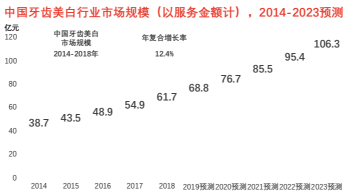
400-072-5588

2019 年
中国牙齿美白行业概览

行业走势图



通信研究团队

戴辰婧 分析师

王英娥 分析师

邮箱 :cs@leadleo.com

相关热点报告

- 医药生物系列行业概览——2019 年中国人工心脏瓣膜行业概览
- 医药生物系列行业概览——2019 年中国创新药行业概览
- 医药生物系列行业概览——2020 年中国肠胃疾病用药行业概览

报告摘要

受益于人民生活水平的提高、政策利好等因素，中国牙齿美白行业于近十年得到逐步发展，2014-2018 年，中国牙齿美白行业市场规模从 38.7 亿元人民币增长到 61.7 亿元人民币，年复合增长率为 12.4%。由于“网红”及明星文化的影响愈加深入，人们对外表愈加关注，中国牙齿美白行业具备良好的成长空间，预计到 2023 年，市场规模将达到 106.3 亿元人民币。

热点一：商业医疗保险与牙齿美白的结合

社会医疗保险在中国保险市场占主要地位，而牙齿美白的项目价格高，亟需商业医疗保险进行补充，以提升消费者对牙齿美白项目的支付能力。目前，已有部分口腔医疗机构开始打造商业保险与口腔医疗相结合的模式，同时，近五年不断有保险公司推出口腔保险产品。未来，牙齿美白与商业医疗保险结合将成为重要发展趋势。

热点二：大型连锁化趋势明显

中国已有部分大型连锁口腔医疗机构上市，如通策医疗等，其他尚未上市但已获投资的连锁医疗机构也引起了业内关注，如瑞尔齿科、佳美口腔、拜博口腔等。未来，通过优质服务和优质的口碑品牌和管理大型连锁口腔医疗机构将迅速扩张，大型连锁化带来的优势也将受到资本青睐，进而加快牙齿美白医疗机构连锁化趋势。

热点三：民营资本持续发力

相较于公立牙科医疗机构，民营口腔医疗机构的病人较少，工作人员充足，在卫生与个性化服务等方面优于公立医疗机构。未来，借助利好政策，民营牙齿美白机构将利用其固有的优势，开拓品牌、优化口碑、提高患者忠诚度，进一步抢占市场。

目录

1 方法论 6

1.1 研究方法 6

1.2 名词解释 7

2 中国牙齿美白行业市场综述 8

2.1 牙齿美白定义与分类 8

2.2 牙齿美白行业发展历程 10

2.3 中国牙齿美白行业的市场规模 11

2.4 中国牙齿美白行业产业链分析 13

2.4.1 上游分析 14

2.4.2 下游分析 15

3 中国牙齿美白行业驱动因素分析 16

3.1 收入增加与互联网金融产品兴起 16

3.2 需求增加带来市场持续性扩容 17

3.3 资本涌入，助力行业发展 18

4 中国牙齿美白行业制约因素分析 20

4.1 人才资源匮乏，地区分布不均匀 20

4.2 获客成本高，压缩行业盈利空间.....21

5 中国牙齿美白行业相关政策分析.....21

6 中国牙齿美白行业发展趋势分析.....23

6.1 商业医疗保险与牙齿美白相结合.....23

6.2 民营资本持续发力.....25

6.3 大型连锁化趋势明显.....26

7 中国牙齿美白行业市场竞争格局.....27

7.1 中国牙齿美白行业竞争格局概述.....27

7.2 中国牙齿美白行业投资企业推荐.....29

7.2.1 瑞尔齿科.....29

7.2.2 拜博口腔.....33

7.2.3 嘉和口腔.....35

图表目录

图 2-1 牙齿美白的方法简介.....9

图 2- 2 牙齿美白的发展历程.....11

图 2- 3 中国牙齿美白行业市场规模（以服务金额计），2014-2023 年预测.....12

图 2- 4 中国牙齿美白行业产业链.....13

图 3-1 中国居民人均可支配收入、消费支出与人均医疗消费支出占总消费支出比重，2014-2018 年.....17

图 3-2 5,000 万元以上口腔医疗融资事件，2017 年.....19

图 3-3 亿元以上口腔医疗融资事件，2018 年.....19

图 5-1 利好牙齿美容政策.....22

图 6-1 拜博口腔+商业保险简介.....24

图 6-2 瑞尔口腔+商业保险简介.....24

图 6-3 牙齿美白行业鼓励民营资本发展政策.....25

图 6-4 中国部分大型连锁口腔医疗机构.....27

图 7-1 牙齿美白行业竞争格局.....28

图 7-2 瑞尔齿科融资概况.....29

图 7-3 拜博口腔特色项目.....34

图 7-4 嘉和口腔主推技术.....36

1 方法论

1.1 研究方法

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，从生物技术、医疗器械、医疗服务等领域着手，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。

- ✓ 头豹研究院此次研究于 2019 年 09 完成。

1.2 名词解释

- **牙釉质：**人体骨质中最坚硬的部分，包绕在牙冠表面，呈乳白色。其中羟基磷灰石占 96%，水占 3.5%，有机物占 1.5%。
- **氟斑牙：**又称斑釉，多由饮用水中氟含量过高导致。
- **龋齿**：又称虫牙、蛀牙，是细菌性疾病。
- **死髓牙：**牙髓组织的死亡，多由各型牙髓炎转化而来。
- **烤瓷牙：**恢复牙齿缺损及达到功能和美观要求的修复牙冠。从结构上分为内冠和釉面瓷层，从质地上分为金属内冠和全瓷内冠烤瓷。
- **O2O（Online To Offline）：**将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的平台。
- **多点执业：**符合条件的执业医师经卫生行政部门注册后，受聘在两个以上医疗机构执业的行为。
- **分级诊疗：**按照疾病的轻重缓急及治疗的难易程度分级，不同级别的医疗机构承担不同疾病的治疗，逐步实现从全科到专业化的医疗过程。
- **网红：**在现实或者网络生活中因为某件事件或某个行为被网民广泛关注从而出名的人，或长期持续输出专业知识并在网络中出名的人。
- **蚂蚁花呗：**蚂蚁金服推出的一款消费信贷产品，申请开通后，将获得 500-50,000 元不等的消费额度。用户在消费时，可以预支蚂蚁花呗的额度，享受“先消费，后付款”的购物体验。
- **APP：**安装在智能手机上的软件，能够完善原始系统的不足，为用户提供更丰富的使用

体验。

2 中国牙齿美白行业市场综述

2.1 牙齿美白定义与分类

牙齿美白是指将化学氧化性漂白药物放在牙齿表面或内部，与牙齿发生化学反应使牙齿本身的颜色变白；或用物体粘附在牙齿表面遮盖牙齿本色，使牙齿颜色变白的过程。目前牙齿美白的主要方法包括：

（1）冷光美白：仪器和美白剂结合作用于牙齿而达到美白效果的一种牙齿美白方式。在具体的操作中，医生会在牙齿上面涂抹一层美白剂，然后通过高强度的蓝光照射美白剂，通过氧化牙齿从而达到美白作用。冷光美白的适应症包括氟斑牙、四环素牙、色素沉淀、牙釉质发育不全、龋齿、死髓牙等；

（2）皓齿美白：通过氧化剂过氧化氢中的小分子，穿过牙釉质和牙本质渗透到牙齿的所有部分，在釉小柱间移动，分解清除使牙齿变色的色素分子，达到牙齿美白的效果。皓齿美白技术由美国皓齿口腔科技公司研发，为现阶段最先进的牙齿美白技术之一；

