美年大健康”品牌实现收入60.7亿人民币，占比78%；“慈铭”和“奥亚”实现收入16.3亿人民币，占比21%；“美兆”品牌实现收入1.1亿人民币，占比1%。从区域布局来看，美年健康营业收入前五大区域分别为北京、上海、广东、湖北和川渝藏，2020年各区域营业收入占比分别为13.6%、11.6%、9.3%、6.6%和6.3%。

图表16：美年健康主营业务分析

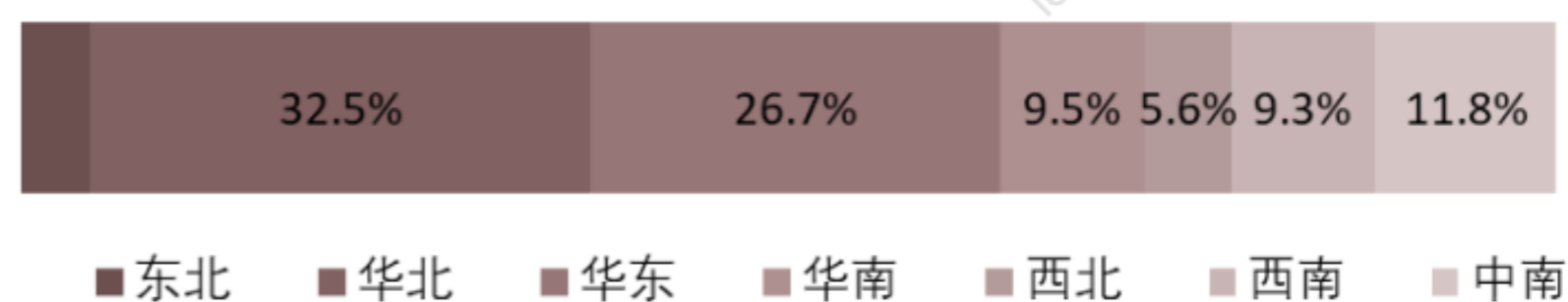
美年健康业务布局，2020年



美年健康业务构成（按品牌分）情况，2020年



美年健康业务构成（按区域分）情况，2020年



来源：企业年报，头豹研究院

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

第四章

中国医疗服务龙头企业对比分析

4.1 扩张策略

4.2 运营模式

4.3 盈利能力

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

东方财富
leadleo.com

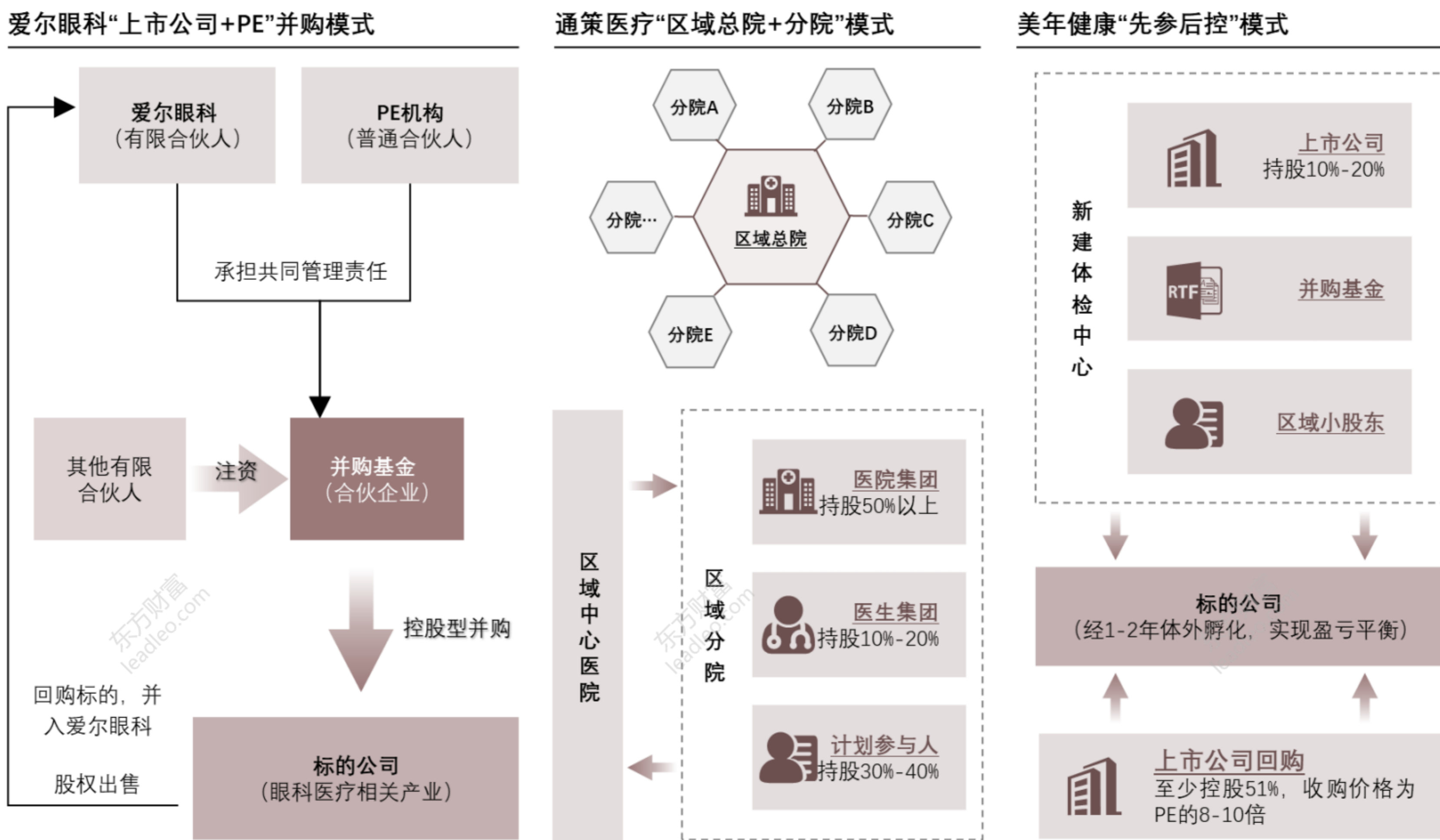
■ 扩张策略：新建、收购等方式助力龙头企业业务扩张

在对外扩张方面，爱尔眼科采取“上市公司+PE”并购模式，由两湖走向全国；通策医疗践行“区域总院+分院”模式，深耕浙江省；美年健康实行“先参后控”策略，实现弯道超车

