

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據摘自不同的官方政府刊物、可供查閱的公開市場研究資料來源及獨立供應商的其他資料來源，以及弗若斯特沙利文編製的獨立行業報告。我們委聘弗若斯特沙利文編製有關[編纂]的獨立行業報告弗若斯特沙利文報告。來自官方政府來源的資料並無經我們、聯席保薦人、[編纂]、任何[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方(弗若斯特沙利文除外)獨立核實且概無就其準確性發表任何聲明。因此，本節所載來自官方政府來源的資料可能不準確，不應加以過分依賴。

資料來源

就[編纂]而言，我們已委託獨立第三方弗若斯特沙利文就中國口腔醫療服務市場進行分析及編製報告。我們委託編製的報告(或弗若斯特沙利文報告)已由弗若斯特沙利文在不受我們影響的情況下獨立編製。弗若斯特沙利文就編製弗若斯特沙利文報告收取的費用為人民幣600,000元，我們認為此費用反映了類似服務的市場費率。弗若斯特沙利文於1961年成立，在全球設有48個辦事處，擁有超過2,000名行業顧問、市場研究分析員、技術分析員及經濟師。其提供行業研究及市場策略，並提供增長諮詢及企業培訓。弗若斯特沙利文自20世紀90年代起在中國設立辦事處以來，服務一直遍及中國市場。

弗若斯特沙利文報告包括本文件所引述的中國口腔醫療服務市場的資料以及其他行業、宏觀經濟及人口數據。弗若斯特沙利文的獨立調研包括由與指定市場相關的多個來源獲得的一手及二手研究。一手研究包括對行業領先參與者及行業專家的深度訪談。二手研究包括審閱市場參與者報告、獨立研究報告及弗若斯特沙利文本身研究數據庫中的數據。預測數據乃根據特定行業相關因素推算過往及宏觀經濟數據得出。除另有指明外，本節載列的所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告、多種政府官方及其他出版物。於進行市場研究的過程中，弗若斯特沙利文假設有關於市場的社會、經濟及政治環境在預測期間很可能保持穩定，此乃報告合理理據的基礎。

行業概覽

董事於作出合理查詢後確認，自弗若斯特沙利文報告日期以來，市場資料並無任何不利變動而可能使本節所載資料有所限制、抵觸或受影響。

中國醫療服務市場

概覽

隨著購買力不斷增強及中國家庭的健康及保健意識不斷提高，中國的醫療服務行業在過去數年經歷了快速發展。於2015年至2020年，中國的總醫療支出及人均醫療支出均以約10.6%的年複合增長率增長，於2020年底分別達到人民幣56,512億元及人民幣4,000元。該趨勢預計於未來年度進一步加速。根據弗若斯特沙利文報告，預期中國的總醫療支出及人均醫療支出將於2025年前分別達到人民幣97,371億元及人民幣6,900元，2021年至2025年的年複合增長率分別約為10.7%及10.5%。總醫療支出包括(i)政府醫療開支、(ii)公共醫療保險支出及(iii)個人消費者自付醫療費用。人均醫療支出按中國總醫療支出除以中國總人口計算。特別是，根據弗若斯特沙利文報告，估計於2020年，中國人均口腔醫療服務支出將佔人均醫療支出的約6%。

下圖載列所示年份中國實際及估計總醫療支出：

中國總醫療支出及人均醫療支出，2015年至2025年（估計）



資料來源：世衛組織、國家衛健委、弗若斯特沙利文分析。2019年可得的最新資料。

行業概覽

中國醫療服務市場的主要增長驅動力

根據弗若斯特沙利文報告，中國醫療服務市場的增長預期受以下因素推動：

人均可支配收入增長

隨著經濟增長及快速城市化持續推進，中國的人均可支配收入由2015年的人民幣22,000元穩定增長至2020年的人民幣32,200元，年複合增長率約為7.9%。可支配收入的增長及中國家庭購買力的增強預期將進一步推動對醫療服務的需求。預期中國的人均可支配收入將由2021年的人民幣34,800元增長至2025年的人民幣45,100元，年複合增長率約為7.0%。