（3）贴面美白：在牙齿表面粘上一层贴面，对已经变色的牙齿起到遮挡的作用。现在流行的牙齿贴面可以分为树脂贴面和瓷贴面两种：

①树脂贴面：磨去部分牙齿后在牙齿表面贴上树脂，可以保持牙齿的形状和原来一样；

②瓷贴面：汇集了烤瓷牙和树脂贴面的优点，既美观又逼真。瓷贴面是通过最新的计算机超精密雕塑切割设备与技术，将与牙齿珐琅质相似的“美白贴片”切割成与牙齿完全密合的形状，用特殊活性接口材质将其紧密镶嵌在牙齿上，因而价格较贵，相比树脂贴面保持时间长；

（4）激光美白：利用较高浓度的漂白剂（如过氧化氢），搭配适当的激光剂量，催化过氧化物，增加及加速过氧化物的漂白作用，并且选择性作用于沉积在牙齿上的色素颗粒，将齿内有机色素由碳环结构漂白至亲水性的无色素结构，并将牙齿结构中的吸光大分子打碎成小分子，使其不再吸光，从而达到安全美白的疗效；

（5）超声波洗牙：即超声波龈上洁治术，俗称“洗牙”，用洁治器械去除龈上牙石，菌斑和色泽并磨光牙面，以延迟菌斑和牙石的再沉积；

（6）牙托美白法：根据使用者牙齿形状制作齿模，每晚将美白剂和定向酶放在齿模里，佩戴齿模 20 分钟后即可取下，连续使用 9 天，即可达到美白牙齿的目的（如图 2-1）。

图 2-1 牙齿美白的方法简介

方式	适应人群	优点	缺点
冷光美白	适应症：氟斑牙、四环素牙、色素沉淀、牙釉质发育不全、龋齿、死髓牙	无刺激疼痛、深层脱色、不伤害牙齿、快速、低温安全等	牙齿色素程度较严重的需要进行2-3次冷光处理，治疗以后有不同程度的敏感症状、冷光美白的费用较高、冷光美白术后出现牙本质过敏(冷热反应)甚至牙齿脆化的几率较大、美白效果智能维持两三年，并非终生美白
皓齿美白	黄牙、黑牙、四环素牙、氟斑牙、外因性色素牙(咖啡、茶烟渍沉积)、药物性变色牙、遗传性色素牙	美白牙齿的同时保护牙齿，美白后牙齿洁白、富有光泽、自然、有透明感，安全无副作用	美白效果只能持续几年，并未达到终生美白
贴面美白	四环素牙、药物性变色牙及遗传性黄牙等	烤瓷贴面与树脂贴面相比，色泽好，形态好，跟真牙几乎毫无区别，它的制作工艺很精细，是治疗牙体缺损、牙列缺失的主要方法	虽贴面后牙齿会立刻变白，且自然及逼真，但易脱落、易变色，容易引起牙龈肿胀、出血发炎等后遗症；树脂贴面有一定厚度，会令口唇稍微变凸，对外表的美观有一定的影响，且价格不菲
激光美白	黄牙、四环素牙、外因性色素牙等	安全、无痛、高效：激光美白牙齿效率是单纯使用漂白凝胶的29.5倍，按照人体工程学原理设计的治疗手柄，同时能治疗四颗牙，每次治疗后牙齿会提高3-4个白度，一般美白效果可以维持3-5年	激光牙齿美白由于照射过程中有高热产生，因此会使牙齿脱水，对敏感的牙龈也会造成一定的影响，更重要的是激光美白之后的牙齿由于脱水，会呈现出一种不太自然的白色
超声波洁牙美白	洗牙适合有大量的龈上牙石、软垢、菌斑及色素的牙齿的求美者、凡患有牙龈炎和牙周炎的患者等	超声洁治省时省力抗菌，一般一小时左右可以完成全口牙齿的龈上洁治术	洗牙会将牙齿缝隙中的牙垢清除，从而导致牙齿缝隙变大，如果牙齿患有牙周病的话，不及时治疗会使牙齿发生松动现象；洗牙可以祛除牙垢、牙菌斑等，然而洗牙之后会使牙齿变得更加敏感，如不注意牙齿清洁的话，则可能加重牙齿病情
牙托美白法	适用于轻、中度的色素牙，因年龄增长牙釉质改变引起的牙色发黄和长时间饮用茶、咖啡、红酒，或抽烟而造成的牙齿变色发黄的患者等	在家即可完成，有一定牙齿美白效果	对中重度的四环素牙、氟斑牙等效果一般，对于敏感性牙齿容易引起不适

来源：头豹研究院编辑整理

2.2 牙齿美白行业发展历程

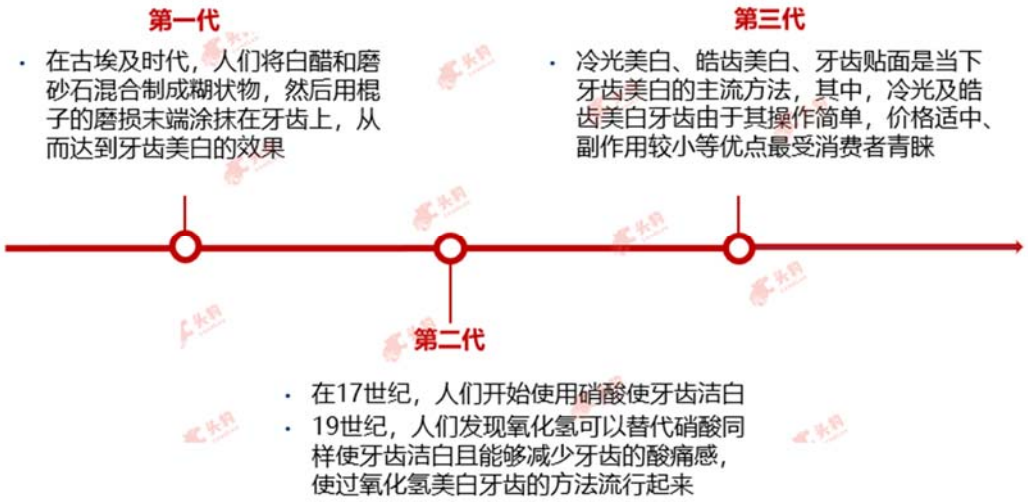
牙齿美白行业发展至今共经历了三个发展阶段，在不断探索中与进步中，牙齿美白技术逐步走向成熟（见图 2-2）。

第一代牙齿美白：牙齿美白的起源可追溯至古埃及时代，当时的人们十分重视牙齿的洁白，尤其是上流社会群体。这一阶段，人们将白醋和磨砂石混合制成糊状物，然后用棍子的磨损末端涂抹在牙齿上，从而达到美白牙齿的效果。

第二代牙齿美白：在 17 世纪，牙齿美白技术有了重大进步，人们开始使用硝酸使牙齿洁白，该种方法是使用化学原理对牙齿美白操作的重要尝试。该种方法有显著的牙齿美白效果，但是会造成牙齿酸痛，因此并未得到广泛普及。直到 19 世纪，人们发现氧化氢可以替代硝酸使牙齿洁白，且能够减少牙齿的酸痛感。通过过氧化氢美白牙齿的方法逐渐流行起来。如今，过氧化氢仍应用于美白牙膏及部分牙齿美白剂中。

