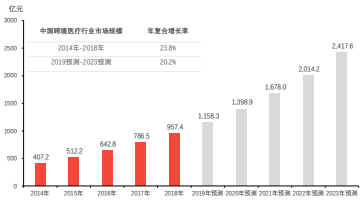
头豹 LeadLeo

400-072-5588

头豹研究院 | 医药生物系列深度研究

2019 年
中国跨境医疗旅游行业研究报告

行业走势图



医药生物团队

王则烨 分析师

邮箱：agnes.Wang @frostchina.com

相关热点报告

- 共享经济系列深度研究——2019 年中国远程医疗行业研究报告
- 共享经济系列深度研究——2019 年中国核医学行业研究报告
- 共享经济系列深度研究——2020 年中国康复医疗机构行业研究报告
- 共享经济系列深度研究——2020 年中国医疗机器人行业研究报告

报告摘要

中国跨境医疗旅游行业指中国境内居民去往境外国家/地区进行的以医疗护理、疾病与健康、康复与休养为主题的旅游服务消费。中国跨境医疗旅游消费包括两种类型：①输入型，引导境外消费者进入中国境内进行医疗旅游消费；②输出型，引导中国境内消费者在海外地区进行跨境医疗旅游消费。伴随医疗资源的合理优化配置、以及医疗服务水平的增强，中国跨境医疗旅游行业将从输出型跨境医疗旅游市场向输入型跨境医疗市场转型，吸引境外居民来华进行医疗旅游消费，推动产业持续扩容。**2023 年中国跨境医疗旅游行业市场规模将达到 2,417.6 亿元。**

热点一：政府强势主导，推动跨境医疗旅游产业发展

中国跨境医疗旅游行业处于起步阶段，现阶段以输出型跨境医疗消费为主。跨境医疗旅游具有高消费和高成长的发展特性，且关联产业众多，消费者在目的国的医疗旅游消费不仅可以推动健康服务业和旅游业的发展，有效拉动跨境医疗旅游目的国的经济增长。中国为推动中国从输出型跨境医疗旅游市场向输入型跨境医疗旅游市场的转型，相关利好政策政策频出，助力中国跨境医疗旅游行业的发展。

热点二：未来中国将建立健全医疗分级诊疗体系

在医疗服务体系方面，政府将深化现有医疗服务体系改革，建设面向境内境外消费者、覆盖全生命周期的健康服务体系。在医疗保障制度方面，政府将进一步完善医疗保障制度，对供需双方形成有效的激励合约束机制，鼓励各医疗机构发挥其自身优势，建立有序的诊疗秩序。政府将进一步明确不同级别医疗机构的功能定位，根据对不同级别医疗机构进行合理分工，相互协作，确保所有病患逐级就诊。

热点三：行业将愈加重视全科医生和人才的培养

跨境医疗旅游行业作为专业度较高的综合型产业，覆盖旅游、管理、翻译、医学等多个专业领域。为保证服务过程的清晰流畅，行业对于从业人员素质的要求较高，通常行业要求从业人员拥有完善的医疗知识体系，掌握多门外语。部分随行翻译要求具有医学翻译资质与心理辅导能力。

