



头豹
LeadLeo

2024年 头豹行业词条报告

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。

口腔医疗服务：“医疗” + “消费” 千亿市场加速渗透 头豹词条报告系列



罗潘林 · 头豹分析师

2024-04-09 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

卫生和社会工作/卫生

消费品制造/医疗保健

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>口腔医疗服务行业是为口腔患者或有口腔医美需求人...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>按提供口腔医疗服务的医疗机构类型划分，可以分为...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>口腔医疗服务行业特征包括：行业市场空间庞大，...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>口腔医疗服务行业目前已达到 3个阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>口腔医疗服务行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>口腔医疗服务行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 口腔医疗服务行业是为口腔患者或有口腔医美需求人群提供专业诊疗服务的行业，拥有“消费+医疗”属性。服务供应商包括综合医院牙科部、牙科专科医院及牙科诊所等，主要提供口腔综合治疗、口腔修复、种植牙、正畸等服务，行业市场空间庞大，口腔医疗资源缺口明显且分布不均以及耗材集采逐步常态化为行业突出特点。2018年—2023年，口腔医疗服务行业市场规模由1,231.21亿人民币元增长至2,051.95亿人民币元，期间年复合增长率10.76%。未来随着集采、医疗服务价格调整等多项鼓励和支持的政策进一步出台落实，口腔医疗服务需求将进一步释放。

口腔医疗服务行业定义^[1]

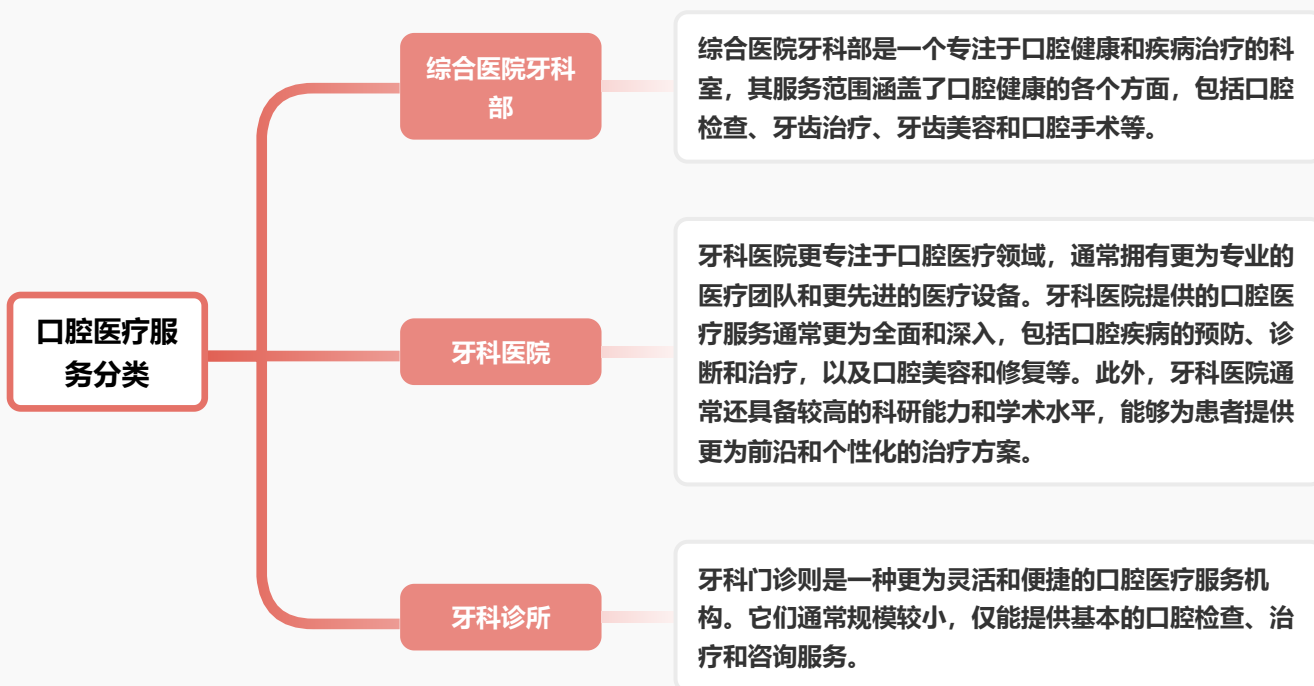
口腔医疗服务行业是为口腔患者或有口腔医美需求人群提供专业诊疗服务的行业，拥有“消费+医疗”属性。服务供应商包括综合医院牙科部、牙科专科医院及牙科诊所等，主要提供口腔综合治疗、口腔修复、种植牙、正畸等服务。

口腔综合治疗专注于口腔面部疾病的检查、诊断、预防及治疗，牙科服务包括补牙及牙齿根管治疗；口腔修复是一种恢复缺损牙齿结构的功能、完整性及形态的治疗方法，包括通过牙冠或可摘义齿修复受损牙齿；种植牙是将人工种植体植入到缺牙部位的牙槽骨中，然后再通过基台连接上部修复体（如牙冠、牙桥等）来完成牙齿修复的治疗方式；牙齿正畸专注于诊断、预防、阻断及通过不同类型的牙套矫正错牙合畸形以及形成中或成熟的口面结构的骨骼异常。

口腔医疗服务行业分类^[2]

按提供口腔医疗服务的医疗机构类型划分，可以分为如下类别：综合医院牙科部、牙科医院、牙科诊所。

口腔医疗服务行业基于医疗机构类型的分类



口腔医疗服务行业特征^[3]

口腔医疗服务行业特征包括：行业市场空间庞大，口腔医疗资源缺口明显且分布不均，耗材集采、服务收费规范化成行业趋势。

1 行业市场空间庞大

口腔医疗服务兼具“消费+医疗”属性，市场需求不断扩大。根据第四次全国口腔健康流行病学调查，在35-44岁的中青年人群中，缺牙率为36.4%，平均缺齿量为2.6颗，缺牙已修复比例82.8%；65岁-74岁老人中，存在牙缺失比例为86%，全口无牙的比例为4.5%，平均缺齿量9.5颗，缺牙已修复比例为63.2%。且中