醫療服務的人均消費支出增加

中國醫療服務的市場規模由2015年的人民幣29,540億元擴大至2020年的人民幣50,990億元，年複合增長率為11.5%，並預計將由2021年的人民幣55,630億元繼續增長至2025年的人民幣75,200億元，年複合增長率為7.8%。受健康意識較強的人口的可支配收入增長所推動，中國醫療服務的人均消費支出由2015年的人民幣1,200元增長至2020年的人民幣1,800元，年複合增長率約為9.6%。由2019年的人民幣1,900元小幅減少至2020年的人民幣1,800元，主要由於COVID-19爆發導致2020年第一季度經濟活動及消費停頓。隨著COVID-19得到有效控制及中國國內經濟活動迅速復甦，預期2025年醫療服務的人均消費支出將持續增長至人民幣2,900元，2021年至2025年的年複合增長率約為9.4%。醫療服務的總消費支出指個人消費者就日常消費目的直接購買的醫療服務的支出，為總醫療支出的一個分支。醫療服務的人均消費支出按中國醫療服務的總消費支出除以中國總人口計算。特別是，根據弗若斯特沙利文報告，於2020年，中國人均口腔醫療服務消費支出佔人均醫療服務消費支出的約3%。

中國人口老齡化

過往的「獨生子女政策」及中國人口預期壽命的延長令中國的人口結構出現轉變，2020年65歲及以上人口超過1.840億，2015年至2020年的年複合增長率約為5.0%。到2020年底，65歲及以上人口數量約佔中國總人口的13.1%。根據弗若斯特沙利文報告，老齡化趨勢預期將會維持下去，到2025年底，65歲及以上人口估計將達到2.242億，導致中國醫療服務的需求增加。

行業概覽

中上階層市場消費主體不斷增長

強勁的經濟增長和大規模的城市化支持了中國中上階層市場消費主體的增長。因此，年度可支配收入超過人民幣120,000元的人口數目由2015年的324.1百萬人增加至2020年的372.5百萬人，年複合增長率約為2.8%。中上階層市場消費主體普遍接受良好教育，對健康生活方式的接受程度較高。他們比較注重質量而非價格，且更願意購買民營醫療服務。在選擇醫療服務時，他們重視以患者為中心的方式及更高的醫療標準、更完善的服務設施、更高隱私度及便利程度以及更短的等候時間。預計於2020年至2025年，中國中上階層市場消費主體人口將繼續按年複合增長率約2.0%增長，到2025年底達到413.5百萬人。

中國消費型醫療服務

可支配收入的增長及健康意識的提高，促使醫療市場由疾病驅動的市場（即治療已經生病的人）轉型為健康驅動的市場（即提供醫療服務以積極改善中國消費者的健康水平）。根據弗若斯特沙利文報告，中國消費型醫療服務的總市場規模由2015年的人人民幣3,191億元擴大至2020年的人人民幣8,838億元，年複合增長率為22.6%。2021年至2025年，預期將以22.9%的年複合增長率加速增長，到2025年底達到人民幣23,930億元。

中國消費型醫療服務的市場規模，2015年至2025年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文分析

憑藉更先進的設施、更廣泛的醫療治療範圍及對患者體驗的重視，民營醫療提供商對中國消費者的吸引力提升。鑒於消費者喜好的轉變趨勢及消費型醫療服務行業不斷增長帶來的廣泛裨益，中國政府已頒佈一系列對民營醫療提供商有利的政策，推動民營領域的私人投資增加。隨著私人資本對此行業的注資增加，消費型醫療服務提供商能夠進一步提升患者體驗。

行業概覽

中國口腔醫療服務市場

口腔醫療服務概覽

口腔醫療服務主要涵蓋三個科室，包括(i)普通牙科、(ii)正畸科及(iii)種植科。該三個科室的簡介載列如下：

- **普通牙科**。普通牙科提供預防服務，例如洗牙、軟組織檢查及篩查牙科疾病及其他潛在問題，以及一系列基本修復治療。該等服務包括補牙、根管治療及通過牙冠及義齒修復缺損牙齒。
- **正畸科**。正畸牙科為可能因頷骨比例異常及不成比例而導致的咬合不正提供治療。該等服務包括提升咬合效率、語音、口腔衛生及儀容。
- **種植科**。種植牙科會在確定必須拔取天然牙齒時，提供在頷骨內永久植入人工牙齒的服務。該服務為需要更換牙齒的患者提供一種更為持久的選擇。

