



2025 年种植牙品牌推荐

数字化种植浪潮下，技术驱动型品牌盘点

目录

一、市场背景.....	2
1.1 摘要	2
1.2 种植牙定义.....	2
1.3 市场演变	2
二、市场现状.....	3
2.1 市场规模.....	3
2.2 市场供需	3
三、市场竞争.....	4
3.1 市场评估维度.....	4
3.2 市场竞争格局.....	5
3.3 十大品牌推荐	5
四、发展趋势.....	7
4.1 中青年缺齿率提升和人口老龄化对种植牙行业下游市场需求日益增长	7
4.2 居民可支配收入提高，助推种植牙行业发展	7
4.3 口腔医疗资源不断发展	7
4.4 集采政策推动种植牙进一步放量	7

2025 年种植牙品牌推荐

一、市场背景

1.1 摘要

2022 年，由四川省医保局牵头、所有省份参与的种植牙联盟集采，近 60 款种植体产品系统参与报价，最终拟中选产品共 40 款，市场主流产品均有入选。中选产品价格区间为 548 元—1855 元，均价降至 900 余元，与集采前相比平均降幅 55%。集采汇聚全国近 1.8 万家医疗机构的需求量，达 287 万套种植体系统，约占国内年种植牙数量（400 万颗）的 72%，预计每年可节约患者费用 40 亿元左右。

目前，进口品牌主导高端市场，中低端市场由韩系品牌占据。集采推进市场放量，降低了患者负担，有望显著释放治疗需求。未来，中国种植牙渗透率有望进一步提高，但仍远低于发达国家水平，存在较大提升空间。种植牙行业市场规模预计将延续快速增长。

1.2 种植牙定义

口腔种植是指应用生物材料制作的人工牙根、牙冠等，修复缺失牙及周围组织，获得长期稳定、舒适的咀嚼功能和牙齿外形。对比传统的治疗方法，种植牙具备高舒适度、高美观度和长使用寿命等优点，且对口腔整体影响较小，受到患者喜爱。种植牙是一种使用种植专用器械，通常由种植体、种植基台和牙冠组成，按照材料分类，包括金属类种植牙、陶瓷类种植牙、碳素类种植牙、高分子聚合物种植牙和复合材料种植牙。

1.3 市场演变

种植牙材料行业发展经历三个发展阶段，1980 年后陶瓷、钛合金等新材料推动技术革新，当前国内主流材料为四级纯钛、Ti-6Al-4V 及钛锆合金，五级钛合金因优异性能正逐步扩大临床应用。

1913 年，EJ Greenfield 博士放置了一个“用 24 克拉金焊接而成的 24 号空心网格铱金圆柱体”作为人工牙龈。1930 年，斯特罗克兄弟试验了由 Vitallium（铬钴合金）制成的矫形螺钉固定装置，也被认为是第一个成功植入骨内膜（骨内）植入物的人。1938 年，PB Adams 博士获得了圆柱形骨内植入物专利，该植入物具有内螺纹和外螺纹，且有一个光滑的牙龈环和一个愈合帽。随着种植体发现的不断进展，瑞典的 Dahl 在 1940 年代开发出了骨膜下（骨上）种植体。各种植入物设计在 20 世纪 60 年代得到扩展。Cherchieve 博士制作了双螺旋植入物，由钴和铬制成。20 世纪 60 年代末到 70 年代

初，Roberts 医生团队开始开发 Ramus Blade 骨内植入物。该植入物由手术级不锈钢制成，且还开发了升支框架植入物，该植入物通过锚定在双侧升支以及联合区域来获得稳定性。20 世纪 70 年代，Grenoble 引进了玻璃碳植入物。1978 年，P. Bränemark 博士提出了一种两级螺纹钛根形种植体，且开发并测试了一个使用纯钛螺钉的系统。Tatum 博士在 20 世纪 80 年代初推出了由钛合金制成的 omni R 种植体。Niznick 博士在 20 世纪 80 年代初推出 Core-Vent 植入物。其是一个空心的篮状植入物，内有一个螺纹件，有助于与骨头结合。IMZ 种植体由 Kirsch 博士在 1970 年代末推出，并于 1980 年代在许多国家广泛使用。Straumann 公司于 1985 年推出的 ITI 种植体系统具有独特的等离子喷涂圆柱体和螺钉，设计用于单阶段操作。