国种植牙渗透率仍远低于发达国家水平。发达国家种植牙渗透率普遍在150-200颗/万人，最高的如韩国和以色列超过500颗/万人，但2023年中国种植牙渗透率大约为50-60颗/万人；中国错颌畸形患病率超70%，但正畸渗透率只有0.3%，存在较大提升空间。近年来中国口腔科门诊例数年复合增速达7.5%，预计2023年门诊例数超2.2亿人次。

2 口腔医疗资源缺口明显且分布不均

随着口腔医疗服务需求不断释放，中国口腔医疗资源供给端不足现象愈发显现。根据国家卫健委披露的2022年中国卫生健康统计年鉴，全国医院口腔科门诊及急诊患者为1.3亿人次，以广州及上海为代表的东部地区占55.9%，而中西部地区分别占19.9%及24.2%，全国医院口腔科出院患者人数为60.8万，其中东部地区占46.0%，而中西部地区分别占33.4%及20.6%。东部地区聚集更多具有较强口腔医疗服务能力的医疗机构，其吸收了全国大部分口腔服务需求消费者。此外，全国口腔医院执业医师约31.1万人，患者人均医师数量仅为16.0人/万人，口腔医院医师数量紧缺，医疗资源缺口明显。

3 耗材集采、服务收费规范化成行业趋势

口腔高值耗材集采是大势所趋，种植牙已被纳入集采，未来将有更多的耗材被纳入集采范围，同时倒逼口腔医疗服务质效提升。2022年9月，国家医保局发布《关于开展口腔种植医疗服务收费和耗材价格专项治理的通知》，推进“技耗分离”、完善牙冠价格形成机制等措施，降低口腔种植费用。在国家医保局指导和协调下，四川省医保局牵头形成口腔种植体系统省际采购联盟，集采结果显示，集采拟中选产品平均中选价格降至900余元，与集采前中位采购价相比，平均降幅55%，而服务费用上，国家医保局规定三级公立医疗机构种植医疗服务价格不超过4,500/颗。

[3] 1: <https://www.gov.cn/>

2: 国家卫健委、国家卫计...

口腔医疗服务发展历程^[4]

1949-1980年为中国口腔医疗服务行业起步期，口腔医疗服务在基础建设与人才培养，科研机构建立与学术发展等方面奠定基础，1981-2021年，行业快速发展，行业组织建设与学术交流加强，在口腔医疗器械技术研发上得到突破，至2011年后，公众对口腔健康的认知、口腔医学技术以及口腔医疗服务水平均快速提升，但存在部分领域收费不规范、费用负担重等问题，国家出台集采政策规范行业发展。

萌芽期 · 1949~1980

1949年，新中国成立后，百废待兴，急需大批实用型人才。根据国家的统一部署，仅保留了四川医学院口腔医学系、北京医学院口腔医学系、第四军医大学口腔医学系、上海第二医学院口腔医学系；1958年，全国口腔医学界第一个口腔医学研究所在四川医学院成立；1980年，《口腔种植学》被纳入高等医学院校卫生部规划教材，陈安玉教授带领成立中国第一个人工牙种植科研组，组织口腔修复学、口腔材料学部分科研人员开始对人工骨材料、人工牙种植材料以及临床研究展开了系列研究。

该阶段是口腔医疗服务在基础建设与人才培养，科研机构建立与学术发展等方面的起步阶段。

启动期 · 1981~2010

1989年，全国牙病防治指导组成立，国家卫生部确定全国“爱牙日”；

1996年，中华口腔医学会成立；

2002年，中国成功开发、研制出具有自主知识产权的口腔修复CAD/CAM系统，并成功设计制造出人工牙冠；

2004年，白玉兴教授课题组首次开发和研制了具有中国自主知识产权的口腔正畸三维诊断和无托槽隐形矫治系统，填补了中国在该领域的空白。

该阶段口腔医疗服务行业组织建设与学术交流加强，在口腔医疗器械技术研发上得到突破，行业快速发展。

高速发展期 · 2011~2024

2014年，宇森医疗的牙科种植机首次获得国家医疗器械注册证；

2016年，《中国居民口腔健康行为指南》全面口腔护理行动方案正式发布；

2022年，国家医保局发布《关于开展口腔种植医疗服务收费和耗材价格专项治理的通知》。

该阶段公众对口腔健康的认知、口腔医学技术以及口腔医疗服务水平均快速提升，但存在部分领域收费不规范、费用负担重等问题，国家出台集采政策规范行业发展。

[4] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: 浙江省口腔医疗行业协...

口腔医疗服务产业链分析

口腔医疗服务行业产业链上游为口腔医疗器械供应商，主要作用是中游口腔医疗机构提供用于正畸、种植、口腔修复等环节所需的耗材及设备；产业链中游为口腔医疗服务机构环节，主要作用是口腔患者或口腔医

美消费者提供口腔医疗服务支持；产业链下游为口腔医疗服务消费者。^[7]

口腔医疗服务行业产业链主要有以下核心研究观点：^[7]

进口品牌主导种植体市场，国产种植牙替代推进承压种植牙赛道行业集中度较高，进口品牌主导市场，欧美品牌士卓曼、登士柏、诺贝尔占领高端市场，韩系品牌奥齿泰、登腾种植体系统市场需求量最大。国产医疗器械多以性价比取胜，但是在种植体行业中，韩国种植体的存在形成了较强价格竞争，集采前国产种植体系统均价约为1,200元，集采后均价约为700元，而市场需求量最大的奥齿泰、登腾种植体系统从原采购中位价1500元左右降至770元左右，与韩国品牌相比，国产种植体性价比优势并不突出。国产替代需要时间、技术的沉淀，或叠加政策的扶持，通过规定公立医院至少使用一款国产种植体推进国产替代，从当前产品技术水平及价格因素考虑，进口品牌仍占据市场优势。