口腔醫療服務一般可分為(i)高端口腔醫療服務、(ii)中端口腔醫療服務及(iii)經濟型口腔醫療服務。中端及高端口腔醫療服務提供商因其服務質量和定價而有所不同。特別是，高端口腔醫療服務指面向上層市場、注重患者護理與體驗的全面高度訂製化口腔醫療服務，其掛牌價格較三級甲等醫院提供同類型口腔醫療服務的標準掛牌價格高出至少25%。相比之下，中端口腔醫療服務指通常由口腔醫療服務連鎖店提供的全面口腔醫療服務，針對中上階層市場量身訂製，具有高度的一致性，其掛牌價格較三級甲等醫院提供同類型口腔醫療服務的標準掛牌價格高出約10%。根據弗若斯特沙利文的資料，三級甲等醫院作為最高質量的公立醫院，涵蓋並滿足大部分消費者對普通口腔治療的普遍需求。因此，其掛牌價格通常被用作中國口腔醫療服務的定價標準。

隨著中上階層市場消費主體的壯大及覆蓋多種類醫療需求的商業健康保險不斷增長，患者對訂製化及隱私性更高的高端口腔醫療服務的需求持續增長。與經濟型口腔醫療服務提供商提供的相對標準化的口腔醫療服務相比，高端口腔醫療服務的更多訂製通常需要更高水平的客戶服務靈活性與個性化，從而帶來高度個性化的治療計劃，使得治療質量令人滿意及患者體驗有所提升。因中國政府計劃限制公共醫療機構內高

行業概覽

端「VIP」服務的供應以保證滿足患者的基本需求，預期中端及高端口腔醫療服務的供需缺口將進一步擴大。因此，預期中端及高端口腔醫療服務將繼續發展，推動民營口腔醫療服務提供商的快速增長。

高端、中端與經濟型口腔醫療服務對比

	高端口腔醫療服務	中端口腔醫療服務	經濟型口腔醫療服務
目標患者	上層市場消費主體	中上階層市場消費主體	大眾
地理分佈	主要為一線城市的CBD及住宅區	一二線城市的CBD及住宅區	城鄉區域的住宅區
客戶服務	注重患者護理的全面訂製服務體系，並提供更靈活、專業及個性化的客戶服務	連鎖店與患者之間的一致性更高的全面客戶服務體系	相對標準化的客戶服務體系
服務範圍	全面的口腔疾病；更多美容及慢性病保健項目；及覆蓋治療前諮詢、治療及後續回訪的全面服務	普通口腔疾病；部分美容及慢性病保健項目	普通口腔疾病及全面口腔疾病
保險保障範圍	個人自付；商業保險	個人自付；商業保險；部分口腔醫療集團的公共保險	個人自付；公共保險

資料來源：弗若斯特沙利文分析

附註：根據弗若斯特沙利文的資料，高端口腔醫療服務指面向上層市場的全面高度訂製化口腔醫療服務，其掛牌價格較三級甲等醫院提供同類型口腔醫療服務的標準掛牌價格高出至少25%，而中端口腔醫療服務指針對中上階層市場量身訂製的全面口腔醫療服務，其掛牌價格較三級甲等醫院提供同類型口腔醫療服務的標準掛牌價格高出約10%。

隨著消費者為高質量的口腔醫療服務支付溢價的意願提高，提供訂製及優質服務將使口腔醫療服務提供商能夠收取溢價。根據弗若斯特沙利文報告，連鎖口腔醫療服務提供商已在中端及高端口腔醫療服務領域吸引更多投資。

中國口腔醫療服務市場概覽

於20世紀90年代前，中國的口腔醫療服務市場乃由公共醫療機構主導。然而，公眾對口腔醫療服務不斷增長的需求已超出現有數量公共醫療機構的負荷。這使得民營醫療機構的數量增長以及民營口腔醫療服務領域的市場規模增長。

自20世紀90年代以來，民營口腔醫療服務提供商（包括瑞爾集團）在提高公眾口腔健康意識及推動口腔醫療服務消費需求方面發揮著重要作用。中國多個地區的口腔診所數量快速增長。隨著較大型的民營口腔醫療服務提供商達到了足夠規模，連鎖經營模式獲得應用以實現更廣闊的地域覆蓋。

行業概覽

近年來，人口老齡化及公眾對口腔健康意識的提高，導致中國對口腔醫療服務的需求不斷增長。隨著公民醫療支出的增加及醫療保險服務的改善，中國口腔醫療服務的市場持續擴大。根據弗若斯特沙利文報告，中國口腔醫療服務的市場規模由2015年的人民幣757億元增加至2020年的人民幣1,199億元，年複合增長率為9.6%。儘管受COVID-19的影響2020年市場規模略有下降，但預期市場規模將於預測期間內按年複合增長率19.9%繼續增長，於2025年前達到人民幣2,998億元。根據弗若斯特沙利文報告，增長預期將集中於民營部門，其市場規模預期將於2025年前達到人民幣2,414億元。