第三代牙齿美白：伴随人们对牙齿美白的进一步研究，冷光美白、皓齿美白、牙齿贴面美白等方法逐步发展起来。目前，冷光及皓齿美白牙齿由于具有操作简单、价格适中、副作用较小等优点最受消费者青睐。未来，伴随牙齿美白相关技术的发展，愈多牙齿美白新方法逐步涌现，牙齿美白效果更为显著，美白效果更为持久，牙齿美白行业发展向好。

图 2- 1 牙齿美白的发展历程

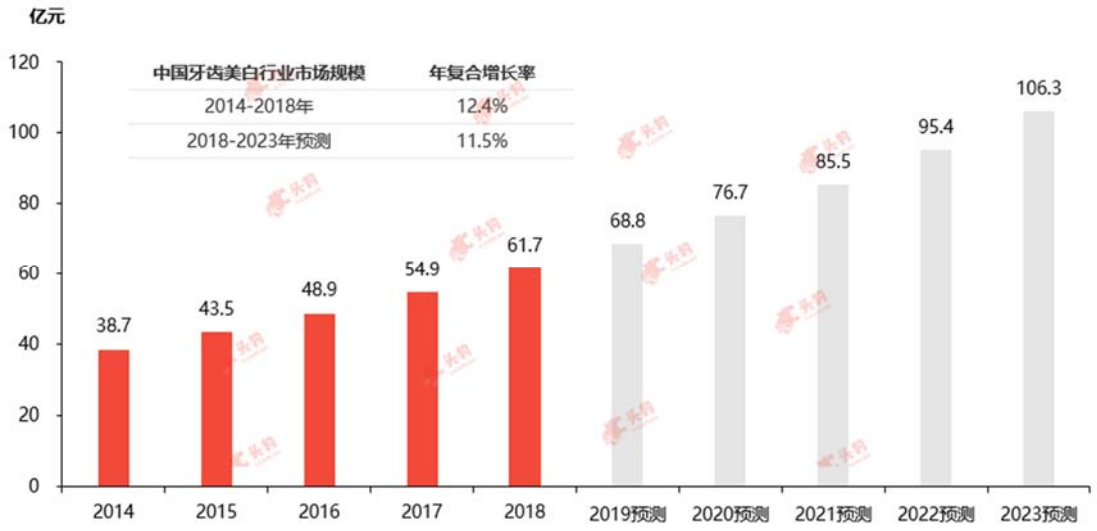


来源：头豹研究院编辑整理

2.3 中国牙齿美白行业的市场规模

自 2014 年起，中国牙齿美白行业市场规模一直保持稳定快速增长的态势。数据显示，2014-2018 年，中国牙齿美白行业市场规模（以服务金额计）从 38.7 亿元人民币增长到 61.7 亿元人民币，年复合增长率为 12.4%（见图 2-3）。预计未来五年，中国牙齿美白行业将保持 11.5%的年复合增长率继续快速增长，到 2023 年，市场规模将达到 106.3 亿元人民币。

图 2- 2 中国牙齿美白行业市场规模（以服务金额计），2014-2023 年预测



来源：头豹研究院编辑整理

中国牙齿美白行业市场规模持续快速增长，主要受以下三个因素驱动：

（1）中国经济的高速发展带动了牙齿美白行业的发展。由于牙齿美白属于奢侈性消费，受收入的影响较大，居民收入水平的大幅提高，对牙齿美白费用的支付能力增强，为中国牙齿美容的发展奠定了物质基础。同时，互联网消费信贷软件（产品）的普及也增强了人们的支付能力；

（2） 近两年中国政府不断出台利好政策以促进包括牙齿美白行业在内整体口腔医疗行业的快速发展。例如 2017 年 5 月，科技部办公厅印发《“十三五”医疗器械科技创新专项规划》，鼓励口腔医疗器械的创新。2019 年 2 月，国家卫健委印发《健康口腔行动方案（2019-2025 年）》，提出针对中国口腔医疗人才不足现状，鼓励推动和规范口腔医师多点执业，促进城乡之间、地区之间、不同所有制医疗卫生机构之间口腔健康人才合理流动；

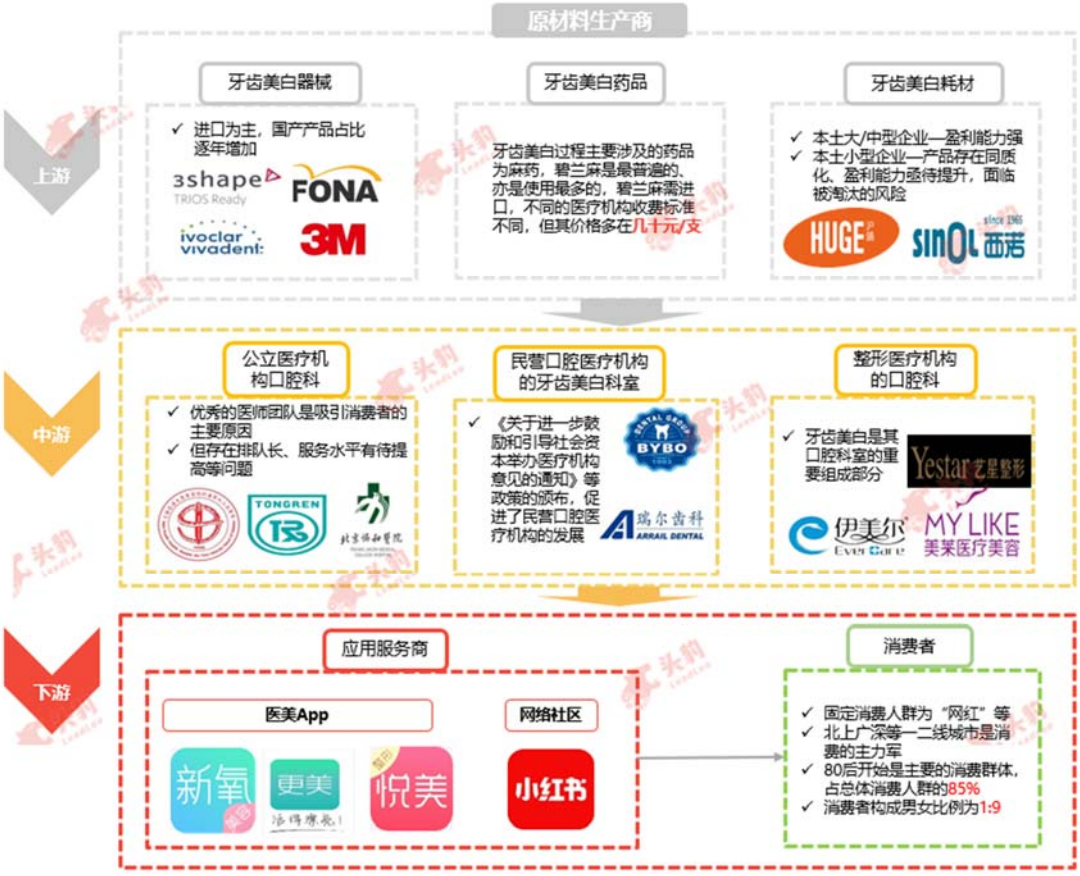
（3）资本涌入牙齿美白行业，带动了人才、先进设备的涌入。此外，外资的涌入带来了先进的管理经验与技术，推动了行业的进步；