连锁扩张是医疗服务企业快速布局市场、形成品牌效应的关键策略，扩张能力与企业资金实力、运营管理能力直接相关，爱尔眼科、通策医疗及美年健康选择不同的扩张策略：

- 爱尔眼科采用“上市公司+PE”的并购模式，加快全国医疗网络战略布局，全面推进以省地-县区域和同城分级连锁网络建设，继续下沉医疗渠道，进一步扩大网络覆盖范围，逐步实现由中国走向全球。
- 通策医疗始终坚持“区域总院+分院”的模式，打造区域中心医院辐射周边，发挥中心医院与分院的联动效应，实现各地下属医院高质量增长。该模式的优点在于集中优质资源提升总院运行效率，带动区域内分院高质量快速扩张。
- 美年健康采取“先参后控”模式，由上市公司联合并购基金、区域小股东参股，经过1-2年体外孵化，达到盈亏平衡后，再由上市公司回购指控股。该模式有助于降低上市公司资金压力，培育优质标的。

图表17：爱尔眼科、通策医疗及美年健康扩张策略对比



来源：头豹研究院

运营模式：差异化运营策略促进龙头企业精细化管理

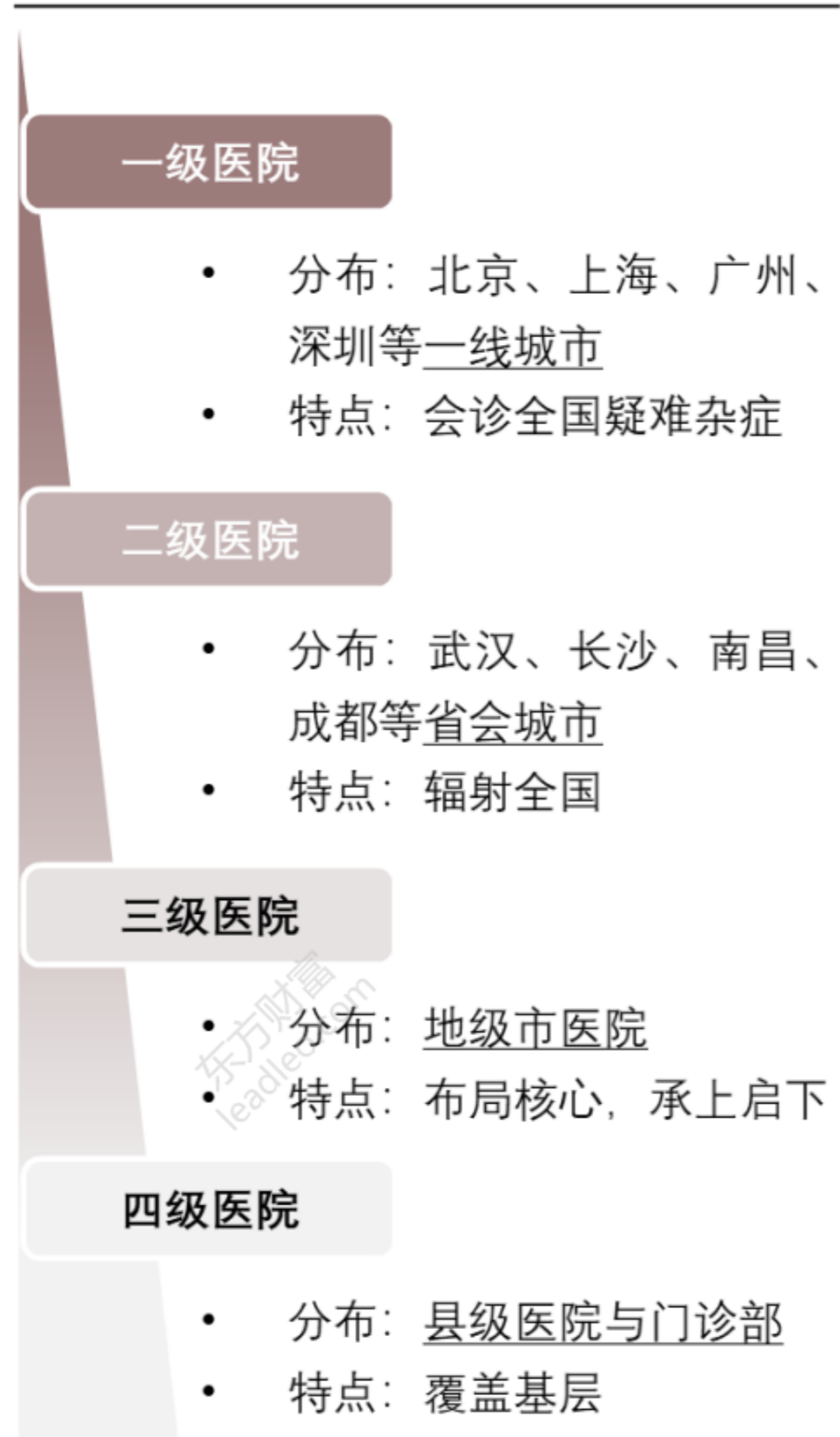
在运营管理方面，爱尔眼科采取“分级连锁”模式，按地域打造分级连锁生态；通策医疗采取“总院带分院”模式，提升运营管理效率；美年健康多层次品牌运营模式，加速抢占市场