数字化升级已成为口腔医疗服务机构升级发展的必然趋势根据国家卫健委披露的2022年中国卫生健康统计年鉴，中国口腔科医院执业医师约31.1万人，患者人均医师数量仅为16.0人/万人，口腔医院医师数量紧缺，且口腔医疗行业缺乏教材和资源，使牙医难以在职业生涯中持续获得新知识及技能，系统及标准化的培训仍有较大需求。在此背景下数字化对于均衡医疗资源具有重要意义，通过行业管理和生态建设的数字化，可缓解人才的短缺，例如：器械的数字化设计和制造可提高技术人员的工作效率；计算机辅助设计3D口扫取模、微笑美学方案设计，可获得更高质量和更高精度的临床效果，并减少治疗时间。

颜值经济盛行，年轻人成口腔医疗消费主力军，准一线城市成为口腔医疗服务消费主战场口腔医疗机构的客户群体由拔牙、补牙的低净值一次性客户，逐渐升级为洁牙美白、正畸、种植修复、牙周疾病防治等显著改善患者口腔功能、面型外观、和生活质量的高黏性客户。根据一项口腔消费者调查，2018-2022年，中国口腔医疗消费持续年轻化，20-35岁的年轻人占比由68%提升至71%，为核心消费人群，在拔牙、补牙、儿童齿科、矫正、口腔检查、美白、洗牙、种植牙等项目中，美白和种植类项目的客单价长期处在最高位；2022年，中国一线、准一线、二线及三线的口腔医疗消费者来源占比分别为26%、41%、21%、12%，口腔医疗消费逐渐向更多城市延展，推动着准一线城市成为口腔消费主力军。^[7]

上 产业链上游

生产制造端

口腔医疗器械供应商

上游厂商

[奥齿泰种植体有限责任公司 >](#)

[登腾（上海）医疗器械有限公司 >](#)

[士卓曼（北京）医疗器械贸易有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链上游说明

种植体产品中，韩系品牌造成较强价格竞争，国产种植牙替代推进承压国产医疗器械多以性价比取胜，但是在种植体行业中，韩国种植体的存在形成了较强价格竞争，集采前国产种植体系统均价约为1,200元，集采后均价约为700元，而市场需求量最大的奥齿泰、登腾种植体系统从原采购中位价1500元左右降至770元左右，与韩国品牌相比，国产种植体性价比优势并不突出。国产替代需要时间、技术的沉淀，或叠加政策的扶持，通过规定公立医院至少使用一款国产种植体推进国产替代，从当前产品技术水平及价格因素考虑，进口品牌仍占据市场优势。

隐形正畸作为先进的疗法，市场渗透率有增长趋势，赛道已形成“双强”竞争格局正畸治疗主要有传统正畸疗法和隐形正畸疗法两种，其中隐形正畸采用定制生产的可摘隐形矫治器，打破牙套明显、牙套不可摘、口腔卫生难处理等传统限制，根据时代天使公告披露信息，相较于美国超30%的市场渗透率，当前中国隐形正畸行业处于较早期，市场渗透率在10%-15%并且有逐步增长的趋势。行业竞争格局整体呈现向时代天使和隐适美两大头部厂商集中的态势，2022年，中国隐形正畸案例数达44.1万例，其中时代天使、隐适美两大厂家分别占据41.7%、31.8%市场数量。

中 产业链中游

品牌端

口腔医疗服务机构

中游厂商

[通策医疗股份有限公司 >](#)

[上海美维口腔医疗管理集团有限公司 >](#)

[瑞尔集团股份公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

民营口腔医疗机构市场重要性逐步提升中国民营口腔医疗机构数量多，主要由口腔诊所构成，根据通策医疗、瑞尔集团公告披露信息，2018-2023年，中国口腔医疗机构数量由9.9万家增长至12.7万家，年复合增长率达5.1%，其中民营口腔医疗机构数量占比超90%，且近年来该比例稳步上升。相较于公立口腔医疗机构，民营机构特别是口腔诊所对运营、监管及资本的要求较低，在地理上广泛分布，能以多种业务模式应对不同市场定位。随着资本涌入赛道，少部分民营口腔医疗机构已配备高素质专业人才及先进医疗设备，资质符合要求并被纳入国家医疗保险体系，在患者承接能力上可比肩公立口腔医院。

鉴于当前牙医资源缺少、临床培训有限、精准治疗要求高等临床现状，数字化升级已成为业内发展的必然趋势根据国家卫健委披露的2022年中国卫生健康统计年鉴，中国口腔科医院执业医师约31.1万人，患者人均医师数量仅为16.0人/万人，口腔医院医师数量紧缺，且口腔医疗行业缺乏教材和资

源，使牙医难以在职业生涯中持续获得新知识及技能，系统及标准化的培训仍有较大需求。在此背景下数字化对于均衡医疗资源具有重要意义，通过行业管理和生态建设的数字化，可缓解人才的短缺，例如：器械的数字化设计和制造可提高技术人员的工作效率；计算机辅助设计3D口扫取模、微笑美学方案设计，可获得更高质量和更高精度的临床效果，并减少治疗时间。

产业链下游

渠道端及终端客户

口腔医疗服务消费者

渠道端

口腔疾病患者

口腔医美消费者

产业链下游说明

中国口腔疾病患者基数较大，治疗渗透率低，下游需求不断增长中国居民缺牙数量庞大，根据第四次全国口腔健康流行病学调查，在35-44岁的中青年人群中，缺牙率为36.4%，平均缺齿量为2.6颗，缺牙已修复比例82.8%；65岁-74岁老人中，存在牙缺失比例为86%，全口无牙的比例为4.5%，平均缺齿量9.5颗，缺牙已修复比例为63.2%。且中国种植牙渗透率仍远低于发达国家水平。发达国家种植牙渗透率普遍在150-200颗/万人，最高的如韩国和以色列超过500颗/万人，但2023年中国种植牙渗透率大约为50-60颗/万人；中国错颌畸形患病率超70%，但正畸渗透率只有0.3%，存在较大提升空间。