（4）80、90 后群体对外表的关注度逐渐提升，牙齿美容作为提升外在气质，提升外表必不可少的手段之一，受到大众追捧。

2.4 中国牙齿美白行业产业链分析

牙齿美白行业产业链上游参与者为器械、药品、耗材等原材料生产商，上游原材料成本占据中游牙齿美白项目费用的 10%-20%；中游环节主体为各类口腔医疗机构（民营口腔医疗机构口腔科、民营口腔医疗机构的牙齿美白科室及整形医疗机构的口腔科）；下游由终端消费者构成，消费者男女比例为 1:9，固定消费人群为“网红”等对外表要求较高的群体。近五年来，医美 APP 及小红书等软件的发展普及使普通消费者对牙齿美白的了解更为深入，促使牙齿美白下游消费人群不断拓展（见图 2-4）。

图 2- 3 中国牙齿美白行业产业链



来源：头豹研究院编辑整理

2.4.1 上游分析

不同的牙齿美白项目涉及的上游原材料不同，其中激光美白、冷光美白、皓齿美白及牙托美白等项目的上游原材料以国产为主，而牙齿贴面所涉及的上游原材料以进口为主，国产原材料价格较进口原材料价格低廉，如口腔麻药碧兰麻，进口产品每支价格较国产产品高十元左右。

（1）牙齿美白器械

从上游企业的角度来看，中国牙齿美白器械生产企业主要有两类：①外资龙头企业。该类企业以西诺德、3shape、义获嘉、固美等企业为代表，生产的产品质量好、材质优良、技术含量高、拥有多项专利。由于中游牙齿美白医疗机构通常需同时进口其多项产品，如口内扫描仪、硅橡胶等，外资龙头企业对中游的话语权较强；②本土大型企业，该类企业以沪鸽、康桥等企业为代表，拥有自己的龙头产品，供货稳定，是进口替代的中坚力量，对中游的议价能力较强。

整体而言，牙齿美白所需要的医疗器械对生产技术水平要求较高，因此进入壁垒较高。当前，中国牙齿美白器械市场以美国、欧洲、日本等发达国家企业生产的产品为主，国产牙齿美白器械由于起步较晚，起点较低，在质量上与技术含量上与发达国家的医疗器械相比差距仍存，但差距在逐渐缩小。

（2）药品：

上游牙齿美白药品指在医疗机构中配合器械使用的牙齿美白药物。该类产品当前仍以进口为主，如常用的口腔麻药碧兰麻主要从法国进口。牙齿美白药品在研发、注册、获批认证

等方面所需的时间和资金投入较多，因此产品价格往较高，行业竞争格局相对优良，对中游的议价能力较强。

（3）耗材：

上游耗材类产品生厂商主要有两类：①本土大中型企业，该类企业产品质量好、供货稳定，盈利能力较强，并与中游的部分机构建立起长期合作关系；②本土小型企业：该类企业生产的产品质量参差不齐，存在产品同质化问题，企业普遍缺乏核心竞争力，企业间竞争激烈，可供中游牙齿美容医疗机构选择的较多，因此该类企业的议价能力较弱。

2.4.2 下游分析

应用服务商：伴随移动通信技术的高速发展及智能手机迅速的技术升级，移动应用程序的时代来临，美呗、悦美、新氧等一系列为用户提供包括牙齿美白信息在内的整体医美行业信息的 APP 相继推出，各路资本蜂拥而至，医美 O2O 也由此获得了大量的流量和资本。在这一趋势下，传统 PC 网站逐渐转向移动 APP，并为中游的口腔医疗机构提供营销渠道。截止 2018 年 12 月，医美 O2O 平台已超过 30 家，通过扮演独立第三方的角色解决了消费者、医师、医疗机构存在的信息不对称这一痛点，并以更低成本为中游口腔医疗机构导客引流。现在，吸收了大量资本的平台们正在加速聚合，继续向上发展，加速扩大了包括牙齿美白在内的整体医美市场的扩容。

消费者：牙齿美白行业的下游为消费者，从性别分布角度来看，牙齿美白是与美丽相关的消费，在中国，大部分女士较男士更为注重外表，因此女性是牙齿美白的消费主体，牙齿美白消费者构成男女比例为 1:9。从城市分布来看，由于牙齿美白是奢侈性消费，一、二线城市居民人均收入较高，购买力较强，且一、二线城市的口腔医疗机构发展更为成熟，因此

北上广深等一、二线城市的居民是牙齿美白消费的主力军。从年龄分布来看，一般人在 22 岁之后牙龈状态才逐渐趋于稳定，才可接受皓齿或贴面等牙齿美白项目，同时年轻人相对老年人更在意外表，因此 22 到 40 岁的消费者是牙齿美白最主要的消费群体，占整体消费群体的 85%以上。从职业分布来看，牙齿美白的固定消费群体为“网红”、明星等对外表要求较高的群体。

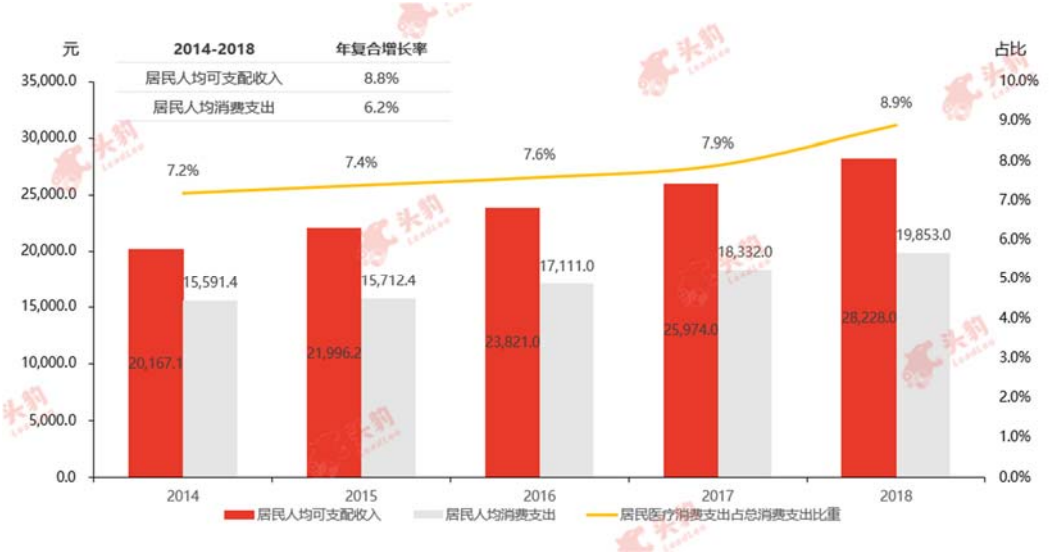
此外，产业链下游的消费者对于牙齿美白的效果和服务质量十分关注，患者一般会选择口碑好，规模大、拥有强大医师团队的三甲医院或大型民营口腔医疗机构就诊。因此，口腔医疗机构在发展过程中应当注意通过吸纳高质量牙齿美容医师、配备先进医疗仪器与扩大规模等手段，提升自身口碑和医疗水平。此外，当前的民营牙齿美容医疗机构呈现同质化的趋势，因此结合自身的优势，构建自身特色的医疗机构，才可提升其市场竞争力。而中游牙齿美容医疗机构竞争力的增强，亦将刺激更多下游的患者选择牙齿美白服务。

3 中国牙齿美白行业驱动因素分析

3.1 收入增加与互联网金融产品兴起

牙齿美白项目的费用开支普遍较大，因此牙齿美白消费在很大程度上取决于居民收入水平。例如当下比较受欢迎的冷光美白，单次费用在 1,000-4,000 元人民币，且冷光美白需连续做 2-3 次才能达到较为理想的效果。再如瓷贴面美白，费用通常在十万人民币左右，价格更加高昂。在经济持续增长和城镇化进一步发展的大背景下，中国居民的人均可支配收入在 2014 年到 2018 年间实现了持续增长。国家统计局数据显示，2018 年，全国居民人均可支配收入 28,228.0 元，同比名义增长 8.9%。2014-2018 年全国居民人均可支配收入的年复合增长率达到 8.8%（见图 3-1），为牙齿美白的消费提供了坚实的经济基础。