資料來源：弗若斯特沙利文分析

對於中國市場，民營服務提供商經營的口腔醫療機構數量更多。這是因為民營部門主要由口腔診所組成，對運營、監管及資本要求較低，因此地域覆蓋更廣。作為口腔診所的分支，民營口腔診所在地理上廣泛分佈，以多種業務模式應對不同市場定位。除普通口腔疾病外，民營口腔診所亦提供美容及慢性病保健項目、治療前諮詢及其他個性化客戶服務。公立部門主要包括口腔醫院（主要向一二線城市的客戶提供全面且多元的口腔治療）及設有口腔科的綜合醫院（通常位於為滿足大眾人群的普通口腔治療需求的城市及農村地區）。口腔醫療機構的數量一直在增長，由2015年的64,100家增加至2020年的87,700家，年複合增長率為6.5%。預期2025年口腔醫療機構的數量將達到144,500家，年複合增長率為10.4%。尤其是，民營口腔診所佔2020年中國口腔醫療服務市場總額的51.9%，而口腔醫院及設有口腔科的綜合醫院合計佔總市場份額的48.1%。

行業概覽

根據弗若斯特沙利文報告，民營口腔醫療服務的市場規模由2015年的人民幣433億元增長至2020年的人民幣831億元，年複合增長率為13.9%，並預期將會於2025年前達到人民幣2,414億元，預測期間的年複合增長率為23.3%。此外，中國民營口腔醫療服務提供商的數量由2015年的58,000家增加至2020年的79,800家，年複合增長率為6.6%，並預期將於2025年前達到133,000家，預測期間的年複合增長率為10.6%。

中國高端民營口腔醫療服務市場概覽

中國的高端民營口腔醫療服務提供商一般向具有高購買力的上層市場消費主體提供優質且定價較高的口腔醫療方案。根據弗若斯特沙利文報告，高端口腔醫療服務提供商的口腔醫療服務（例如種植及正畸牙科）收費掛牌價格較三級甲等醫院所收取者高出至少25%。該等高端口腔醫療集團通常於中國一線城市的黃金地段設立機構，使目標消費者更容易獲得他們的服務。他們一般亦設有更高的醫療標準並提供更佳的服務設施及更高的私隱度，以滿足成熟消費者的期望。由於良好的聲譽及具競爭力的薪酬結構，高端口腔醫療集團更有可能招聘有實力的醫療專業人士。因此，高端口腔醫療服務提供商通常在普羅大眾中擁有更高的品牌知名度，對中上階層市場消費主體更具吸引力。由於高端口腔醫療服務提供商針對中上階層市場消費主體，他們在中國整體口腔醫療服務市場中所佔份額相對較小。

中國高端民營口腔醫療服務市場的規模

根據弗若斯特沙利文報告，高端民營口腔醫療服務市場的市場規模由2015年的人民幣12.9億元增長至2020年的人民幣26.2億元，年複合增長率為15.2%，預期於2025年前將達到人民幣74.9億元，年複合增長率為19.7%。



資料來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

中國中端民營口腔醫療服務市場概覽

中國的中端民營口腔醫療服務提供商針對中上階層市場消費主體，提供一系列口腔醫療服務，價格與經濟型口腔醫療服務相比相對較高。他們通常在一二線城市開展業務，通常以口腔醫療服務連鎖店的形式提供全面口腔醫療服務，其口腔醫療連鎖店之間的質量一致性高，可重複性強。中端民營口腔醫療服務提供商的口腔醫療服務收費較三級甲等醫院的掛牌價格高出約10%，並且部分有關口腔醫療機構為政府醫療保險計劃下的定點醫院或診所。因此，與高端口腔醫療服務相比，中端民營口腔醫療服務相對更經濟，並迎合相對更為廣泛的消費者。預期中國家庭消費升級和連鎖口腔醫療服務提供商快速擴張將繼續推動中端民營口腔醫療服務市場。

中國中端民營口腔醫療服務市場的規模

根據弗若斯特沙利文報告，中端民營口腔醫療服務市場的市場規模由2015年的人民幣227.4億元增長至2020年的人民幣533.2億元，年複合增長率為18.6%，並預期於2025年前達到人民幣1,725.9億元，年複合增長率為26.6%。