目前中国已上市种植体产品所用材料主要包括四级纯钛（TA4）、Ti-6Al-4V 钛合金和钛锆合金。

二、市场现状

2.1 市场规模

2024 年中国种植牙行业市场规模为 102.0 亿元，有望未来以 20.3% 的年复合增速增至 2030 年的 308.6 亿元。

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。集采大幅降低患者负担，显著释放治疗需求。

口腔牙种植主要面临着“高价格、高风险”的难题，种植牙工序繁琐、复杂、困难，而且需要极强的精确性，同时种植牙过程需要拥有大量实战操作经验的牙医才能完成。近年来种植牙技术不断迭代更新，从传统的翻瓣种植到微创种植，再演变到即刻负重、即拔即种、ALL-ON-4/6、3D 打印等种植技术。随着种植牙技术的不断迭代，种植牙周期缩短，种植牙的成功率超 90%，进而提升患者接种接受度，种植牙数量放量提升。未来随着居民对种植牙认知程度快速提升，以及供给端口腔执业医生等医疗资源的增长，中国种植牙渗透率有望进一步提高。

2.2 市场供需

2.2.1 市场供给情况

上游端，在锥形束 CT 产品进入中国口腔医疗领域的早期阶段，市场被进口产品垄断，

产品价格较高，仅口腔专科医院及大型综合医院口腔科室能够负担高额的设备价格。

从应用场景来看，锥形束 CT 设备在口腔诊疗领域的使用场景非常广泛，包括口腔种植、口腔正畸、口腔颌面外科诊疗、牙体牙髓病诊疗、牙周病诊疗、颞下颌关节诊疗等，已经逐步成为口腔诊疗领域必不可少的设备之一。相较而言，牙片机、全景机只适合于观察单个牙齿或所有牙齿的形态、位置及颌骨内情况，但不适用于对牙齿结构成像清晰度要求非常高的领域，比如种植、正畸、口腔颌面外科等。

2.2.2 市场需求情况

随着种植牙渗透率的不断提高，中国种植牙数量显著增长。国内种植牙市场过去几年处于爆发式增长态势，由 2019 年的 312.0 万颗增长至 2024 年 686.4 万颗。预计集采后种植牙需求将持续增长，且近年来种植牙技术不断迭代更新，从传统的翻瓣种植到微创种植，再演变到即刻负重、即拔即种、ALL-ON-4/6、3D 打印等种植技术。到 2030 年中国种植牙数量预计达到 2,814.9 万颗。

三、市场竞争

3.1 市场评估维度

根据头豹研究院发现，十大代表企业（奥齿泰、登腾、士卓曼、B&B 齿科、登士伯西诺德、诺贝尔生物、仕诺康、威高洁丽康、百康特、创英医疗）的评选遵循多维度量化评估模型，核心指标包括以下三大维度：

(1) 材料质量与生物相容性

材料是种植体长期稳定性的基础。高端品牌如士卓曼采用医用级钛合金或四级纯钛，其抗拉强度高、耐腐蚀性强，生物相容性优异，可显著降低骨吸收风险。例如，士卓曼的 SLActive 表面处理技术通过亲水性设计，加速骨结合，缩短愈合周期。中端品牌如登腾、奥齿泰则采用四级纯钛，结合 S.L.A. 喷砂酸蚀技术，在保证生物安全性的同时控制成本。国产威高、创英等品牌通过引入瑞士加工工艺，提升材料纯度与表面粗糙度，实现与进口品牌相近的骨整合效果。材料质量直接影响种植体的使用寿命，高端品牌通常提供 15 年以上质保，而中端品牌多以 5-10 年质保为主。

(2) 技术创新与临床验证

技术创新是品牌竞争力的核心。诺贝尔生物凭借 50 年临床数据积累，开发出 TiUnite 表面处理技术，使骨结合速度提升 30%，尤其适合糖尿病、牙周病患者。士卓曼的 BLX 系列采用锋刃状设计，实现“即刻种植”，减少手术次数。B&B 齿科通过双酸蚀喷砂工艺与锥形螺纹设计，在骨量不足病例中实现 98.2% 的 10 年存活率。国产创英引入瑞士生产设备，其 BLE 骨水平种植体自攻性强，缩短手术时间。技术差异化体现在适应症覆盖范围：高端品牌如百康特支持超短植体（5mm）绕过植骨手术，而中端品牌如登