图 3-1 中国居民人均可支配收入、消费支出与人均医疗消费支出占总消费支出比重，2014-2018 年



来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理

近五年，互联网消费信贷软件（产品）发展十分迅速，使牙齿美白的提前与分期消费成为可能，带动牙齿美容美白需求增加，进一步提升牙齿美白服务渗透率。以蚂蚁花呗为例，该软件可根据消费者的网购情况、支付习惯、信用风险等，通过大数据运算，结合风控模型，授予用户 500-50,000 元不等的消费额度。消费者可凭信用额度购物，免息期最高可达 41 天。以蚂蚁花呗为代表的互联网消费信贷软件（产品）为人们的牙齿美白消费提供了足够的资金支持，通过消费分期的方式降低了消费门槛。同时，互联网消费信贷软件（产品）能够授予消费者一定的提前消费额度，刺激暂时没钱的消费者提前消费。该类软件支付的便利性亦会刺激消费行为的发生，伴随着该类软件的发展普及，牙齿美白消费人群不断扩大，推动牙齿美白行业持续扩容。

3.2 需求增加带来市场持续性扩容

出于职业需求或是对美的重视，愈多的人需要洁白的牙齿，驱动了牙齿美白市场的持续性扩容，具体而言：

（1） 许多职业对外表有较高的要求，如“网红”、明星等。“网红文化”快速发展，诸多外表出众的人想要成为“网红”，“网红群体”不断扩大。“网红”对于外表美丽有着更高且更为细微的要求，牙齿美白已成为“网红”改善外表的必做项目。对于普通人来说，很多职业亦需要良好的形象，如销售等。洁白的牙齿给人干净、笑容灿烂之感，牙齿美白项目因而备受青睐；

（2） 普通民众爱美意识普遍觉醒。尤其是近五年，互联网等大众媒体迅速发展，媒体对于“颜值即正义”的宣扬使更多人愈发注重外表，而洁白整齐的牙齿对于提升外在形象是不可或缺的，牙齿美白因此逐渐发展普及；

（3） 明星可能作为意见领袖带动大众牙齿美白消费。小 S、刘涛等明星亮白的牙齿与灿烂的笑容刺激了普通大众对于牙齿美丽的追求，这些明星都曾通过冷光美白、牙齿贴面等方法获得整齐与亮白的牙齿。在明星的带领下，普通群众对于牙齿美白的需求不断增加，促进了牙齿美白行业的繁荣。

3.3 资本涌入，助力行业发展

行业的快速发展离不开资本的推动，近十年来各路资本纷纷入局口腔医疗相关领域，推动了包括牙齿美白在内各分支行业的加速发展。数据显示，自 2014 年以来，口腔医疗行业共发生千万元人民币及以上的融资 30 余起，仅在 2017 年，就发生了 10 余起口腔医疗行业的融资，且部分融资金额（排除未透露）在 5,000 万元人民币以上（见图 3-2）。

图 3-2 5,000 万元以上口腔医疗融资事件，2017 年

机构	披露日期	交易金额	轮数
友睦口腔	2017-10	6,500万元人民币	B轮
上海正雅齿科	2017-09	5,000万元人民币	B轮
博恩口腔	2017-09	数亿元人民币	C轮
瑞尔齿科	2017-08	9,000万美元	D轮
劲松口腔	2017-08	2亿元人民币	战略投资
马泷齿科	2017-03	1.1亿元人民币	C轮
牙齿管家	2017-01	1亿元人民币	A轮

来源：头豹研究院编辑整理

2018 年，资本涌入口腔医疗的热度仍未削减， 2018 年有 3 起金额在 1 亿元人民币及以上的融资（见图 3-3）。资本强力涌入使得口腔医疗机构有充足资金实现业务扩张，扩大了口腔医疗的市场占有率，同时大量的资金又为购买或引进先进的口腔医疗设备提供了物质保障，推动了口腔医疗行业的产业结构优化升级，加速了包括牙齿美白在内的口腔医疗行业的发展。

图 3-3 亿元以上口腔医疗融资事件，2018 年

机构	披露日期	交易金额	轮数
美维口腔	2018-12	3亿元人民币	A轮
欢乐口腔	2018-06	4.5亿元人民币	B轮
拜博口腔	2018-05	20.6亿元人民币	并购

来源：头豹研究院编辑整理

此外，在国际市场，海外资本亦看到了中国口腔医疗领域广阔的市场前景，纷纷注资。数据显示，中国目前有超过 200 家各种形式的中外合资合作医疗机构。外资注入中国口腔医疗市场，带来了丰富的经验，先进的技术以及成熟的管理模式，触动医疗服务改进，推动包括牙齿美白在内的整体口腔医疗行业的高速发展。

4 中国牙齿美白行业制约因素分析

4.1 人才资源匮乏，地区分布不均匀

大众对牙齿外观的关注度不断提升，牙齿美白的潜在需求随之不断释放。但与之相矛盾的是牙齿美白领域人才资源匮乏，无法满足巨大的市场需求，从而限制牙齿美白的进一步扩容。牙科美白行业人才的不足主要体现在以下三个方面：

（1）高学历医师数量占比偏低：《中国卫生统计年鉴》数据显示，2017 年中国的口腔执业（助理）医师中，研究生及以上学历的占比仅为 12.0%，而大专及中专学历的占比则高达 45.4%，高学历医师的比例明显偏低；

（2）复合型人才稀缺：牙齿美白属于特殊的口腔医疗项目，牙齿美白技术与单纯的口腔修复或口腔内科技术不同，需要在基础口腔医疗技术的基础上，辅以心理学、美学知识，并通过大量的经验累积，才有可能带给患者满意的牙齿美白效果。因此，牙齿美白医师需要是具备多学科背景的复合型人才，并且具备丰富的临床经验。但中国牙齿美白行业起步较晚，相关人才的知识体系较为单一，技术水平有限。而资深医师培养难度大、培养时间长进一步加剧了中国牙齿美白行业人才的稀缺性，不利于牙齿美白行业进步；

（3）人才地域分布不均：牙齿美白领域的专业人才多集中在一、二线城市。在三、四

线城市，牙齿美白需求量庞大，但相关医师资源十分稀缺，大约每 1 万人仅有 1 位牙齿美白医师，其数量远不能满足现有的牙齿美白需求，导致服务质量不高，美白效果不佳，制约牙齿美白行业发展。

4.2 获客成本高，压缩行业盈利空间

受益于政策等因素，民营口腔医疗机构已经成为中国牙齿美白行业的重要组成部分，民营医疗机构口腔扩张速度快，但获客费用高，盈利水平仍有待提升。中国民营口腔医疗机构虽数量众多，但由于行业渗透率较低，龙头企业市场占有率不高，行业集中度极低，行业内的企业大多通过广告、竞价排名等方式吸引顾客，造成民营口腔医疗机构获客成本高、盈利能力不足的现状。通过对有着十余年口腔医疗行业工作经验的行业专家访谈得知，民营口腔医疗机构获取一个到店客户的平均成本约为 2,000-4,000 元，以每三个到店客户转化为一个成交计算，一个有效客户的获取成本高达近万元，而牙齿美白的客单均价约 3,000-20,000 元，由此可见目前民营口腔医疗机构的营销费用率较高，所得收入大部分被投入营销宣传中。偏高的营销费用率大幅提高了民营口腔医疗机构营业成本，影响了整体牙齿美白行业的盈利水平。此外，部分商家为提高利润盲目抬高价格，使用安全性能不过关的牙齿美白器械，或使用劣质的牙齿美白耗材以次充好等，降低了大众对牙齿美白的信任度，不利于牙齿美白行业的健康发展。