資料來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

中國口腔醫療服務市場的准入門檻

根據弗若斯特沙利文報告，中國口腔醫療服務市場的主要准入門檻載列如下：

- **牙醫。**牙醫是口腔醫療服務提供商的核心資產，亦是決定服務質量及客戶體驗的關鍵變量。由於患者更青睞於經驗豐富且技術嫻熟的牙醫，知名口腔醫療服務提供商正積極尋求與教育及研究機構合作，以發展人才庫。
- **聲譽及品牌知名度。**鑒於服務質量存在很大差異，口腔醫療服務提供商的聲譽是消費者選擇其口腔醫療服務提供商時的重要考慮因素。倘客戶對其口腔醫療服務提供商感到滿意，則傾向於同一機構重複就診。因此，口腔醫療服務提供商已建立客戶基礎及聲譽後，便會建立較高的准入門檻。
- **業務資格。**於中國經營口腔醫療服務機構須取得若干政府許可，符合醫療設備及人員資質方面的若干要求，才能通過衛生行政部門的審查。

中國口腔醫療服務市場的主要增長動力

根據弗若斯特沙利文報告，除上述因素推動中國醫療服務市場快速增長外，預期中國口腔醫療服務市場的增長亦將由下列因素推動。

消費升級及口腔護理意識增強

隨著可支配收入不斷增加及財富積累，中國已出現數量可觀的中上階層市場消費主體，他們願意為優質的口腔醫療服務支付溢價。對改善口腔健康及審美的強烈需求令消費者對購買部分昂貴的口腔護理服務（如牙齒美白、植牙及正畸）的意願有所提高。此外，家長及教育機構越來越關注兒童的口腔健康，從小就培養口腔護理意識。

行業概覽

口腔疾病的病例增加

高糖食品及飲料、煙草及酒精的消費增加，導致口腔疾病的病例數量上升。於2015年至2019年，中國口腔疾病患者數量由470.7百萬人增至664.1百萬人，年複合增長率約為9.0%。大部分口腔疾病為：蛀牙、牙周病、口腔癌、HIV的口腔症狀、口腔－牙齒創傷、唇齶裂及壞疽性口炎（一種嚴重壞疽病，主要影響兒童）。加上人口老齡化，口腔疾病的病例增加表明中國口腔醫療服務的需求上升。

利好的監管政策

過去幾年，中國政府出台利好政策以支持民營口腔醫療機構的發展及積極促進專科醫療集團的發展。於2016年3月，國家衛生和計劃生育委員會頒佈「醫師執業註冊管理辦法」，允許受僱醫生進行多點執業及設立民營診所。於2017年1月，國務院發佈「防治慢性病中長期規劃（2017-2025年）」，全面加強幼兒園及小學的口腔護理教育及防治牙周病及蛀牙。於2020年2月，國家衛生健康委員會發佈「健康口腔行動方案（2020-2025年）」，致力於增強中國家庭的口腔健康意識，提升整體口腔醫療服務質量及降低口腔疾病發病率。

此外，中國政府已採取醫療改革提高醫療服務的可及性及可負擔性，大力投入以建設及升級醫療基礎設施以及擴大醫療保障範圍。於2019年，包括城鄉居民基本醫療保險計劃及城鎮職工基本醫療保險計劃在內的醫療保險制度已覆蓋近96.7%人口。

中國口腔醫療服務的未來趨勢

根據弗若斯特沙利文報告，預計中國口腔醫療服務的未來趨勢將具有以下特徵：

- *民營口腔醫療服務提供商的重要性逐步提升。*民營口腔醫療服務行業於近幾年快速增長，部分民營口腔醫院已被納入國家醫療保險體系。這些民營口腔醫療服務醫院有高素質專才及更先進的醫療設備，能提供更佳的客戶體驗。

行業概覽

- **快速連鎖擴張。**根據弗若斯特沙利文報告，一二線城市的平均每年可支配收入於近幾年經歷快速增長，帶動口腔醫療服務方面支出的增加，並為連鎖口腔醫療服務提供商帶來擴張的機會。預期連鎖口腔醫療服務提供商將繼續加強於一線城市、核心二線城市及其他地域的滲透，通過自然增長及戰略收購擴大其全國業務版圖。
- **更加注重先進的數字化。**預期中國的口腔醫療服務提供商將透過服務式軟件、電腦輔助設計及製造等先進數字化更加注重提升其服務及運營。獲得更多資金、醫療技術及資源可提高醫療執業的專業化程度、簡化服務交付及提高運營效率。這使口腔醫療服務提供商能夠為更多患者提供更優質的服務，並打造日益受到認可及專業的品牌形象。