准一线城市成为口腔医疗服务消费主战场根据一项口腔消费者调查，口腔医疗消费逐渐向更多城市延展，推动着准一线城市成为口腔消费主力军。2022年，中国一线、准一线、二线及三线的口腔医疗消费者来源占比分别为26%、41%、21%、12%，其中，经济发达的华东地区占比最高。可见，随着经济水平及消费者对口腔健康的关注度的提升，口腔医疗消费不再局限于一线城市，准一线城市作为经济发展较为迅速、人口基数较大的城市群，其口腔医疗消费能力显现。

[5] 1: <https://www.gov.c...> | 2: <https://www.ly.gov...> | 3: 国家医保局、政府官网

[6] 1: 国家卫健委、瑞尔集团...

[7] 1: 通策医疗公告、动脉网

[8] 1: 国家卫健委、瑞尔集团...

[9] 1: 瑞尔集团、通策医疗公...

[10] 1: <https://www.gov.c...> 2: <https://www.ly.gov...> 3: 国家医保局、政府官网

[11] 1: <https://mp.weixin....> 2: 时代天使

[12] 1: 国家卫计委、浙商证券...

[13] 1: 动脉网

口腔医疗服务行业规模

2018年—2023年，口腔医疗服务行业市场规模由1,231.21亿人民币元增长至2,051.95亿人民币元，期间年复合增长率10.76%。预计2024年—2028年，口腔医疗服务行业市场规模由2,345.19亿人民币元增长至3,836.94亿人民币元，期间年复合增长率13.10%。^[17]

口腔医疗服务行业市场规模历史变化的原因如下：^[17]

中国口腔疾病患者基数较大，治疗渗透率低，口腔医疗服务需求不断增长中国居民缺牙数量庞大，根据第四次全国口腔健康流行病学调查，在35-44岁的中青年人群中，缺牙率为36.4%，平均缺齿量为2.6颗，缺牙已修复比例82.8%；65岁-74岁老人中，存在牙缺失比例为86%，全口无牙的比例为4.5%，平均缺齿量9.5颗，缺牙已修复比例为63.2%。且中国种植牙渗透率仍远低于发达国家水平。发达国家种植牙渗透率普遍在150-200颗/万人，最高的如韩国和以色列超过500颗/万人，但2023年中国种植牙渗透率大约为50-60颗/万人；中国错颌畸形患病率超70%，但正畸渗透率只有0.3%，存在较大提升空间。

中国口腔医疗服务水平逐步提升，口腔诊疗人数波动增长随着多项国家支持政策落实以及社会资源投入增加，中国口腔医疗服务水平逐步提升。根据通策医疗披露信息，2018-2023年，中国口腔医疗机构数量由9.9万家增长至12.7万家，年复合增长率达5.1%；根据国家卫健委披露的《2022年卫生健康统计公报》，中国口腔执业（助理）医师数量增长至31.1万人，年复合增长率超9%。中国口腔服务医疗机构及执业医师数量快速增长，患者承接能力逐步提升。近年来中国口腔科门诊例数年复合增速达7.5%，预计2023年门诊例数超2.2亿人次。

^[17]

口腔医疗服务行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[17]

集采、医疗服务价格调整等多项鼓励和支持的政策出台，有助于进一步释放口腔医疗服务需求2019年，国家卫健委发布《健康口腔行动方案（2019-2025）》，力求提高居民对口腔健康的意识，提升整体口腔医疗服务水平并降低疾病发病率；2022年9月，国家医保局发布《关于开展口腔种植医疗服务收费和耗材价格专项治理的通知》，推进“技耗分离”、完善牙冠价格形成机制等措施，降低口腔种植费用。在国家医保局指导和协调下，四川省医保局牵头形成口腔种植体系统省际采购联盟，集采结果显示，集采拟中选产品平均中选价格降至900余元，与集采前中位采购价相比，平均降幅55%，集采前价格较高的士卓曼、登士柏、诺保科种植体系统从原采购

中位价5000元降至1850元，市场需求量最大的奥齿泰、登腾种植体系统从原采购中位价1500元左右降至770元。种植牙集采大幅降低患者负担，有望显著释放治疗需求。

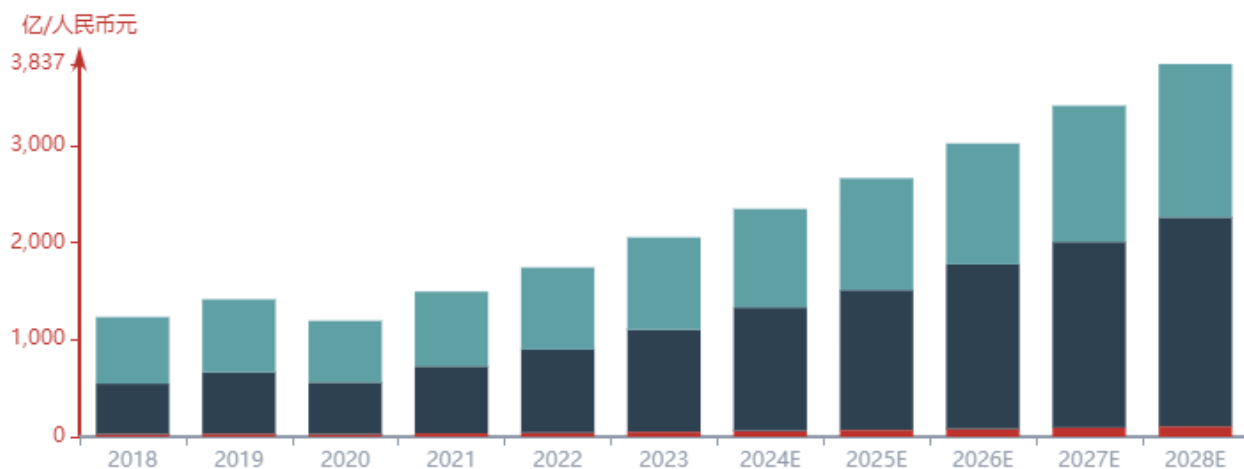
颜值经济盛行，年轻人成口腔医疗消费主力军，市场需求更加细分、多元，推动口腔医疗服务高度市场化随着人均可支配收入的持续增长及消费观念改变，中国已建立可拓展的中产阶级基础，其促进消费升级且更能够承担口腔医疗服务的支出。消费者更愿意消费一些相对昂贵的牙科项目，如牙齿美白、种植牙以及畸齿矫正等，以满足为追求时尚及职业发展而提升个人形象的需求。根据一项口腔消费者调查，2018-2022年，中国口腔医疗消费持续年轻化，20-35岁的年轻人占比由68%提升至71%，为核心消费人群，在拔牙、补牙、儿童齿科、矫正、口腔检查、美白、洗牙、种植牙等项目中，美白和种植类项目的客单价长期处在最高位，而洗牙、拔牙类低客单价项目带来了更多的消费数量。