5 中国牙齿美白行业相关政策分析

国家近两年出台一系列利好政策，推动了包括牙齿美白行业在内的口腔医疗行业发展（见图 5-1）。

图 5-1 利好牙齿美容政策

政策名称	颁布日期	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
引导人才流入	《健康口腔行动方案（2019-2025年）》	2019-02	国家卫健委	优先支持社会资本举办非营利性医疗机构，努力形成以非营利性医疗为主体、营利性医疗机构补充的社会办医体系
鼓励口腔医疗器械创新	《关于深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的意见》	2017-10	中共中央、国务院	提出要加快临床急需药品医疗器械审评审批，对国家科技重大专项、国家重点研发计划支持以及由国家临床医学研究中心开展临床试验并经中心管理部门认可的新药和创新医疗器械，给予优先审评审批
	《“十三五”医疗器械科技创新专项规划》	2017-05	科技部办公厅	在牙科种植修复材料与系统领域，要求重点开发高生物相容性的牙科种植修复体、数字化精确牙体预备装置、重点突破全瓷义齿氧化锆瓷块、纳米晶粉体制备、三维影像引导种植等关键技术

来源：头豹研究院编辑整理

解决人才缺乏的痛点方面，2019 年 2 月，国家卫健委印发《健康口腔行动方案（2019-2025 年）》，提出针对中国口腔医疗人才不足现状，在坚持培养、培训的同时，鼓励推动和规范口腔医师多点执业，促进城乡之间、地区之间、不同所有制医疗卫生机构之间口腔健康人才合理流动。

在推动口腔医疗器械创新方面，2017 年 5 月，科技部办公厅印发《“十三五”医疗器械科技创新专项规划》，在口腔种植修复材料与系统领域，要求重点开发高生物相容性的口腔种植修复体、数字化精确牙体预备装置、口腔三维影像手术导航系统，重点突破全瓷义齿氧化锆瓷块、纳米晶粉体制备、三维影像引导种植等关键技术。

以上政策的颁发体现了国家对于口腔医疗整体行业的重视，鼓励口腔医疗器械创新，鼓励优秀人才加入口腔医疗行业。该类政策的印发引起了民众对口腔医疗的重视，刺激口腔医疗消费，推动了行业创新的步伐，促进了口腔医疗行业快速发展，牙齿美白作为口腔医疗的一部分，借力于整体行业的快速发展，实现自身进步。



6 中国牙齿美白行业发展趋势分析

6.1 商业医疗保险与牙齿美白相结合

目前中国社会医疗保险在保险市场占据主要地位，而牙齿美白项目普遍价格较高，且不被社会医疗保险覆盖，亟需商业医疗保险进行补充，以提升消费者对牙齿美白项目的支付能力。

中国的口腔类社会医疗保险只覆盖了最基本的口腔医疗服务，如拔牙等，牙齿美白等项目并不涵盖在内，同时相关的商业医疗保险产品仍数量较少。但牙齿美白是奢侈性消费，其昂贵的价格导致受众群体长期受限。反观美国的口腔类商业医疗保险发展已经非常成熟，2018 年美国口腔医疗支付已超 1,000 亿美金，占整体医疗支付的 5.0%，其中 40-50%均由商业保险支付。同时美国有近 400 家口腔类商业医疗保险机构，其中大多数机构能够提供成熟牙齿美白险产品，为牙齿美白消费提供物质保障，拉动高端牙齿美白行业发展。

得益于中国居民保险意识的不断提高、保险产品的不断优化及国家政策的持续利好，2014 年至今中国商业医疗保险行业一直保持双位数的增长率快速增长。截至 2018 年末，中国商业医疗保险市场规模已超过 7,000 亿元人民币，行业发展日趋成熟。目前，已有部分口腔医疗机构开始打造商业保险与口腔医疗相结合的新兴服务模式，如拜博口腔、瑞尔口腔等（见图 6-1、6-2）。同时，近五年不断有保险公司推出口腔类保险产品，如爱心人寿、泰康在线、永安财险、众安财险、平安产险等。未来，随着商业医疗覆盖人群的扩大，商业医疗保险将在牙齿美白支付体系中扮演日趋重要的角色，牙齿美白与商业医疗保险结合将成为行业发展趋势，在商业保险的支持下，患者支付能力的提升及支付意愿的增强将助力牙齿美白行业快速发展。

图 6-1 “拜博口腔+”商业保险简介

模式	开始布局时间	现状	结算系统
口腔“保险+医疗”	2012年	已有5款口腔保险产品，全面涵盖了预防保健、意外齿科治、综合治疗等内容	拜博口腔保险支付结算系统将拜博口腔全国200多家门诊与泰康保险生态体系对接，从泰康保险系统、C端延展应用、保险理赔系统，到泰康拜博E看牙系统，结算数据的标准化、各相关系统数据实时化是其中的关键。在泰康拜博口腔就诊的客户，就诊前即可进行费用试算，就诊完成后无需垫付，实时赔付后离店

来源：头豹研究院编辑整理

图 6-2“瑞尔口腔+”商业保险简介

保险类型	布局时间	产品	合作对象	保险责任解析
齿科保险产品	2013年	瑞尔齿科保险分为两大类，分别针对18周岁以上的健康成人和出生满60天以上的儿童青少年	由太平财产保险有限公司与瑞尔齿科于201共同推出	保健治疗：是牙齿的预防保健 基本治疗：涉及牙齿的临床治疗，因为所采取的治疗手段和技术较成熟、常规，通常能够解决遇到的一般牙齿问题，属于牙科中较基础的治疗，如牙齿龋坏后需进行的补牙等 复杂治疗：临床上，对于牙齿遇到的更复杂情况，需要运用到更先进的治疗手段和技术，操作也相对复杂，属于牙科中较复杂的治疗，包含智齿的拔除、缺失牙齿的种植及牙齿美白等

来源：头豹研究院编辑整理

6.2 民营资本持续发力

近十年来，口腔医疗领域利好政策频出，以推动民营资本持续发力（见图 6-3），民营口腔医疗机构在牙齿美白领域所占比重逐年增加。

2015 年 1 月，国家卫生计生委发布了《关于推进和规范医师多点执业的若干意见》，对多点执业的医师明确提出如下硬性条件，例如允许临床、口腔和中医类别医师多点执业。多点执业鼓励了优秀医师涌入民营口腔医疗机构，促进了民营与公立市场口腔医生的交流，改善了民营医疗机构内部学术环境，推动了民营口腔医疗机构的良性发展。2019 年 2 月，国家卫生健康委员会发布《健康口腔行动方案（2019-2025 年）》提出，要鼓励、引导、支持社会办口腔医疗、健康服务机构参与口腔疾病防治和健康管理服务。该项政策引领资本对口腔行业的投资，加快社会办医发展速度、扩大了民营口腔医疗机构的规模，而民营牙齿美白机构亦将借此背景实现快速发展。