腾更依赖牙槽骨条件。临床案例数量与长期追踪数据是验证技术可靠性的关键，如诺贝尔 1967 年植入的案例至今仍在使用。

(3) 产品线丰富度与个性化适配

种植体需满足多样化口腔需求。登士柏西诺德旗下拥有 Astra、MIS、Ankylos 等系统，覆盖单牙、全口、骨增量等全场景。诺贝尔生物提供 5 种型号：PMC（经济款）、Active（骨量不足专用）、Replace（前牙美学区）等，实现“私人订制”。B&B 齿科通过 EV、3P、WIDE 等系列，适配窄颈、宽颈、迷你等不同解剖结构。国产威高提供直径 3.4mm-5.0mm 的多种规格，降低临床操作难度。产品线丰富度反映品牌对复杂病例的覆盖能力，例如穿颧种植、上颌窦提升等高难度术式，仅少数高端品牌如诺贝尔、士卓曼具备完整解决方案。

3.2 市场竞争格局

种植牙行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有奥齿泰、登腾、士卓曼等；第二梯队公司为诺贝尔、B&B、登士柏等；第三梯队有威高洁丽康、百康特、创英医疗等。

高端市场种植牙市场主要由士卓曼、登士柏、诺贝尔等欧美企业占领，凭借多年技术研发优势，在种植牙的精密度、钛强度（常采用的钛纯度一般为 4 级钛，为生物相容性和强度的折衷点，纯度越高强度越大相容性越差，越低则受力能力弱无法保证机械稳定性。头部企业如士卓曼等能提供 5 级钛）、表面处理等方面领先行业水平，并提供数字化解决方案配合使用，具有高度可预测性并能提高手术成功率。高端定位的欧美品牌毛利率在 70% 以上；中低端市场主要由奥齿泰、登腾等韩国企业占领，韩系品牌主要走平民化路线，降低患者种植负担以达到占领主要市场的目的，产品毛利率在 55%-60% 之间。根据 2022 年《口腔种植体系统省际联盟集中带量采购中选结果》，报量中选的种植牙企业中，奥齿泰、登腾、士卓曼、诺贝尔为 TOP4 企业，合计占比达 66.8%。

未来，随着国产种植体头部企业市场认可度逐步提高，未来国产市场份额占比有望扩大，但进口品牌主导市场格局中短期不变。2023 年，种植牙费用综合治理结果落地实施，直接影响到整个行业的定价体系，集采带来种植体系统的出厂价格大幅度下降，平均降幅为 55%，使得患者能够以更低的价格获得种植牙服务，患者群体规模扩大进而吸引更多企业布局种植牙赛道。进口品牌凭借医生培训体系、配套设备铺排以及产品技术层面等方面确立竞争优势，如奥齿泰、诺贝尔、士卓曼等注重医生培训，拥有全球性的培训中心，包括模拟手术操作、病例讨论等种植牙课程，且在配套设备上提供如高精度导航仪、3D 打印技术等先进设备。在上述竞争壁垒下，预计中短期进口品牌主导市场格局不变。