[17]

中国口腔医疗服务行业规模

口腔医疗服务行业规模

中国口腔医疗服务行业规模



数据来源：国家卫健委、美皓医疗公告数据、瑞尔集团公告数据

[14] 1: 国家卫计委、浙商证券...

[15] 1: <https://mp.weixin...> 2: 国家卫健委、通策医疗...

[16] 1: 美皓医疗招股说明书、...

[17] 1: <http://www.nhc.go...> 2: <https://www.gov.c...> 3: 国家卫健委、国家医保局

口腔医疗服务政策梳理^[18]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《促进社会办医持续健康规范发展意见》	国家卫健委等十部委	2019-06	6
政策内容	加大政府支持社会办医力度、推进“放管服”，简化准入审批服务、公立医疗机构与社会办医分工合作、优化运营管理服务、完善医疗保险支持政策、完善综合监管体系。			
政策解读	政府肯定社会办医院在卫生健康事业中的作用，优化社会办医跨部门联动审批实施办法，将社会办医纳入医疗服务和医疗质量管理控制及评价体系，利好行业发展。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国基本医疗卫生与健康促进法》	全国人大常委会	2019-12	7
政策内容	国家推进基本医疗服务实行分级诊疗制度，逐步建立基层首诊、双向转诊、急慢分治、上下联动的机制，并与基本医疗保险制度相衔接；国家支持政府举办的医疗卫生机构与社会力量合作举办非营利性医疗卫生机构。			
政策解读	国家支持和规范社会力量举办的医疗卫生机构与政府举办的医疗卫生机构开展多种类型的医疗业务、学科建设、人才培养等合作，在基本医疗保险定点、重点专科建设、科研教学、等级评审、特定医疗技术准入、医疗卫生人员职称评定等方面享有与政府举办的医疗卫生机构同等的权利。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于设置国家口腔医学中心的通知》	国家卫健委	2021-01	8
政策内容	决定分别以北京大学口腔医院为主体设置国家口腔医学中心、以四川大学华西口腔医院为主体设置国家口腔医学中心、以上海交通大学医学院附属第九人民医院为主体设置国家口腔医学中心（上海），共同构成			

	国家口腔医学中心，落实《设置规划》中国国家医学中心相应职责任务，带动全国口腔医学领域建设与发展。
政策解读	国家卫健委首次在口腔领域设立国家医学中心，通过国家级医学中心的引领和辐射作用，有望推动中国口腔医学事业的整体进步，提高人民群众的口腔健康水平。
政策性质	鼓励性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”健康老龄化规划》	国家卫健委等十部	2022-02	7
政策内容	“十四五”健康老龄化规划的主要目标是提高老年人的健康水平和生活质量，推动形成积极应对人口老龄化的国家战略。具体目标包括：加强老年健康服务体系建设，提高老年健康服务质量和效率；加强老年健康教育和预防保健，促进老年人形成健康的生活方式；加强老年健康科技创新和人才培养，推动老年健康产业发展等。			
政策解读	在完善老年人预防保健服务体系要求中提出，依托疾病预防控制机构和各级各类医疗卫生机构，健全三级预防体系，构建慢性疾病综合防治服务体系。实施老年口腔健康行动，开展口腔健康知识宣传和老年口腔健康公益活动。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步推进口腔医疗服务和保障管理工作的通知》	国家卫健委	2023-09	9
政策内容	为进一步规范口腔诊疗行为，提升口腔医疗保障水平，促进口腔医疗服务健康发展，提出加大口腔医疗服务供给能力，提升服务规范化水平、加强口腔科耗材供应保障管理、优化医疗服务价格及医保政策、加大监管力度等措施。			
政策解读	为口腔医疗服务体系的发展提供了政策指导和支持，有助于推动口腔医疗服务体系的高质量发展，提高口腔医疗服务保障水平。			
政策性质	规范类政策			

[18] 1: <http://www.nhc.gov...>

2: <https://www.gov.c...>

3: <https://www.gov.c...>

4: <https://www.gov.c...>

5: <https://www.gov.c...>

6: 国家卫健委等政府官网

口腔医疗服务竞争格局

口腔医疗服务行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有通策医疗、瑞尔集团等；第二梯队公司为牙博士、大众口腔等；第三梯队有同步齿科、爱康健等。^[22]

口腔医疗服务行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[22]

口腔医疗资源丰富度为划分企业梯队的重要依据口腔医疗资源主要包括企业旗下的机构规模、专业技术人员数量以及设施数量。头部口腔医疗服务机构通常拥有更大的经营规模，数量更多的专业技术人员和配备设施。以赛道龙头通策医疗为例，根据企业公告披露数据，企业旗下共有73家医疗机构，营业面积超过23万平方米，开设牙椅2,700台，同时企业积极优化配置各级医生资源，拥有1,760名医生，并建立医生合伙人分级激励机制确保口腔医疗专家优势。