中國口腔醫療服務市場的瓶頸

牙醫資源稀缺

與口腔醫療服務需求的不斷增長一致，中國牙科畢業生人數由2015年的23,800人增至2019年的35,800人，年複合增長率約為10.8%。於2019年，中國牙科醫生人數為245,000人，較上年增加超過28,000名牙科醫生。然而，註冊牙醫總數仍低於公立及民營口腔醫療服務機構的需求，導致市場參與者激烈競爭合資格牙醫。

於2020年，中國每百萬人中的牙醫人數為175人，遠低於其他發達國家或中等發達國家的水平。例如，於2020年，歐洲發達國家或中等發達國家每百萬人中的牙醫人數約為810人，而美國每百萬人中的牙醫人數約為608人。於2020年，發展中國家巴西每百萬人中的牙醫人數已達到1,200人。中國牙醫資源明顯仍然有限。

牙醫臨床培訓有限

中國口腔醫療行業缺乏教材及資源，使牙醫難以在職業生涯中持續獲得新知識及技能。系統及標準化的臨床培訓仍有很大需要，為口腔醫療服務的發展帶來重大挑戰。

行業概覽

口腔健康意識有限

與發達市場相比，目前中國人口的口腔健康意識有限，專注於齲齒及牙周炎等的診療，不重視口腔健康護理及美容（如口腔修復、正畸及美白），因此需通過口腔健康教育提高中國家庭的口腔健康意識並改善整體健康水平。

民營口腔醫療服務提供商的競爭優勢

民營口腔醫療服務鏈的快速擴張佔領市場份額

中國欠發達地區的醫療資源仍稀缺。隨著對便捷及優質診療的需求不斷增長，欠發達地區的患者仍難以取得有效及高效的診斷及口腔護理治療。這為民營口腔醫療服務提供商創造機會，以通過連鎖擴張來佔領欠發達地區的市場份額，憑藉網絡效應有效競爭。

把握中上階層市場消費主體不斷變化的消費模式

口腔科診療的複雜性要求使用價格昂貴的先進設備。公立醫院的採購程序通常較為繁瑣，而民營醫院及診所可自行酌情採購先進設備。先進牙科設備可幫助牙醫提供更好的治療，使民營口腔醫療服務提供商吸引更多客戶及把握優質口腔醫療服務不斷變化的消費趨勢。

綜合線上系統與個性化服務相結合提升客戶體驗及提高客戶忠誠度

民營口腔醫療服務提供商更有能力將其服務供應數字化。通過採用在線平台並整合其會員及預約系統，民營口腔醫療服務提供商能夠提供個性化服務、以家庭為導向的服務計劃、訂製化口腔健康指導及其他會員服務。在線平台可通過提升患者體驗，進而有效地提高客戶滿意度及忠誠度。

高端及中端民營口腔醫療服務市場的挑戰及機遇

由於目標消費者群體及業務性質高度相似，高端及中端民營口腔醫療服務提供商面臨的挑戰及機遇大致相同。

行業概覽

高端及中端民營口腔醫療服務市場的挑戰

除上述中國整體口腔醫療服務市場的門檻及瓶頸外，高端及中端民營口腔醫療服務市場面臨的挑戰包括：

- *需要大量資本資源。* 高端及中端民營口腔醫療服務的質量與經濟型口腔醫療服務的質量不同，其產生更高的運管成本，以維持更高的服務標準。此外，高端及中端民營口腔醫療服務提供商可能需要大量投資支持其業務擴張並保持服務質量的一致性。因此，投資成本將成為高端及中端民營口腔醫療服務市場參與者面臨的主要挑戰之一。
- *有限的目標消費者群體。* 高端及中端民營口腔醫療服務提供商迎合對醫療服務消費具更強負擔能力的中上階層市場消費主體。儘管中國中上階層市場消費主體穩步增長，但高端及中端民營口腔醫療服務市場的擴張仍可能受限於全國有限的目標人群。