医疗服务企业通过持续连锁扩张，扩大业务布局范围，实现业绩稳健增长，同时给企业管理运营带来巨大考验。如何构建标准化运营管理体系，实现多元协同，是连锁医疗机构成功的关键。

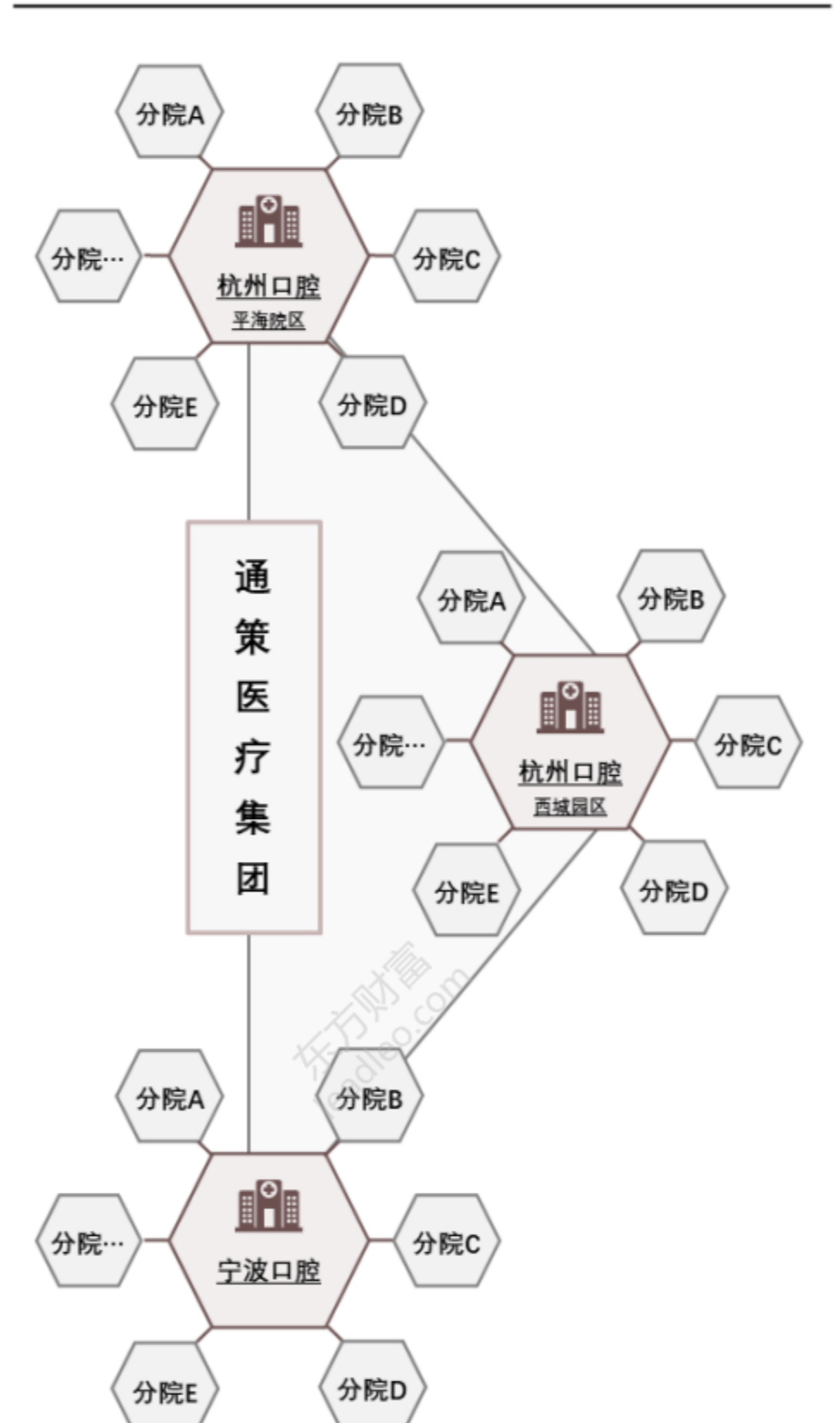
- 爱尔眼科基于“分级连锁”模式，采用标准化复制方式，按地域分布打造分级连锁生态，逐步建立起全国性眼科诊疗网络体系，利用上下级联动产生规模效应，抓住市场供需不对称盈利缺口。
- 通策医疗采取“总院带分院”模式，将区域总院打造为区域内规模、水平均领先的医院，由区域总院聚集成熟的医生，提升区域内品牌影响力，由分院快速推开品牌影响力，实现医疗资源优化，提升运营管理效率，快速抢占市场份额。
- 美年健康通过整合“美年大健康”、“慈铭”、“奥亚”、“美兆”四大品牌，实行差异化经营策略，构建多层次、个性化的健康体检服务体系，以满足不等群体的健康需求，提升市场占有率。