目录

1 方法论 5

1.1 方法论 5

1.2 名词解释 5

2 中国跨境医疗旅游行业市场综述 7

2.1 中国跨境医疗旅游行业定义及分类 7

2.2 中国跨境医疗旅游行业市场规模 7

2.3 中国跨境医疗旅游行业产业链 8

2.3.1 中国跨境医疗旅游行业产业链上游 9

2.3.2 中国跨境医疗旅游行业产业链中游 10

2.3.3 中国跨境医疗旅游行业产业链下游 11

3 中国跨境医疗旅游行业驱动因素 14

3.1 医疗资源配置失衡导致医疗消费者流向境外 14

3.2 境外医疗服务机构具有差异化优势 15

3.2.1 重症转诊 15

3.2.2 精密体检 16

3.2.3 新药治疗 16

4 中国跨境医疗旅游行业制约因素 17

4.1 支持政策的缺失制约输入型跨境医疗旅游市场发展 17

4.2 恶性竞争制约行业健康有序发展 17

5 中国跨境医疗旅游行业政策 19

5.1 医疗健康领域利好政策 19

5.2 跨境旅游行业利好政策 19

6 中国跨境医疗旅游行业发展趋势 21

6.1 中国医疗行业将建立健全分级诊疗体系 21

6.2 结合民族传统医学打造中医养生保健旅游 21

6.3 行业将愈加重视全科医生和人才的培养 22

7 中国跨境医疗旅游行业竞争格局 23

7.1 中国跨境医疗旅游行业的竞争主体 23

7.1.1 传统跨境医疗服务机构 23

7.1.2 互联网跨境医疗服务平台 23

7.1.3 开展跨境医疗旅游服务的在线旅游平台 24

7.2 典型代表企业分析——春雨国际 25

7.2.1 企业简介 25

7.2.2 服务类型 25

7.2.3 竞争优势 26

7.3 典型代表企业分析——盛诺一家 26

7.3.1 企业简介 26

7.3.2 服务类型.....27
7.3.3 竞争优势.....27
7.4 典型代表企业分析——厚朴方舟.....27
7.4.1 企业简介.....27
7.4.2 服务类型.....28
7.4.3 竞争优势.....28

图表目录

图 2-1 中国跨境医疗旅游行业市场规模，2014 年-2023 年预测 8

图 2-2 中国跨境医疗旅游行业产业链 9

图 5-1 中国跨境医疗旅游行业利好政策 19

1 方法论

1.1 方法论

沙利文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，从旅游、医疗、养生等领域着手，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。

- ✓ 弗若斯特沙利文本次研究于 2019 年 05 月完成。

1.2 名词解释

- ➢ 医美——运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑。
- ➢ 抗衰老技术——抑制、延缓机体衰老过程的技术，可促进整体健康，使机体在遗传因素

决定的寿限内保持较好智力和体力。

- 医疗旅游——以医疗护理、康复与休养为主题的旅游服务。
- 支付比例差异——美国的商业医疗保险将核心医疗资源、推荐医疗资源和非推荐医疗资源进行区分，设定不同的金额的起付线，引导患者进行分级治疗，旨在避免医患拥堵，合理配置医患资源。
- 新药——化学结构、药品组分和药理作用不同于现有药品的药物。
- 仿制药——商品在剂量、安全性和效力、质量、作用以及适应症与原创性药品都相同的一种仿制品。
- 原研药——原创性的新药。
- 重症转诊——患有某种重症疾病的患者，为寻求更完善的治疗，转移到国外或者其他地区医疗机构的一种诊疗方式。
- 精密体检——定期地通过 CT、MRI、超声波等精密仪器，对身体各部位进行的一种精密检查。
- 辅助生殖——采用医疗辅助手段使不孕不育夫妇妊娠的技术。
- 春雨国际——春雨壹品（北京）国际信息科技有限公司，一家国际化互联网跨境医疗服务平台。
- 厚朴方舟——厚朴方舟健康管理（北京）有限公司，专注于跨境医疗旅游领域的海外医疗服务提供商。
- 盛诺一家——北京盛诺一家医院管理咨询有限公司，中国跨境医疗旅游综合服务商。

2 中国跨境医疗旅游行业市场综述

2.1 中国跨境医疗旅游行业定义及分类

中国跨境医疗旅游行业指中国境内居民去往境外国家/地区进行的以医疗护理、疾病与健康、康复与休养为主题的旅游服务消费。

中国跨境医疗旅游消费包括两种类型：①输入型，引导境外消费者进入中国境内进行医疗旅游消费；②输出型，引导中国境内消费者在海外地区进行跨境医疗旅游消费。由于中国整体医疗资源供需缺口较大，以及部分医疗种类技术发展不成熟，较难吸引境外医疗旅游消费者，因此中国输入型跨境医疗旅游的市场规模较小。现阶段，中国跨境医疗旅游市场以输出型跨境医疗旅游消费为主。