图 6-3 牙齿美白行业鼓励民营资本发展政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《健康口腔行动方案（2019-2025年）》	2019-02	国家卫生健康委员会	要鼓励、引导、支持社会办口腔医疗、健康服务机构参与口腔疾病防治和健康管理服务
《医疗机构管理条例实施细则》	2017-04	国家卫生计生委	口腔在职医生可多点执业和自主创业
《关于推进和规范医师多点执业的若干意见》	2015-01	国家卫生计生委	对多点执业的医师明确提出如下硬性条件：允许临床、口腔和中医类别医师多点执业

来源：头豹研究院编辑整理

此外，引入社会资本促进民营口腔医疗机构的发展，可以有效填补公立牙科医疗资源的

不足，更好地满足民众的牙齿美白的需求。相较于公立牙科医疗机构，民营口腔医疗机构的病人较少，工作人员充足，在卫生与个性化服务等方面优于公立医疗机构。未来，借助利好政策，民营牙齿美白机构将利用其固有的优势，开拓品牌、优化口碑、提高患者忠诚度，进一步抢占市场。

6.3 大型连锁化趋势明显

与公立医院的口腔科相比，大型连锁口腔医疗机构及整形医疗机构的牙齿美容科就诊环境更好、工作人员充足，大多无需排队，服务效率更高，因此对消费者的吸引力更强。大型连锁医疗机构以营利为经营目的，医师待遇更好，因此能够吸引更多高技术医师前来就职。此外，大型连锁医疗机构经营方式比较灵活，管理有很大的自主性，运作效率高，能够通过准确的市场地位，突出自身优势，不断个性化、高端化的发展，树立了鲜明的品牌，在激烈的市场竞争中脱颖而出。

与非大型的民营医疗机构相比，大型连锁医疗机构具有好口碑、高返客及低成本三大优势。（1）在口碑方面，大型连锁医疗机构分布范围广，品牌知名度较高；大型连锁医疗机构拥有更为优秀的医师资源，配备更先进的医疗设备，能够提供更全面的牙齿美白服务，为大型连锁医疗机构树立了良好的口碑。（2）在返客方面，大型连锁医疗机构可提供更高质量的服务、更成熟的管理体系以及更显著的治疗效果，从而提升用户满意度，提升返客率。（3）在成本方面，大型连锁医疗机构拥有集团采购优势，降低采购成本的同时又提升了采购效率。此外，大型连锁医疗机构能够通过统一宣传从而有效降低高昂的营销管理费用。

目前，中国已有部分大型连锁医疗机构上市，如通策医疗等，其他尚未上市但已获投资的大型连锁医疗机构也引起了业内的关注，如瑞尔齿科、佳美口腔、拜博口腔等（见图 6-

4）。未来，通过优质服务和优质的口碑品牌和管理大型连锁医疗机构将迅速扩张，资本将看到大型连锁化带来的优势，牙齿美白行业的大型连锁化趋势将愈发明显。

图 6-4 中国部分大型连锁口腔医疗机构

名称	成立时间	连锁数量	主要区域
拜博口腔	1993年	212	北京、上海、广州、深圳等
瑞尔齿科	1998年	55	北京、上海、广州、深圳等
永康口腔	2006年	36	北京等
亚非口腔	1988年	32	四川等
通策医疗	2007年	24	杭州、宁波等
同步齿科	1993年	21	深圳等
德仁口腔	2001年	9	广州等

来源：头豹研究院编辑整理

7 中国牙齿美白行业市场竞争格局

7.1 中国牙齿美白行业竞争格局概述

中国牙齿美白行业的市场参与者主要由三部分组成，分别是公立口腔医院及公立医院的口腔科、民营口腔医疗机构的牙齿美容科及整形医疗机构的口腔科（见图 7-1）。

（1）公立口腔医院及公立医院口腔科：由于公立医院大多成立早，口碑好，业务规模壮大、拥有资深的医师团队，是大部分患者牙齿美白的首选，公立的口腔医院、公立医院的口腔科占据最大市场份额。而在公立医院中，三甲医院的口腔科最受患者的青睐。公立医疗

机构地域分布范围较广，遍布一至四线城市；

（2）民营口腔医疗机构的牙齿美容科：民营口腔医疗机构近十年受益于政策的鼓励与资本的涌入等利好因素，逐渐发展起来，其中大型连锁口腔医疗机构拥有知名度较高，就医环境良好，服务质量高等竞争优势，其市场占有率呈逐年上升的态势。民营口腔医疗机构地域分布遍布全国，尽管民营口腔医疗机构市场内尚未出现绝对头部企业，但优质的医师资源、良好的品牌形象、较强的服务意识将成为头部企业所具备的三个特点，代表企业有瑞尔口腔、拜博口腔等；

（3）整形医疗机构的口腔科：中国已出现一批实力较强、优势明显的全国性大型连锁整形医疗机构，以美莱、艺星整形等为代表。该类机构的口腔科大多处于初级发展阶段，牙齿美白是其口腔科的重要组成部分。其地域分布早期集中于一、二线城市，近两年门店逐步扩张，将范围辐射至全国的主要省会城市。

图 7-1 牙齿美白行业竞争格局

类别	地域分布	优势	代表医疗机构（不完全统计）	图示
公立口腔医院、公立医院的口腔科	遍布一至四线城市	成立早，口碑好，业务规模壮大、拥有资深的医师团队	北京大学口腔医院、上海市第九人民医院、北京协和医院等	
民营口腔医疗机构的牙齿美容科	全国	政策优势，经营自主灵活	拜博口腔、瑞尔齿科等	
整形医疗机构的口腔科	早期集中于一、二线城市，近两年门店扩张将范围辐射至全国的主要省会城市	环境好、服务质量高	艺星整形、美莱集团等	

来源：头豹研究院编辑整理

7.2 中国牙齿美白行业投资企业推荐

7.2.1 瑞尔齿科

（1）公司简介

瑞尔齿科成立于 1999 年，由海外归国学子与国际医药领域企业家共同创建，主要为中国中产阶层和外籍人士提供专业的口腔医疗服务。瑞尔齿科自建立至今，接诊人次近 200 万。同时，瑞尔齿科与国内外 40 余家保险机构接轨，建立保险直付服务体系。迄今为止，瑞尔齿科已在北京、上海、深圳、广州、天津、杭州、厦门等一线城市开设 40 多家诊所。

（2）融资情况

图 7-2 瑞尔齿科融资概况

轮数	披露日期	交易金额	投资方
D轮	2017-08	9000万美元	高盛集团 高瓴资本
C轮	2014-04	7000万美元	新天域资本 KPCB凯鹏华盈中国 启明创投 普思资本 才金资本
B轮	2011-08	2000万美元	德福资本 KPCB凯鹏华盈中国 启明创投
A轮	2014-01	2000万美元	KPCB凯鹏华盈中国 启明创投

来源：头豹研究院编辑整理

（3）核心优势

①周到的服务：

瑞尔齿科秉承“顾客即家人”的理念，努力做好口腔医疗服务让客户满意，具体而言：

（a）瑞尔齿科的预约系统较为完善，预约成功后短信通知客户预约诊所的详细信息、交通路线等，并在就诊前一天通过电话提醒客户；

（b）瑞尔齿科每个诊所都配备“全科+专科”医生的医疗服务体系，拥有完善的转诊和会诊制度，为解决客户的疑难病例提供更加全面的治疗方案；

（c）客户拥有知情同意权，适度治疗是瑞尔齿科对客户的承诺；

（d）建立终身的口腔健康档案，并承诺对客户的资料进行保密和保护等。

②深厚的学术背景：

目前，瑞尔齿科同国内外多家知名口腔专业医疗学术机构建立了长期持续的培训合作关系，包括中国各大口腔专科院校、美国宾夕法尼亚大学口腔医学院等。从 2013 年起，瑞尔齿科成为中国第一家向宾夕法尼亚大学口腔医学院派遣访问学者的中国民营医疗机构，每年派遣精英医生前往宾夕法尼亚大学口腔医学院访问学习，按照与国际同步的标准为瑞尔齿科量身制定高标准的医疗操作规范，不断深化和提升瑞尔齿科的综合服务水准。