图表18：爱尔眼科、通策医疗及美年健康运营模式对比

爱尔眼科“分级连锁”运营模式



通策医疗“总部带分部”模式



美年健康多层次品牌运营模式



来源：头豹研究院

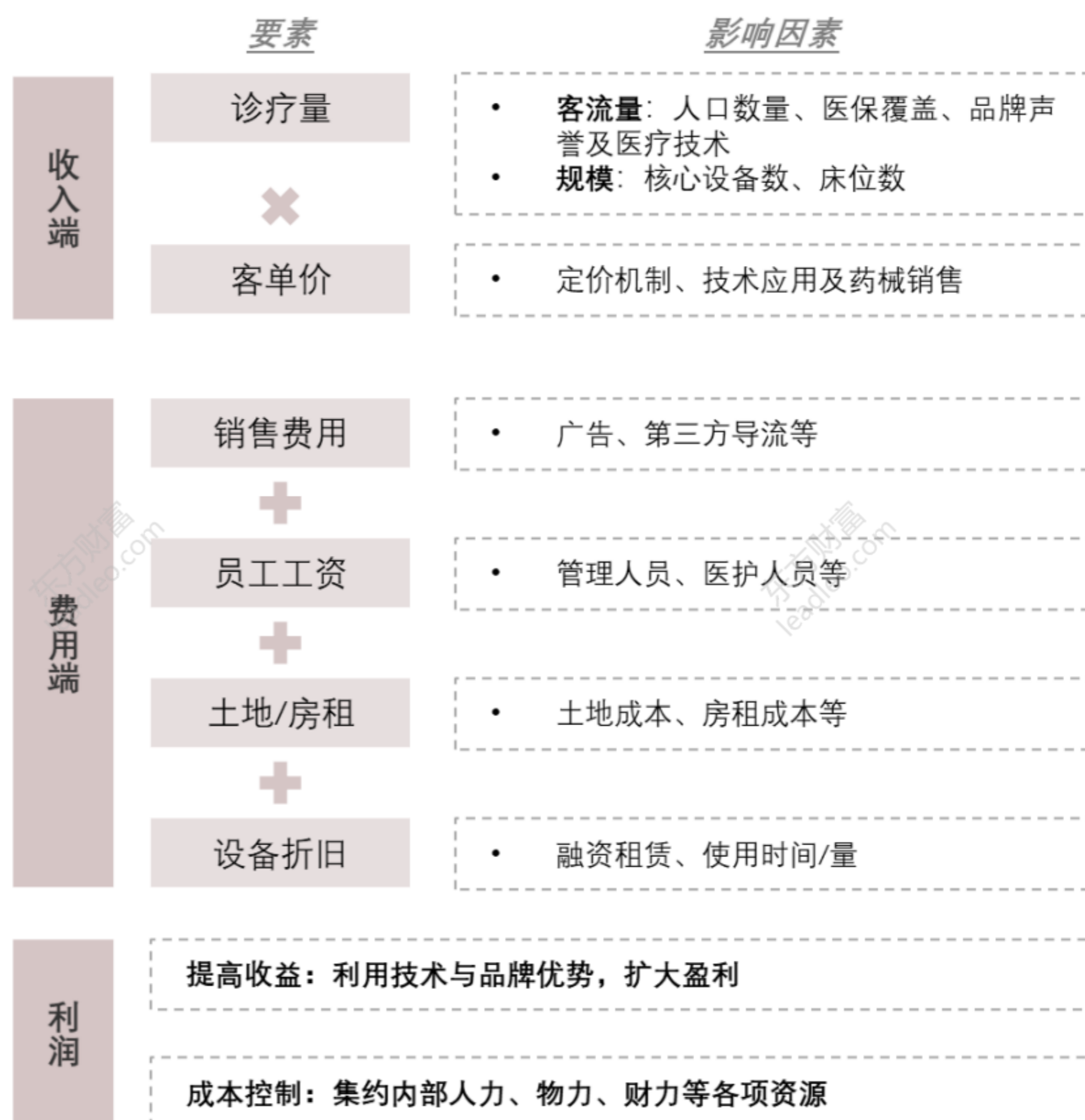
■ 盈利能力：医技与品牌是单体医院盈利能力的核心要素

连锁医疗机构的核心竞争要素包括资本运作、业务规模、医疗技术及品牌影响力，其中医疗技术与品牌影响力是单体医院提升盈利能力的关键

图表19：连锁医疗机构核心竞争要素



图表20：单体医院微观盈利模型



■ 从单体走向连锁是企业增长必经之路

伴随扩张与发展，企业必将打破区域集中格局，逐步走向跨区域的更大范围布局，以实现企业业绩持续高速增长。从单体医院走向连锁扩张是医疗服务企业发展的必经之路，扩张期企业需要强大的资本实力，支撑其拓展业务版图。就资本运作实践而言，爱尔眼科联合投资机构成立并购基金，美年健康上市前完成多轮融资，都为企业扩张提供大量资金支持。

■ 医技与品牌是企业盈利能力的核心要素

从单体医院微观盈利模型来看，支撑单体医院提高收益、控制成本，实现利润最大化，其基础是医疗技术与品牌影响力，其中医疗技术是提升医疗服务质量，获取社会认可，是提高品牌影响力的根本，其核心是医生资源、医疗设备配置。“医疗技术+品牌影响力”可以获取客源，提高收益，同时降低费用支出，两者结合可以形成长期效应，促进企业快速发展。