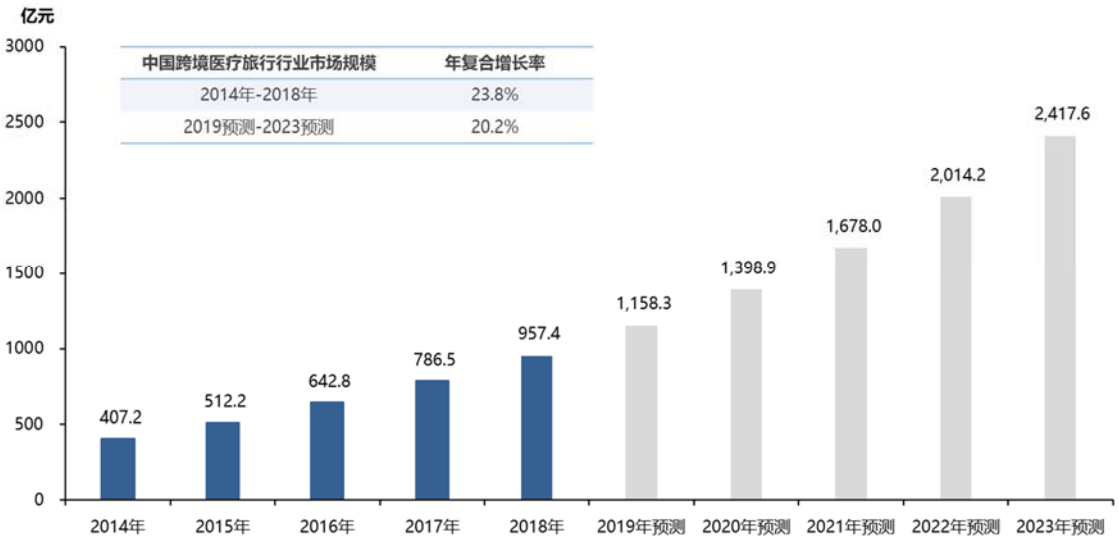
2.2 中国跨境医疗旅游行业市场规模

据沙利文数据统计，2014 年中国跨境医疗旅游行业市场规模仅有 407.2 亿元（见图 2-1）。得益于政策环境和社会环境的支持，中国跨境医疗旅游行业得以快速发展。2018 年中国跨境医疗旅游行业的市场规模增长至 957.4 亿元，2014 年至 2018 年中国跨境医疗旅游行业的年复合增长率达到 23.8%。

具有跨境医疗旅游多年从业背景的行业专家表示，伴随社会经济水平的提高，中国居民的消费水平逐渐提高，为居民的跨境出行提供较好的经济基础。中国政府在跨境医疗领域及跨境旅游行业相关利好政策频出，国务院在《关于促进健康服务业发展的若干意见》中明确指出，政府将积极促进医疗服务、健康管理、健康保险等相关服务的发展与完善。政府在鼓励医疗健康产业发展的同时，其政策导向将引导境内居民提高健康管理意识，提高居民对疾病防范的重视程度。但中国医疗供给资源与居民的健康医疗需求造成较大缺口，部分跨境医疗旅游目的地凭借其自身医疗、旅游优势吸引中国境内居民，扩大境外医疗旅游人口数量，