高端及中端民營口腔醫療服務市場的機遇

除上述中國整體口腔醫療服務市場的主要增長動力外，高端及中端民營口腔醫療服務市場面臨的機遇包括：

- *富裕的消費者及為高端口腔醫療服務買單的意願。* 隨著中國可支配收入的增加，越來越多的消費者能夠支付與牙科治療相關的自付費用，並願意在購買力不斷增強的情況下在高端口腔醫療服務上花費更多，原因是他們更看重服務質量而非價格。該等因素為高端及中端民營口腔醫療服務市場帶來巨大商機。
- *口腔護理意識提高。* 中國消費者越來越重視口腔健康及審美，更加認同口腔健康及審美與自尊與社會地位相關。消費者對更好的治療效果與體驗的強烈需求促使他們選擇提供全面服務、提供更高服務質量及提供更為個性化治療方案的高端及中端民營口腔醫療服務提供商。

行業概覽

中國口腔醫療服務市場的競爭格局

概覽

與發達國家相比，中國口腔醫療服務市場的滲透率仍相對較低且較為分散。根據弗若斯特沙利文報告，按收入計，2020年五大民營口腔醫療服務市場參與者僅合共佔總市場份額的8.5%。隨著口腔醫療服務市場不斷擴大，口腔醫療服務提供商繼續爭奪市場份額。口腔醫療服務市場可分為三類：小型口腔醫療服務提供商、區域性連鎖口腔醫療服務提供商及全國性連鎖口腔醫療服務提供商。根據弗若斯特沙利文報告，小型口腔醫療服務提供商於特定地點經營單一口腔診所；區域性連鎖口腔醫療服務提供商於單一地區經營多家口腔診所；全國性連鎖口腔醫療服務提供商於多個地區經營多家診所。

隨著獲得更多的資金及人才，連鎖口腔醫療服務提供商通常能夠更好地利用規模經濟競爭及獲得更多市場份額。尤其是，全國性連鎖口腔醫療服務提供商傾向擁有更多競爭優勢，包括先進數字化、全國性的人才招募、廣泛的知識共享及通過自然增長及戰略收購精準地捕捉地區消費者。該等優勢使國內提供商能夠通過滿足更多患者及提供更優質的服務來適應不斷變化的市場狀況。

由於中國不同地區之間的人口結構差異及消費能力差距，預期市場分散情況於不久的將來仍會持續，為全國性連鎖口腔醫療服務提供商創造龐大的滲透潛力。

2020年中國五大民營口腔醫療服務提供商

中國民營口腔醫療服務市場的競爭格局主要從三個方面進行分析，即收入、各地區的口腔醫療機構數目及市場參與者的牙科椅數量，分別反映其業務實力、營運能力及吸納客戶的能力。根據弗若斯特沙利文報告，截至2020年12月31日，有五家民營口腔醫療服務提供商以很好的盈利能力引領市場。總體而言，五大參與者僅佔中國民營口腔醫療服務市場的一小部分。

行業概覽

下表載列根據弗若斯特沙利文報告於2020年及截至2020年12月31日（如適用）按收入、牙科椅及口腔醫療機構計五大口腔醫療服務提供商：

	按2020年收入劃分的排名 (人民幣十億元)			按牙科椅數量劃分的排名		按機構數量劃分的排名	
1	通策醫療 ⁽¹⁾	2.00	2.4%	拜博口腔 ⁽²⁾	2,100	拜博口腔 ⁽²⁾	176
2	拜博口腔 ⁽²⁾	1.96	2.4%	通策醫療 ⁽¹⁾	1,986	美維口腔 ⁽³⁾	150
3	瑞爾集團	1.24	1.5%	美維口腔 ⁽³⁾	1,500	瑞爾集團	108⁽⁷⁾
4	美維口腔 ⁽³⁾	1.20	1.4%	瑞爾集團	1,271⁽⁶⁾	佳美口腔 ⁽⁵⁾	55
5	歡樂口腔 ⁽⁴⁾	0.67	0.8%	歡樂口腔 ⁽⁴⁾	800	通策醫療 ⁽¹⁾	49
	前五名	7.07	8.5%	前五名	7,657	前五名	538