来源：头豹研究院

■ 盈利能力：精细化单体运营与规模化扩张并举

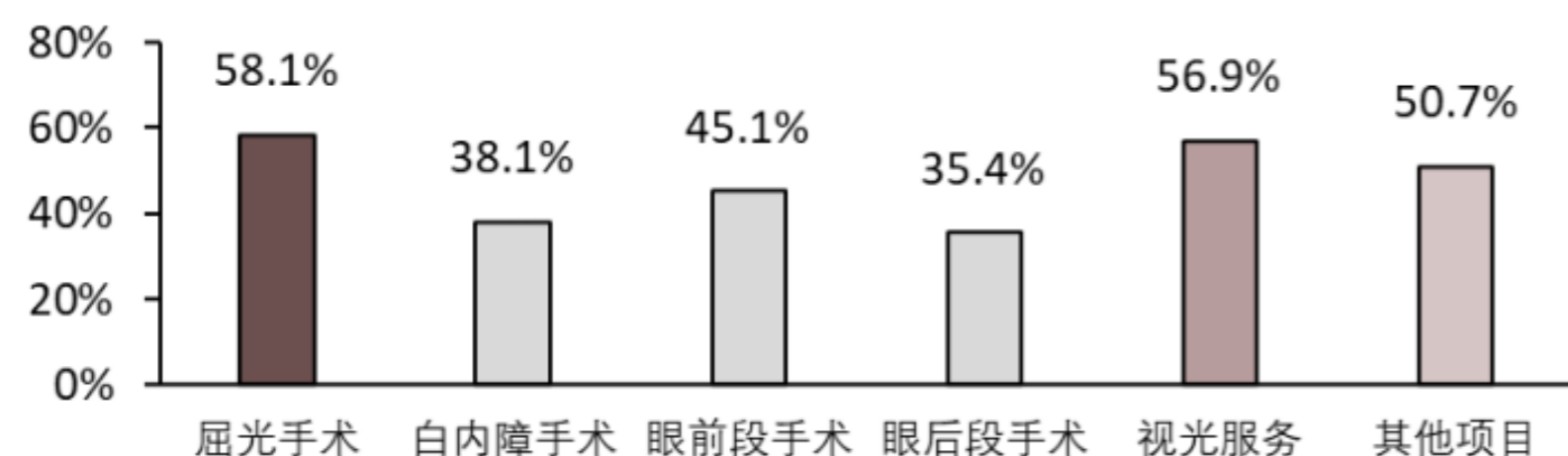
连锁医疗服务企业实现精细化单体运营与规模化扩张并举，提升单体医院盈利能力，同时通过资源整合，降低运营成本，提升整体盈利能力

从收入端来看，连锁医疗服务企业具备强劲盈利能力，需要实现精细化单体运营与规模化扩张并举，其中单体医院盈利能力主要由诊疗量与客单价决定。2020年，爱尔眼科门诊量754.9万人次，手术量69.4万台，业务营收119.1亿人民币，屈光手术与视光服务毛利率最高，分别为58.1%、56.9%；通策医疗诊疗量219.1万人次，人均诊疗费用953.1人民币，业务营收20.9亿人民币，种植及正畸服务毛利为45%左右；美年健康体检总人次为1,663.4万，客单价为506.9人民币，实现营业收入78.1亿人民币，其体检业务毛利率为37%。

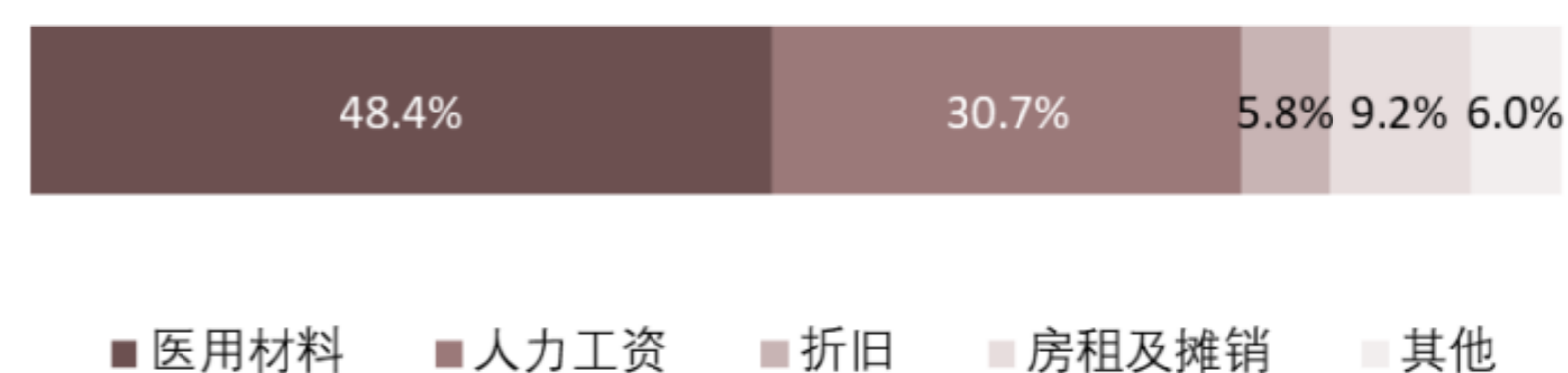
从费用端来看，医院经营成本包括折旧摊销、土地/房租、员工薪酬等固定成本，以及销售费用、药品耗材等可变成本。对比爱尔眼科、通策医疗及美年健康三家龙头企业费用构成情况，（1）医用材料成本占比最高是眼科：爱尔眼科的医用材料成本最高，占总成本比例为48.4%；（2）人力成本占比最高是口腔：通策医疗人力成本占比最高，占总成本比例为55.7%；（3）设备成本占比最高是体检：美年健康体检中心建设早期设备投入占总成本比例为40%-50%。