机构规模、技术水平及服务质量构筑企业品牌形象，是赢得消费者信任与青睐的关键因素由于医疗消费水平及消费观念的升级，口腔医疗机构的客户群体由拔牙、补牙的低净值一次性客户，逐渐升级为洁牙美白、正畸、种植修复、牙周疾病防治等显著改善患者口腔功能、面型外观、和生活质量的高黏性客户，因而能够提供的医疗服务范围、技术难度以及服务质量则为消费者选择口腔医疗机构的重要参考因素。前端梯队的科室设置全面，包括口腔正畸科、口腔种植科、口腔修复科、儿童齿科、口腔内外科等多个专业科室，并能够处理更复杂的口腔疾病，提供更高水平的医疗服务，继而带来更高的消费者承接能力。根据企业公告或官网披露数据，2022年，通策医疗、瑞尔集团的口腔医疗门诊人次分别达到294.6万、153.4万，为行业领先企业。^[22]

口腔医疗服务行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：^[22]

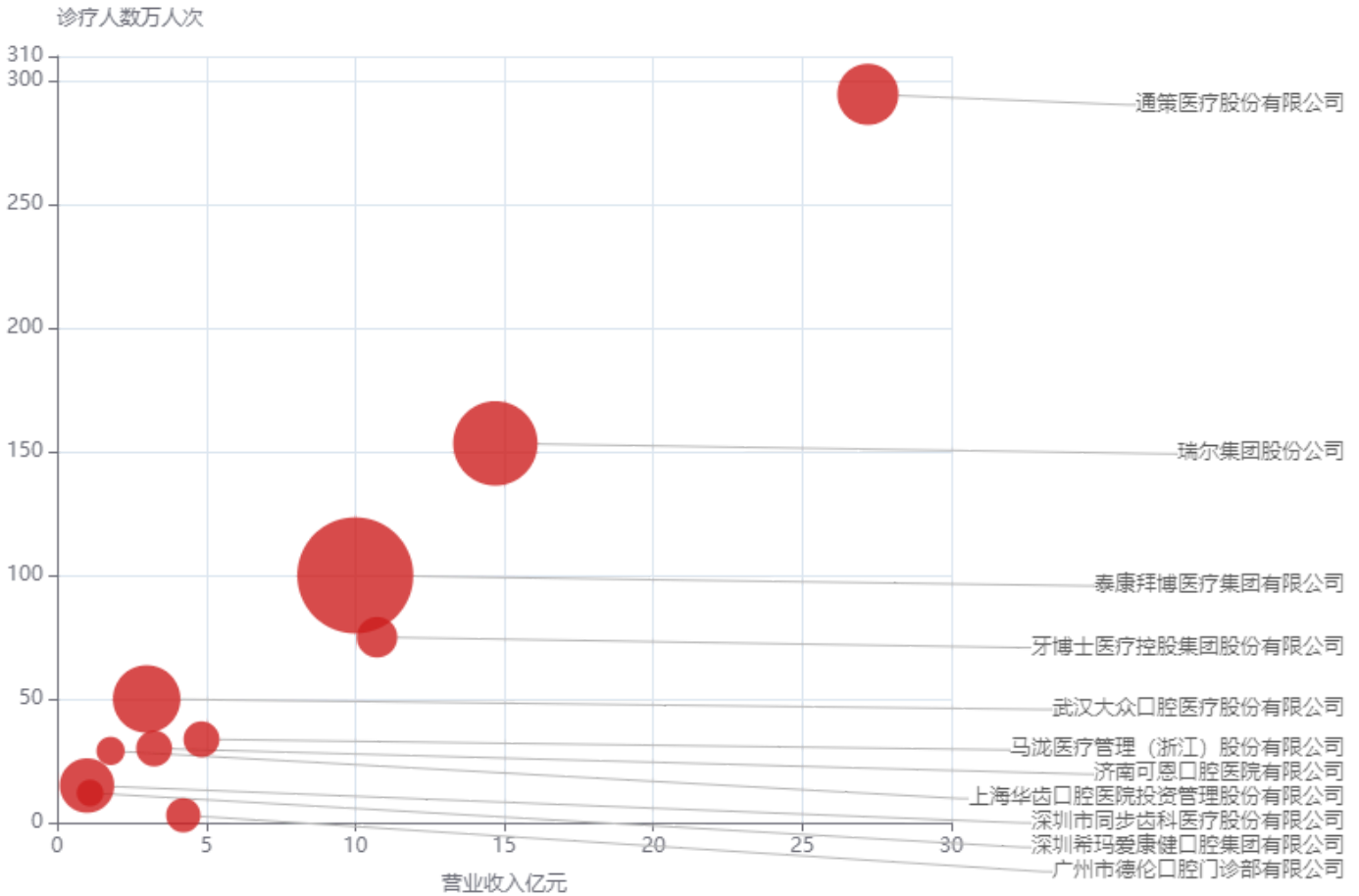
国家医疗体系建设改革的逐步推进，行业政策引导推动私立口腔医疗机构增长随着国家医疗体系建设改革的逐步推进，国家近年来发布多项与口腔医疗行业相关政策，鼓励社会办口腔医疗、健康服务机构参与口腔疾病防治与健康管理服务，逐步提升广大民众口腔保健意识。国家卫健委制定的《健康口腔行动方案（2019-2025）》明确就口腔健康行为普及、管理优化、能力提升、产业发展方面给出行动目标，至2025年实现全人群口腔健康素养水平和健康行为形成率大幅提升；国务院发布的《关于进一步完善医疗卫生服务体系的意见》，鼓励和引导社会力量举办医疗卫生机构，提出社会办医疗机构可牵头组建或参加医疗联合体。根据通策医疗、瑞尔集团公告披露信息，2018-2023年，中国口腔医疗机构数量由9.9万家增长至12.7万家，年复合增长率达5.1%，其中民营口腔医疗机构数量占比超90%，且近年来该比例稳步上升。