③严格的技术标准与安全治疗设施：

瑞尔齿科采用国际先进的牙科设备及材料，且引进了瑞典 NOBEL GUIDE 种植牙技术。在美容修复诊疗的材料选择和设计思路上与国际接轨，确保治疗后的效果。

瑞尔齿科严格遵循美国齿科协会（ADA）标准进行消毒，杜绝交叉感染。所有诊所均配备了消毒室和无菌室，并用紫外线灭菌灯进行空气消毒。医疗器械每次使用前都经过消毒液浸泡和高温高压双重消毒，不能高温高压消毒的物品均为一次性使用，让客户享受安全的齿

科服务。

④优秀的医师团队:

在瑞尔齿科的医疗团队中，硕士和博士占医生总数的 60%以上。瑞尔的医生团队多毕业于名校，如英国伦敦大学皇家医学齿科学院、北京大学口腔医学院、华西医科大学口腔医学院等，且大部分医生为美国齿科协会会员，强大的人才团队为优质的就诊效果提供了强有力的支持。

innovation 创新地图 map

推广

前哨2020 科技特训营

掌握创新武器　抓住科技红利

Insights into Tech and the Future

直播时间
每周四20:00-21:00

全年50次直播课程
+私享群互动

随报随听



王煜全

海银资本创始合伙人
得到《全球创新260讲》主理人

扫码报名

微信咨询：InnovationmapSM
电话咨询：157-1284-6605

7.2.2 拜博口腔

（1）公司简介

泰康拜博口腔医疗集团（以下简称“拜博口腔”）创建于 1993 年，是集口腔医疗、医疗机构投资、经营管理、医疗器械营销、义齿加工、口腔医院（门诊部）装修设计、医疗广告策划及代理为一体的大型医疗集团公司。历经 26 年的积累和发展，拜博口腔已在北京、上海、广州、深圳等 50 余个城市开设 200 余家口腔诊所及口腔医院，是全国布局、规模化运营的口腔医疗集团。拜博口腔的目标客户为中高端人群。2014 年 6 月，拜博口腔获得联想控股投资，成为联想控股成员企业。2018 年 4 月，银保监会正式批准泰康保险集团战略投资控股拜博。

（2）服务项目

拜博口腔服务范围包括：牙齿种植（数字化植牙）、牙齿修复、牙齿美白（皓齿美白）、牙齿正畸、儿童齿科等（见图 7-3）。

图 7-3 拜博口腔特色项目

拜博口腔服务	先进项目
牙齿种植	瑞士ITI种植、美国Bicon种植系统、德国贝格BEGO种植牙、德国ANKYLOS种植牙、韩国OSSTEM种植牙等
牙齿正畸	MBT金属托槽矫正、自锁正畸托槽、Invisalign隐适美隐形矫正、舌侧隐形矫正技术、3D数字隐形正畸等
牙齿美白	格莱美超薄贴面、E•max美学高强度贴面、树脂贴面、美国冷光分子美白技术对
儿童齿科	儿童正畸（矫正）、儿童牙齿保健、窝沟封闭预防龋齿、龋齿等
美容修复	西诺德Sirona数字全瓷牙、瑞士E-max高强度瓷牙、美国Lava全瓷牙、瑞典Procera电脑全瓷牙、德国泽康cercon电脑全瓷牙等
牙周治疗	牙垢多、口臭、牙肉上火肿痛、牙齿移位有缝、牙肉萎缩，牙根暴露、牙齿脱落、箍牙时牙肉红肿、孕妇牙肉红肿、牙龈出血等

来源：头豹研究院编辑整理

（3）核心优势

①英才广聚，夯实技术：

拜博口腔拥有实力雄厚的由知名口腔精英组成的专家团队，成立了正畸、种植、牙体牙髓、美学修复、牙周、口腔全科、颌面外科、儿牙八大专家学术委员会，并建立德菲国际培训中心，培养医护人才梯队并不断提升专业技能，为广大客户提供高水准、周到细致的诊疗服务。拜博口腔引入国际前沿技术、设备和国际先进管理模式，开设了种植复杂病例诊断设计中心、种植中心、口腔正畸学科联合体、数字化口腔中心、牙体牙髓中心、舒适牙科诊疗中心、儿童牙科诊疗中心等专业机构，满足客户全方位、舒适化的口腔治疗需求。

②品牌聚能，保险赋能：

拜博口腔继 2014 年成为联想控股成员企业后，2018 年又获得泰康保险集团的战略投资，形成泰康、联想与拜博口腔三大行业优秀品牌的聚能。目前，拜博口腔在品质、专家、服务、保险支付四大维度进一步提升，客户无论在任何诊所就医，都可以感受到稳定的医疗质量、高品质的服务、贴心的保险支付。

7.2.3 嘉和口腔

（1）公司简介

嘉和口腔隶属于嘉和国投（北京）医院管理有限公司卓尔时代口腔门诊部，作为卫生部批准设立的现代化口腔综合医疗机构，嘉和口腔奉行“以人为本”的管理运营模式，自 2000 年开设诊所发展至今，已经拥有嘉和口腔黄寺门诊部、嘉和口腔广电门诊部、嘉和口腔百旺门诊部、嘉和口腔亦庄门诊部、嘉和口腔医美门诊部、及嘉和口腔国贸门诊部六家自营专业口腔门诊及专业口腔医院辽阳嘉和口腔医院。

（2）产品与服务

嘉和口腔有八大主推技术：种植牙技术、牙齿矫正技术、牙齿美容修复技术、牙周治疗技术、三维根管治疗技术、舒适洗牙技术、拔牙技术、牙齿冷光美白技术。尤其擅长外院失败的根管治疗、美容、种植病例等（见图 7-4）。

图 7-4 嘉和口腔主推技术



来源：头豹研究院编辑整理

（3）核心优势

①不断进步为患者提供更优质的服务：

经过多年的发展，嘉和口腔的经营管理团队从单一职能岗位模式，逐步发展为拥有主任医师、主治医师、医师、助理医师、医政主任、护理主任、护士长、四类级别护士及担负市场营销、客户关系管理、财务管理、人事行政后勤支持职能的全方位、多层级、细分工的医疗机构管理团队，以便为客户提供更为专业的服务。

为保证嘉和口腔能为患者提供优质的诊疗服务，嘉和口腔聘用数名国内外口腔行业的医生定期为患者进行诊治，团队同时也担负着向医护人员定期开展理念与技术的交流培训工作，以保证嘉和口腔的诊疗技艺。

②先进的器械:

嘉和口腔的医疗设备不断更新，进口了诸多先进的口腔医疗器械，如德国 Sirona 口腔

综合治疗台、德国镁莱格灭菌系统、德国卡瓦光纤种植系统、西诺德 CT 机 ORTHOPHOS XG 3D Ceph 等。先进医疗设备投入使用，使医生可以快捷、安全、有效判断和了解病情，为顾客制定切实可行的治疗方案，减缓顾客在诊疗过程中的心理压力和不适感，为整体就诊服务流程的有序进行提供充分的保障和支持。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，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：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

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

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

头豹 LeadLeo

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



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

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询



客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

郭先生： 15121067239
李先生： 18916233114