图表21：爱尔眼科、通策医疗及美年健康毛利率及效率对比

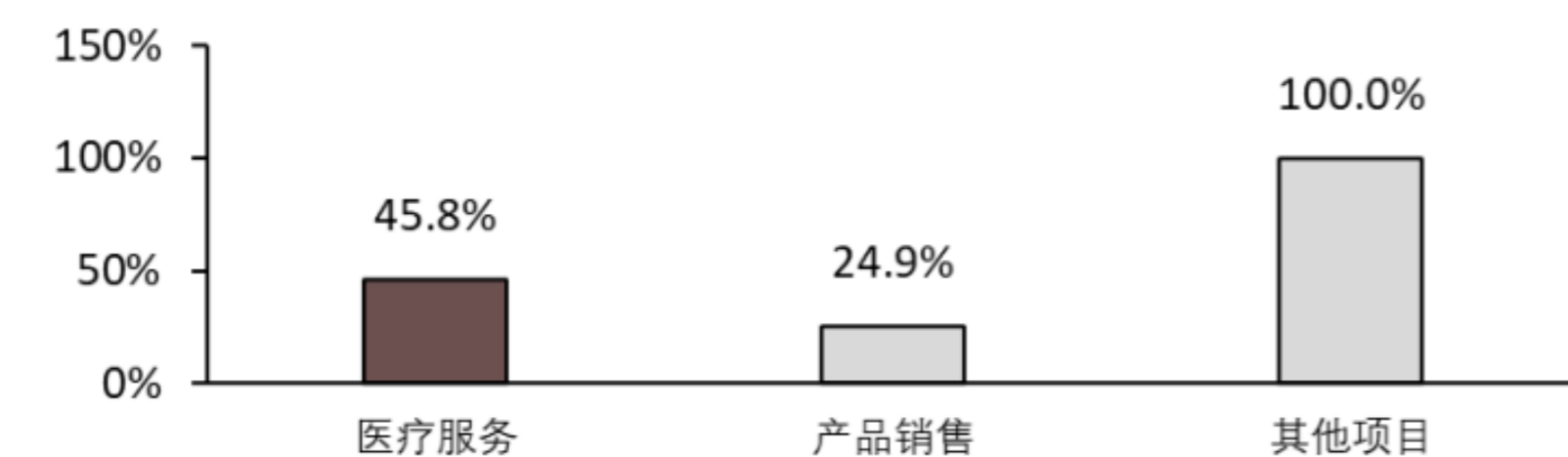
爱尔眼科各项业务毛利率，2020年



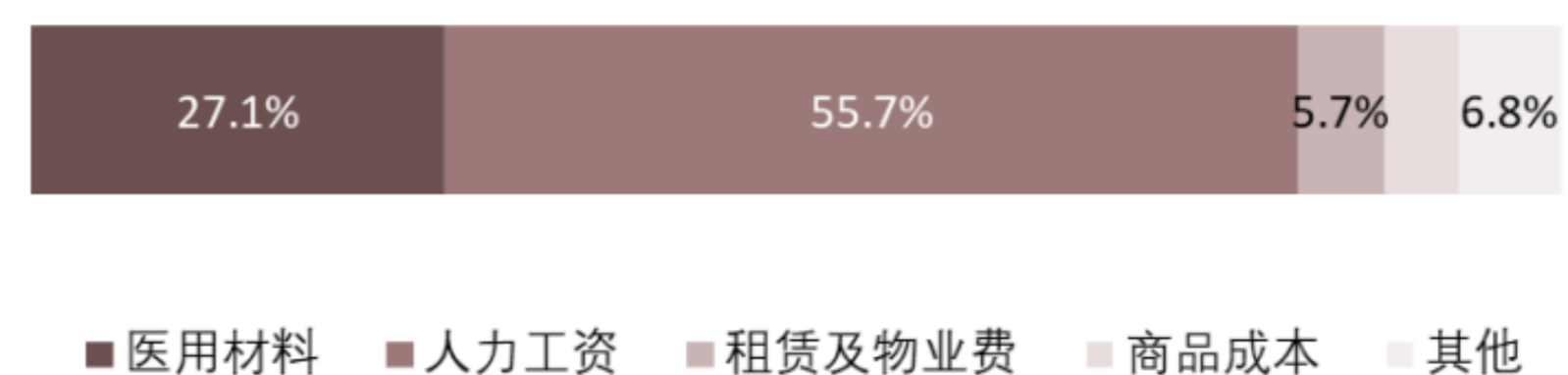
爱尔眼科营业成本构成，2020年



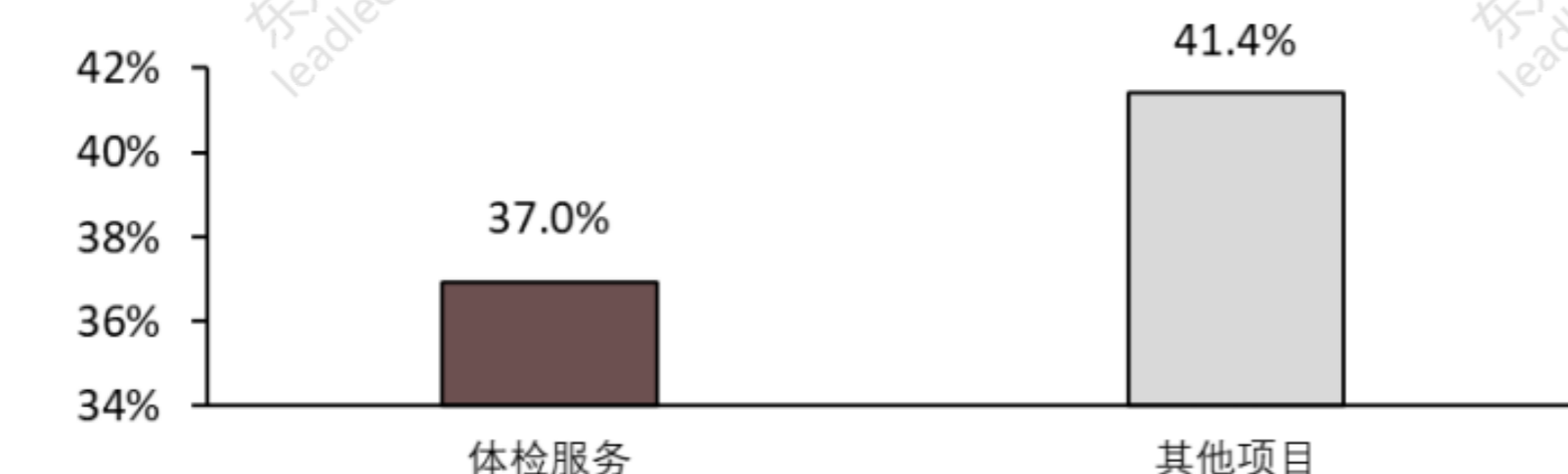
通策医疗各项业务毛利率，2020年