口腔耗材集采、医疗服务费用规范化将释放市场需求，医疗资源、成本控制能力构筑龙头企业护城河，行业集中度提升2022年9月，国家医保局发布《关于开展口腔种植医疗服务收费和耗材价格专项治理的通知》，推进“技耗分离”、完善牙冠价格形成机制等措施，降低口腔种植费用。在国家医保局指导和协调下，四川省医保局

牵头形成口腔种植体系统省际采购联盟，集采结果显示，集采拟中选产品平均中选价格降至900余元，与集采前中位采购价相比，平均降幅55%，而服务费用上，国家医保局规定三级公立医疗机构种植医疗服务价格不超过4,500/颗。口腔高值耗材集采是大势所趋，种植牙已被纳入集采，未来将有更多的耗材被纳入集采范围，同时倒逼口腔医疗服务质效提升，具备规模、资本以及品牌优势的龙头企业将更好应对该趋势下释放的市场需求，预计未来行业集中度提升。^[22]

气泡大小表示：医疗机构数量

[25]



上市公司速览

通策医疗股份有限公司 (600763)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
205.7亿	21.8亿元	2.12	42.58

瑞尔集团有限公司 (06639)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
85.0亿	8.9亿	14.8500	-

皓宸医疗科技股份有限公司 (002622)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
20.5亿	5.2亿元	27.43	49.97

希玛眼科医疗控股有限公司 (03309)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
29.0亿	9.5亿	7.7900	-

[19] 1: 通策医疗公告

[20] 1: 通策医疗、瑞尔集团公告

[21] 1: 通策医疗、瑞尔集团公告

[22] 1: <https://www.gov.c...> 2: 政府官网、动脉网、浙...

[23] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://baijiahao.b...> 3: <https://www.cn-he...> 4: <https://www.qcc.c...> 5: 各企业官网/年报、Win...

[24] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://baijiahao.b...> 3: <https://www.cn-he...> 4: <https://www.qcc.c...> 5: 各企业官网/年报、Win...

[25] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://baijiahao.b...> 3: <https://www.cn-he...> 4: <https://www.qcc.c...> 5: 各企业官网/年报、Win...

口腔医疗服务代表企业分析

1 德州可恩口腔医院股份有限公司【830938】

公司信息

企业状态	开业	注册资本	8000万人民币
企业总部	德州市	行业	社会工作
法人	万少华	统一社会信用代码	913714005871532168
企业类型	股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)	成立时间	2011-11-23
品牌名称	德州可恩口腔医院股份有限公司	股票类型	新三板
经营范围	许可项目：医疗服务；第三类医疗器械经营；第三类医疗器械租赁。（依法须经批准的项目... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
销售现金流/营业收入	1	1.01	1.03	1.1	1.22	0.94	1.05	1.02	0.92
资产负债率(%)	61.3175	24.8684	37.9232	53.1448	64.4131	65.0946	64.0258	65.8436	67.1406
营业总收入同比增长(%)	213.3176	63.2076	7.6391	28.645	69.6337	23.1695	-20.2914	5.7593	26.7236
归属净利润同比增长(%)	212.8888	44.4076	-113.8384	-2001.871	-17.7356	60.9714	-116.5185	159.7952	-18.4945

应收账款周转天数(天)	1.3414	1.6164	1.1395	0.254	-	2.7825	3.1868	3.6434	10.2551
流动比率	0.5391	0.9768	1.9683	0.6292	0.2671	0.1709	0.4116	0.3051	0.4675
每股经营现金流(元)	0.8679	0.6709	-1.0267	-0.3166	3.6314	2.0322	-0.2584	0.7635	0.9748
毛利率(%)	56.1544	53.3193	51.9249	38.4225	42.3201	44.3625	38.8408	54.7445	55.3333
流动负债/总负债(%)	100	100	53.3714	72.8034	91.941	97.6945	96.4768	71.5093	69.5357
速动比率	0.1993	0.5737	1.4578	0.2179	0.1186	0.0651	0.3901	0.278	0.4258
摊薄总资产收益率(%)	13.9078	10.1438	-0.5941	-8.3142	-8.9487	-3.5245	-8.7528	5.701	3.903
加权净资产收益率(%)	35.74	12.51	-0.95	-15.3958	-21.7929	-10.04	-25.53	16.27	-
基本每股收益(元)	-0.35	0.39	-0.04	-0.81	-0.95	-0.948	-0.8	-0.8	0.22
净利率(%)	13.5091	11.953	-1.5367	-25.1076	-17.4261	-5.5306	-14.5913	8.6707	5.5588
总资产周转率(次)	1.0295	0.8486	0.3866	0.3311	0.5135	0.6373	0.5999	0.6575	0.7021
每股公积金(元)	0.2478	2.2398	4.3662	4.3629	4.3629	4.3629	4.3629	2.0442	2.0442
存货周转天数(天)	16.0226	19.6117	33.7971	35.8384	27.0319	17.7326	13.5833	15.7387	18.7578
营业总收入(元)	2056.65万	1.05亿	1.13亿	1.46亿	2.47亿	2.47亿	2.43亿	2.43亿	3.25亿
每股未分配利润(元)	0.0107	0.3374	0.2292	-0.576	-1.524	-1.894	-2.695	-1.2579	-1.0363
稀释每股收益(元)	-0.35	0.39	-0.04	-0.81	-0.95	-0.948	-0.8	-0.8	0.22
归属净利润(元)	-7711187.78	1257.08万	-1739592.68	-3656399.451	-4304885.612	-4304885.612	-3637806.905	-3637806.905	1772.93万
扣非每股收益(元)	0.3797	0.385	-0.0434	-0.8066	-0.9465	-0.3815	-	-	-
经营现金流/营业收入	0.8679	0.6709	-1.0267	-0.3166	3.6314	2.0322	-0.2584	0.7635	0.9748