資料來源：公司網站、年報及弗若斯特沙利文分析

- (1) 通策醫療為一家於1995年成立的上市公司。通策醫療總部位於杭州，在浙江地區的滲透率較高，正通過建立更多的口腔醫院逐步擴張。
- (2) 拜博口腔為一家於1993年成立的民營口腔醫療集團。拜博口腔總部位於珠海，在機構、牙科椅及經營區域數量方面於全國範圍內實施大力擴張戰略。該公司合共成立約180家口腔醫療機構。
- (3) 美維口腔為一家於2015年成立的民營口腔醫療集團。美維口腔總部位於上海，通過收購中國不同的口腔醫療品牌，逐步擴張。
- (4) 歡樂口腔於2007年在北京成立。歡樂口腔旨在通過利用新技術提高牙科治療的效果與服務質量。
- (5) 佳美口腔於1993年在北京成立。憑藉其悠久的經營歷史以及以患者為中心的服務方針，佳美口腔於行業內建立並保持優秀的品牌及聲譽。
- (6) 包括1,168張實際牙科椅及103張額外的註冊牙科椅容量。註冊牙科椅數量指當地衛生行政部門允許某醫院或診所安裝的最大牙科椅數量，而實際牙科椅數量指該醫院或診所已安裝的牙科椅數量。
- (7) 包括位於長沙的四家根據獨家諮詢及服務協議運營的診所，其財務業績並未按照國際財務報告準則併入我們的合併財務報表。有關該等協議的更多詳情，請參閱「業務－我們的服務－我們的醫院及診所」。

行業概覽

中國高端民營口腔醫療服務市場的競爭格局

高端民營口腔醫療服務提供商的口腔醫療服務產品可自由支配的定價相對較高，該等提供商通過提供高質量、增值及個性化的牙科治療滿足上層市場消費主體的需求而自競爭者中脫穎而出。由於目標消費者群體有限以及對優質服務質量的期望，高端民營口腔醫療服務市場的參與者遠少於中端及經濟型民營口腔醫療服務市場。從地域分佈來看，高端民營口腔醫療服務提供商大多集中在一線城市。

根據弗若斯特沙利文報告，就2020年產生的總收入或綜合醫療中心口腔科產生的收入而言，瑞爾齒科為高端民營口腔醫療服務領域的領軍者。按2020年收入計，瑞爾齒科佔高端民營口腔醫療服務市場的24.1%。

下表載列根據弗若斯特沙利文報告於2020年按收入計的三大高端民營口腔醫療服務提供商：

排名	公司 (高端分部)	2020年收入 (人民幣百萬元)	市場份額	機構類型	地理覆蓋範圍 (口腔醫療服務)	機構數量
1	瑞爾齒科	630	24.1%	口腔診所	7個城市 (北京、天津、上海、杭州、深圳、廈門、廣州)	50家診所
2	MALO CLINIC	180	6.9%	口腔診所	13個城市 (北京、上海、廣州、鄭州、青島等)	24家診所
3	和睦家醫療	101	3.9%	綜合醫療中心	5個城市 (北京、上海、天津、廣州、青島)	7家診所， 7家綜合醫院

資料來源：公司網站、年報及弗若斯特沙利文分析

附註：收入按2020日曆年計。

- (1) MALO CLINIC為1995年成立的國際口腔醫療集團。MALO CLINIC的總部位於葡萄牙，戰略專注於全球業務擴張及創新技術應用。
- (2) 和睦家醫療為一家提供私人高端醫療服務的國際醫院及診所運營商。和睦家醫療提供包括口腔醫療服務在內的全面醫療服務。

行業概覽

中國中端民營口腔醫療服務市場的競爭格局

與高端民營口腔醫療服務市場相比，中端民營口腔醫療服務市場相對更加分散。根據弗若斯特沙利文報告，於2020年按收入計，概無中端民營口腔醫療服務提供商佔總市場份額超過4%。大型口腔醫院及連鎖口腔診所為中端民營口腔醫療服務市場的主要參與者。憑藉其規模和資源，彼等可提供高質量、專業的服務。中端民營口腔醫療服務面向中上階層市場消費主體，相較於高端民營口腔醫療服務，可以相對更實惠的價格提供優質口腔醫療服務。

根據弗若斯特沙利文報告，瑞泰口腔按於2020年產生的總收入計於中國五大中端民營口腔醫療服務提供商中排名第五。瑞泰口腔於2020年按收入計佔中端民營口腔醫療服務市場的1.1%。

下表載列根據弗若斯特沙利文報告於2020年按收入計的五大中端民營口腔醫療服務提供商：

排名	公司 (中端分部)	2020年收入 (人民幣十億元)	市場份額
1	通策醫療	2.00	3.8%
2	拜博口腔	1.96	3.7%
3	美維口腔	1.20	2.3%
4	歡樂口腔	0.67	1.3%
5	瑞泰口腔	0.61	1.1%

資料來源：公司網站、年報及弗若斯特沙利文分析

附註：收入按2020日曆年計。