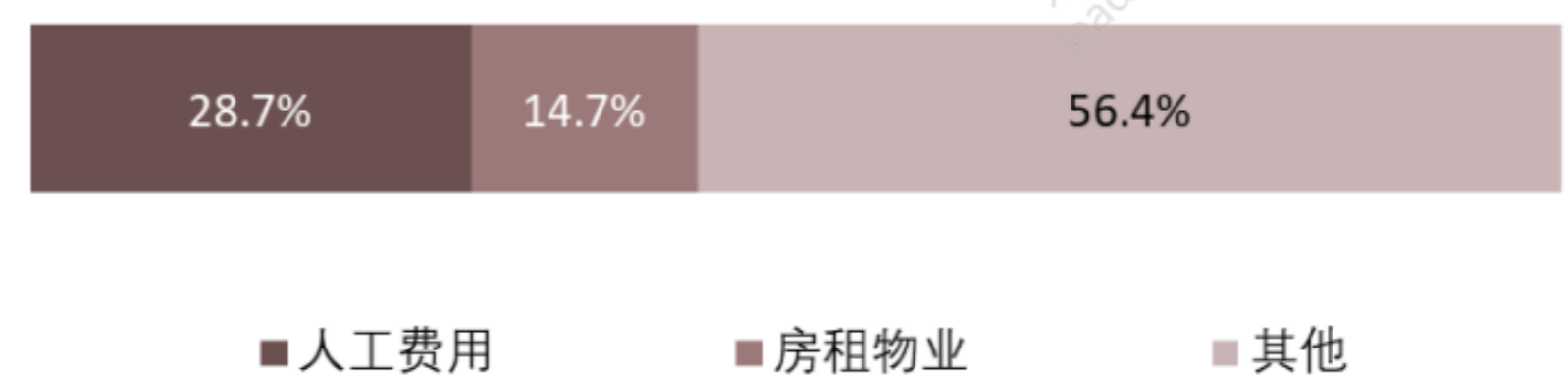
通策医疗营业成本构成，2020年



美年健康各项业务毛利率，2020年



美年健康营业成本构成，2020年



来源：企业年报，头豹研究院

方法论

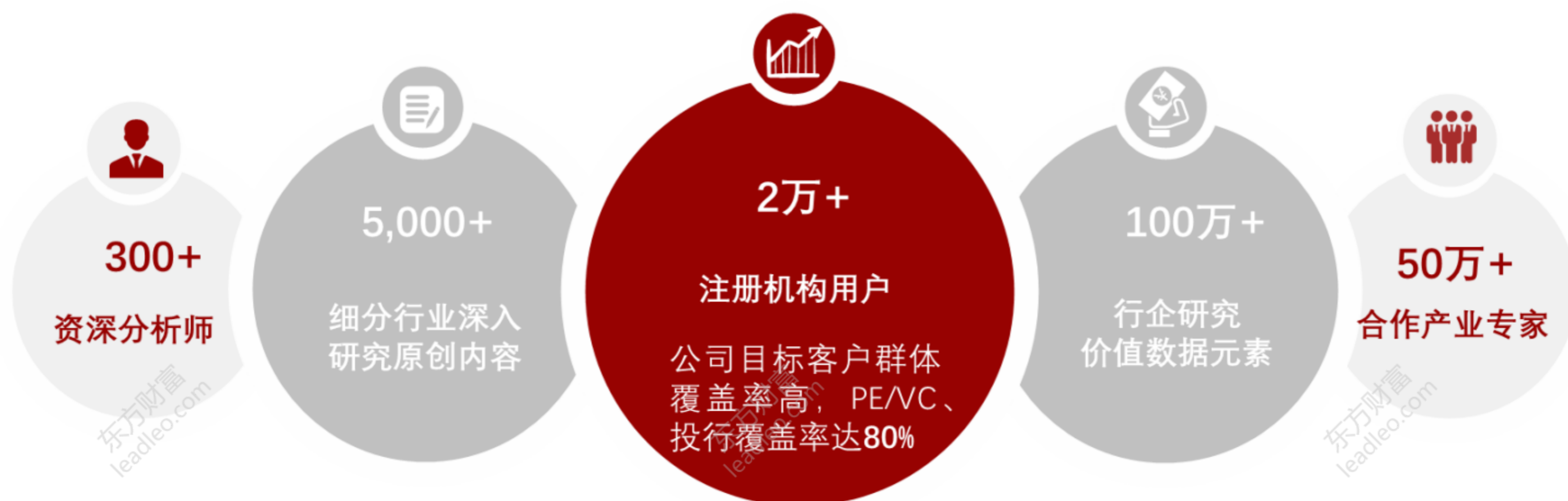
- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务