推动跨境医疗旅游行业的发展。

图 2-1 中国跨境医疗旅游行业市场规模，2014 年-2023 年预测



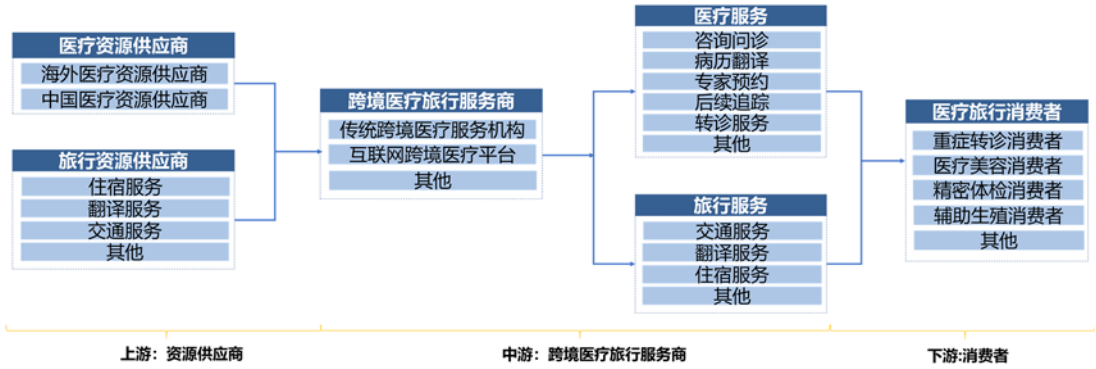
来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

目前，中国跨境医疗旅游处于起步阶段，主要以输出型跨境医疗旅游市场为主。未来，伴随医疗资源的合理优化配置、医疗技术水平的逐渐提升、以及医疗服务水平的增强，中国跨境医疗旅游行业将从输出型跨境医疗旅游市场向输入型跨境医疗市场转型，吸引境外居民来华进行医疗旅游消费，推动产业持续扩容。沙利文预测，2023 年中国跨境医疗旅游行业市场规模将达到 2,417.6 亿元。

2.3 中国跨境医疗旅游行业产业链

中国跨境医疗旅游行业上游参与者包括医疗资源供应商和旅游资源供应商（见图 2-2），其作用是为中游的跨境医疗旅游服务商提供服务资源，满足下游用户的消费需求。中国跨境医疗旅游行业中游的跨境医疗旅游服务商主要分为传统跨境医疗服务机构、互联网跨境医疗服务平台，以及开展跨境医疗旅游服务的在线旅游平台。中国跨境医疗旅游行业下游为不同目的消费人群，按照其消费种类的不同，主要分为重症转诊消费、精密体检消费等消费群体。

图 2-2 中国跨境医疗旅游行业产业链



来源：沙利文研究院绘制

2.3.1 中国跨境医疗旅游行业产业链上游

中国跨境医疗旅游行业上游参与主体包括医疗资源供应商、旅游资源供应商。

2.3.1.1 医疗资源供应商

医疗资源供应商主要分为海外医疗资源供应商和中国国内医疗资源供应商。海外医疗资源供应商通过与行业中游的跨境医疗旅游服务商进行合作，布局中国跨境医疗旅游行业。

与传统跨境医疗服务机构合作的海外医疗资源供应商，通过接收传统跨境医疗服务机构推荐的中国患者，在海外为其提供医学治疗服务，从而获取收益。海外医疗资源的优质程度将影响中游传统跨境医疗服务机构的口碑及盈利，以及下游患者的消费体验。

与互联网跨境医疗服务平台合作的海外医疗资源供应商，通过进驻互联网跨境医疗服务平台为中国患者进行诊断，为有意愿进行跨境治疗的患者提供医疗服务。互联网跨境服务平台为下游患者提供远程诊断服务，要求海外医疗资源服务商对于患者的健康情况具有较强的甄别能力。

上游的中国医疗资源服务商主要为进驻在互联网跨境医疗服务平台的海外医疗资源供应商提供辅助支持，中国医疗资源供应商在互联网跨境医疗服务平台为下游消费者提供远程初诊服务，为海外医疗资源供应商提供检测指标，翻译文件等服务，为海外医疗资源供应商的远程诊断提供基础性依据。中国医疗资源服务商需帮助患者选择及对接海外医疗资源，中国医疗资源服务商的专业性将影响患者对其选择的判断及消费信心。