3.3 十大品牌推荐

1. 奥齿泰

韩国知名口腔种植品牌，技术成熟，采用多重微螺纹设计增加与颌骨接触面积，表面多孔纳米氧化钛技术提升生物活性，促进骨结合，且规格多样，适合人群广泛，性价比高。

2 . 登腾

韩国品牌，以高成功率和稳定性著称，适应性强，能应对不同骨质条件，操作简单，术后恢复快，外观美观，可根据患者口腔情况个性化设计，价格亲民。

3 . 士卓曼

瑞士品牌，采用四级纯钛或钛锆合金材质，生物相容性好，强度高，独特表面处理技术和创新设计提升手术成功率和患者舒适度，型号丰富，满足多样需求。

4 . B&B 齿科

意大利品牌，专注种植产品和骨再生材料研发，种植体 5°莫氏锥度连接，冷焊接密封，减少骨吸收，修复配件接口统一，型号多样，有特色技术提升骨结合效果。

5 . 登士柏西诺德

旗下朗斯种植系统针对亚洲人牙颌骨质特点设计，方形表面螺纹增加接触减少应力，保护牙槽骨，种植快速，初期稳定性高，骨结合率高，适应症广。

6 . 谷诺贝尔生物

代表种植牙顶尖水平，采用高品质纯钛或钛合金材料，生物相容性好，精准设计与制造技术确保植入精确稳定，表面处理技术增强骨结合，应用范围广，美观自然。

7 . 仕诺康

韩国品牌，运用先进材料与工艺，外观逼真，稳固性强，舒适耐用，能精准模拟天然牙齿外形和功能，为患者提供长久口腔健康保障。

8 . 威高洁丽康

国产自主研发品牌，种植体表面采用大颗粒喷砂加酸蚀处理技术，密封性好，避免微渗漏，抗旋转，且无需开刀，新型麻醉技术让患者全程无痛。

9 . 百康特

国产性价比高的品牌，价格亲民，采用医用级钛合金材料，耐腐蚀性和生物相容性好，新型表面处理技术促进骨组织结合，设计贴合东方人口腔结构。

10 . 创英医疗

国产优质品牌，采用医用级纯钛材质，生物相容性和耐腐蚀性好，引入新型表面处理技术和 SEM 技术，提高种植体稳定性和耐用性，价格亲民，应用范围广。

四、发展趋势

第四部分主要描述中国种植牙行业的发展趋势，可以从市场需求、可支配收入、医疗资源、政策等多个角度进行分析。

4.1 中青年缺齿率提升和人口老龄化对种植牙行业下游市场需求日益增长

牙齿缺失后会造成颞下颌关节功能紊乱，出现颞颌关节疼痛或开闭口受限，影响食物吞咽，导致消化系统受到不同程度影响，长期缺牙更可能引起严重的健康问题。在 35-44 岁的中青年人群中，缺牙率为 36.4%，平均缺齿量为 0.4 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 7.5 颗，缺牙已修复比例为 63.2%。中老年群体中牙齿缺失率较高，而中国目前正面临人口老龄化程度不断加深的问题，将促进种植牙行业下游市场需求的不断增大。种植牙作为中老年人重要的缺齿解决方案，人口老龄化程度逐步加深促进种植牙市场需求空间不断加大，也将驱动种植牙行业市场不断增长。

4.2 居民可支配收入提高，助推种植牙行业发展

种植牙行业的发展受国民可支配收入、口腔医疗资源基础及行业政策等多方面因素影响。从消费端来看，种植牙具有较高的消费属性，与个人可支配收入密切相关。对于我国经济发达的一线城市（如北京、上海、深圳、广州等），由于居民可支配收入较高，种植牙的渗透率要明显高于其他城市。近年来，中国居民人均可支配收入稳步提升。国家统计局数据显示，全国居民人均可支配收入已从 2019 年的 30,733 元增长至 2024 年的 41,314 元，是推动种植牙行业增长的内在动力。

4.3 口腔医疗资源不断发展

口腔医院和口腔执业医师数量的增长为种植牙行业的发展提供了医疗基础。2024 年前三季度全国在工商经营状态的口腔医疗机构总数同比增长 10%。2019 至 2024Q1-3，全国在工商经营状态的口腔医疗机构数量分别为 7.6、8.8、11.0、12.2、12.7、14.0 万家，从整体数量上来看，截至 2024/9/30 日，全国在工商经营状态的口腔医疗机构数量较 2023 年底同比增长 10%，重新恢复增长。

4.4 集采政策推动种植牙进一步放量

随着近两年种植牙集采政策的实施和价格治理工作的推进，国内种植牙价格较之前大幅下降，种植牙市场的价格变得更加公开透明。一方面，政策对国内种植牙市场的格局产生较大影响，另一方面，种植牙的需求获得进一步释放，使得更多的患者可以以相对低的价格获得治疗。2023 年 9 月，卫健委发布《关于进一步推进口腔医疗服务和保障管理工作的通知》进一步规范口腔诊疗行为，提升口腔医疗保障水平，加大口腔医疗服务供给能力，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。

种植牙集采的实施将进一步推动具有性价比优势的种植牙品牌的销量增长，也将助力国内种植牙市场的快速发展。