研究咨询服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选**、行业白皮书等服务

企业价值增长服务

为处于不同发展阶段的企业，提供与之推广需求相对应的“**内容+渠道投放**”一站式服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，**园区企业孵化**服务

报告阅读渠道

头豹官网 —— www.leadleo.com 阅读更多报告

头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报



添加右侧头豹分析师微信，身份认证后邀您进入行研报告分享交流微信群



详情咨询



客服电话

400-072-5588

上海



王先生： 13611634866

李女士： 13061967127

深圳



李先生： 18916233114

李女士： 18049912451

南京



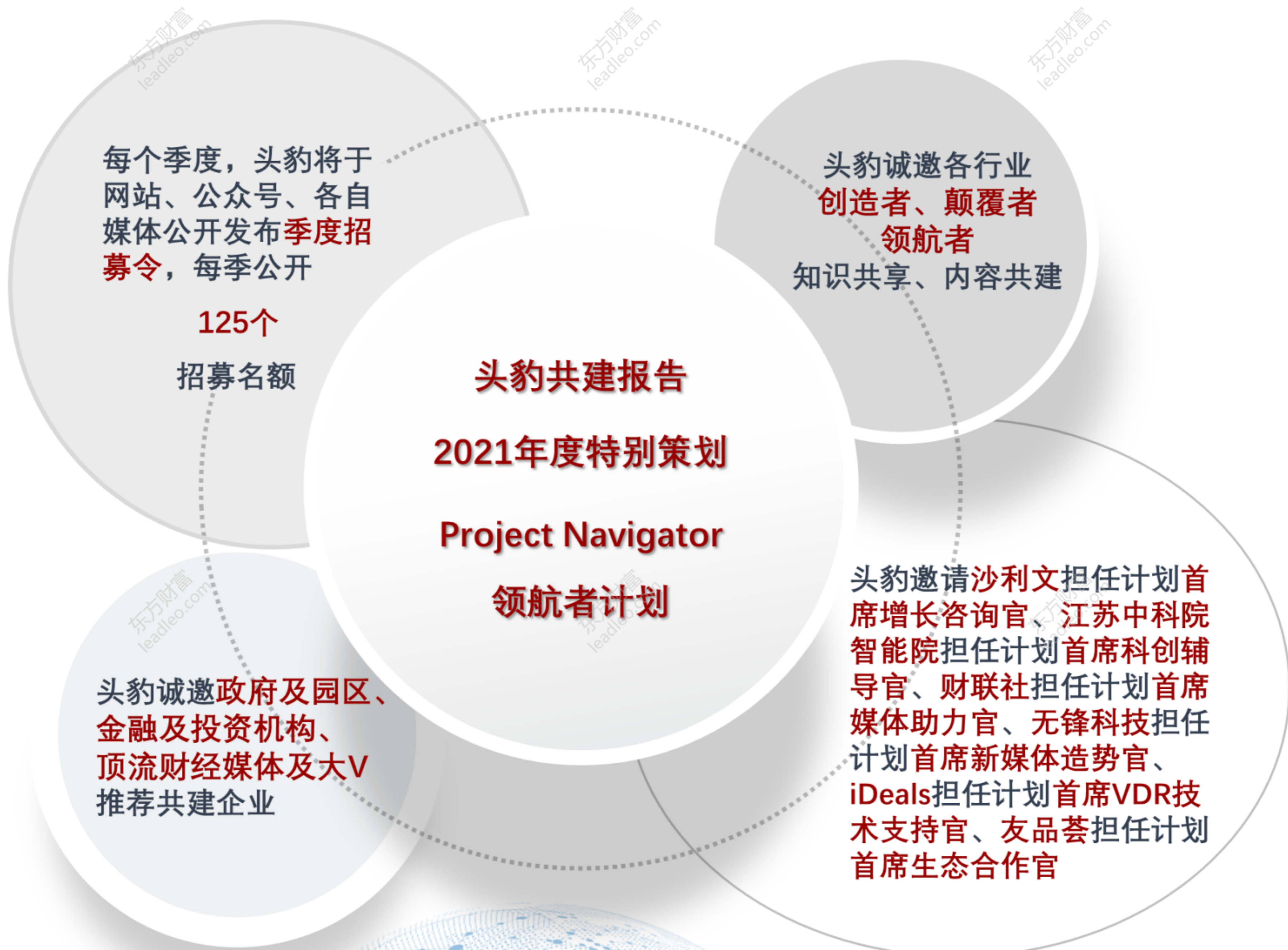
杨先生： 13120628075

唐先生： 18014813521



www.leadleo.com
400-072-5588

头豹 Project Navigator 领航者计划介绍



备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

头豹 Project Navigator 领航者计划与商业服务

- 头豹以**研报服务**为切入点，根据企业不同发展阶段的资本价值需求，以**传播服务、FA服务、资源对接、IPO服务、市值管理**为基础，提供适合的**商业管家服务解决方案**



扫描上方二维码
联系客服报名加入

备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

读完报告有问题？

快，问头豹！你的智能随身专家



扫码二维码
即刻联系你的智能随身专家

千元预算的
高效率轻咨询服务



STEP03 解答方案生成

大数据×定制调研
迅速生成解答方案

STEP04 专业高效解答

书面反馈、分析师专访、
专家专访等多元化反馈方式



STEP01 智能拆解提问

人工智能NLP技术
精准拆解用户提问

STEP02 云研究院后援

云研究院7×24待命
随时评估解答方案



www.leadleo.com
400-072-5588