· 竞争优势

可恩口腔在开展的全部诊疗项目中采用先进医疗设备及技术，保证临床服务水平。可恩口腔所有分支机构采用统一的医疗设备，运用统一的医疗技术，按照统一标准进行培训及管理，实现了医疗标准化。可恩口腔先后与国际知名医疗器械供应商卡瓦、博恩登特、西诺德集团达成战略合作，可恩各机构均投入配置卡瓦牙椅、西诺德综合治疗椅、徕卡显微镜、瓷睿刻椅旁数字化系统及口腔激光治疗仪等业内高端设备，从硬件上为患者提供了更加舒适、精准的诊疗技术保障。

2 瑞尔集团股份公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	10000万人民币
企业总部	市辖区	行业	软件和信息技术服务业
法人	沈金秀	统一社会信用代码	91110000327253536K
企业类型	其他股份有限公司(非上市)	成立时间	2014-12-25
品牌名称	瑞尔集团股份公司		
经营范围	许可项目：第三类医疗器械经营；第三类医疗器械租赁；消毒器械销售。（依法须经批准的... 查看更多		

· 竞争优势

瑞尔集团作为中国领先的医疗服务机构，致力于创新技术在全行业内推广运用，并不断完善行业规范，引领行业发展。在口腔临床的多个领域广泛采用数字化技术，包括激光扫描和数字化正畸技术、口腔种植数字化导板和导航技术等，积极参与行业交流与研讨、开展线上线下的公益直播等活动，将口腔行业的创新技术在全行业内推广运用。

3 通策医疗股份有限公司【600763】

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	32064万人民币
企业总部	杭州市	行业	卫生
法人	吕建明	统一社会信用代码	91330000102930559P
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	1995-08-30
品牌名称	通策医疗股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	医疗器械、日用品、消毒用品的销售，投资管理，经营进出口业务，技术开发、技术咨询及... 查看更多		

· 财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
销售现金流/营业收入	0.99	0.98	0.99	0.99	1	1.01	1	1	0.99

资产负债率(%)	13.4571	32.8131	30.1239	38.7428	32.1154	25.9472	23.3656	36.5364	29.8038
营业总收入同比增长(%)	26.0845	30.5872	15.1269	34.2486	31.0509	22.5204	8.1206	33.1851	-2.2337
归属净利润同比增长(%)	9.664	74.7891	9.4406	59.0535	53.3387	39.4408	5.6867	42.6656	-21.9887
应收账款周转天数(天)	4.252	4.5414	6.1912	9.0798	10.6562	10.1526	10.5832	9.0607	11.8163
流动比率	2.9827	2.555	2.9533	3.1101	1.7411	1.8611	1.817	1.6339	2.3288
每股经营现金流(元)	0.8033	0.5739	0.5021	1.0808	1.464	2.0205	2.2096	2.9298	2.0897
毛利率(%)	39.3083	39.7998	41.4134	41.3628	43.2893	46.0797	45.1655	46.0572	40.8145
流动负债/总负债(%)	99.288	32.2872	32.8873	30.9603	39.4383	49.4737	64.0462	34.5186	31.0798
速动比率	2.5245	2.2445	2.4855	2.8427	1.5472	1.6819	1.694	1.6014	2.2808
摊薄总资产收益率(%)	15.8332	18.2412	10.156	14.7172	18.2929	21.1903	19.0406	19.6068	12.1805
营业总收入滚动环比增长(%)	-10.3199	-6.6293	-8.1979	-14.5313	-19.9946	-17.494	-11.0326	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-55.6489	-75.9129	-79.9459	-63.5654	-59.4154	-67.9806	-63.5574	-	-
加权净资产收益率(%)	19.17	26.52	18.17	23.39	28.66	29.87	24.39	27.93	-
基本每股收益(元)	0.63	0.6	0.39	0.68	1.04	1.44	1.45	1.54	1.71
净利率(%)	19.4991	25.4004	15.1169	19.2152	23.2336	26.8063	26.1014	28.2714	22.6468
总资产周转率(次)	0.812	0.7181	0.6718	0.7659	0.7873	0.7905	0.7295	0.6935	0.5378
归属净利润滚动环比增长(%)	-52.2385	28.3896	-76.8917	-63.0564	-59.6534	-66.9583	-61.3726	-	-
每股公积金(元)	1.2369	0.1184	-	0.0001	0.0006	0.0006	-	-	-
存货周转天数(天)	19.1807	16.7061	16.1871	13.1849	9.7503	6.7695	5.238	4.5605	4.8371
营业总收入(元)	4.63亿	7.62亿	7.63亿	11.80亿	15.46亿	18.94亿	19.31亿	20.88亿	27.19亿

每股未分配利润 (元)	1.6788	1.414	1.5157	2.0528	3.0431	4.4679	5.6833	7.7582	9.3507
稀释每股收益 (元)	0.63	0.6	0.39	0.68	1.04	1.44	1.45	1.54	1.71
归属净利润(元)	1.00亿	1.92亿	1.24亿	2.17亿	3.32亿	4.63亿	4.66亿	4.93亿	5.48亿
扣非每股收益 (元)	0.61	0.39	0.41	0.66	1.02	1.41	1.48	2.09	-
经营现金流/营 业收入	0.8033	0.5739	0.5021	1.0808	1.464	2.0205	2.2096	2.9298	2.0897

竞争优势

口腔医疗资源优势：通策医疗依托中国科学院大学、浙江大学、杭州医学院等知名院校，扩大各学科名医为核心的存济医生集团，优化配置各级医生资源，发挥优质医生资源在协作中的关键作用，建立医生合伙人分级激励机制，以较好的医生资源服务于广大患者。通过医生集团共享口腔医学院系资源，发展杭州医学院。学院依托存济口腔医学院产教融合示范基地，携手杭州口腔医院集团和浙江省人民医院共同办学，下设四个临床学院，各临床学院保障专业教学任务和临床实践教学的完成。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13080197867（李先生）

电话：18621660149（郝先生）

深圳市华润置地大厦E座4105室