2.3.1.2 旅游资源供应商

位于产业链上游的旅游资源供应商为中游跨境医疗旅游服务商提供对接资源，同时为各类型消费者提供旅游资源。旅游资源供应商所提供的资源包括酒店、交通、签证翻译等。中游跨境医疗旅游服务商及海外医院对于翻译服务的要求较严苛，为避免医患纠纷，患者的随行医疗翻译需具备深厚医疗背景及完整的知识体系，以及医疗翻译资质。

对于部分“重医疗”“轻旅游”的消费者，如重症诊疗消费者，对于旅游景点资源的优质程度敏感度较低，但为其提供的翻译、住宿、交通等资源的优质程度将影响患者的消费体验。对于“轻医疗”“重旅游”的消费者，如休闲保健、精密体检等以养生保健为目的的消费者，旅游资源的优质程度是其消费的关键。

2.3.2 中国跨境医疗旅游行业产业链中游

中国跨境医疗旅游行业产业链中游为各类型跨境医疗旅游服务商，包括传统跨境医疗服务机构、专业互联网跨境医疗服务平台、开展跨境医疗旅游服务的在线旅游平台。

2.3.2.1 传统跨境医疗服务机构

传统跨境医疗服务机构入局中国跨境医疗旅游行业较早，以线下服务为主。该类型企业主要通过与海外医院建立合作关系，将有医治需求的下游消费者推荐至海外医院，跨境医疗服务机构为下游消费者提供前期问诊、咨询预约、翻译资料、签证办理、陪诊及回访追踪的全流程服务，在享受旅游的同时完成医治过程。中介费用是传统跨境医疗服务机构的主要收入，相较于开展跨境医疗旅游服务的在线旅游平台和互联网跨境医疗服务平台，传统跨境医疗服务机构的费用较高。并且，部分消费者由于健康状况的限制，无法远赴海外就诊，传统跨境医疗服务机构以线下服务为主，部分尚未开通远程诊断的传统跨境医疗服务机构无法满足该类患者的消费需求。基于传统跨境医疗服务机构的竞争劣势，未来部分传统跨境医疗服务机构将形成以线下诊疗为主，线上诊疗为辅的商业模式，为消费者提供多样化的消费选择，

抢占中国跨境医疗旅游的市场份额。

2.3.2.2 专业互联网跨境医疗服务平台

专业互联网跨境医疗服务平台通过整合全球医疗资源，为下游消费者实现匹配医疗服务，从而布局中国跨境医疗旅游行业。专业互联网跨境医疗服务平台为下游消费者提供前期咨询、病历整理翻译、预约专家等服务，待海外医院为患者完成远程诊断，并告知诊断结果，患者可自行决定是否需要跨境治疗。针对有跨境治疗需求的消费者，平台可利用大数据技术的支持，根据患者的健康状况推荐匹配的医疗诊所，实现精准医疗，同时为其提供医学翻译、生活陪同、签证办理、接机送机等服务。专业互联网跨境医疗服务平台起步较晚，企业的获客渠道主要集中在线上，线下获客成本较高。专业互联网跨境医疗服务平台可通过建立线下医疗服务中心实现业务扩张，抢占中国跨境医疗旅游的市场份额。

2.3.2.3 开展跨境医疗旅游服务的在线旅游平台

跨境医疗旅游行业的迅速发展吸引在线旅游企业入局，以携程旅游为代表的在线旅游平台开始布局中国跨境旅游行业。部分海外医疗机构将服务包装成旅游产品进行销售，如健康体检、健康理疗、养生保健等，利用在线旅游平台积累的资源、流量和经验优势获客。目前，开展跨境医疗旅游服务的在线旅游平台较少，该类型企业提供的跨境医疗种类偏向于休闲养生类，专业医疗型服务较少。未来，开展跨境医疗旅游服务的在线旅游平台将利用其资源和流量优势吸引更多海外医疗资源进驻平台，平台通过筛选优质医疗旅游产品吸引下游消费者。

2.3.3 中国跨境医疗旅游行业产业链下游

中国跨境医疗旅游行业下游为不同目的消费人群，按照其消费种类的不同，主要分为重症转诊消费、医美抗衰消费、精密体检消费等消费群体。

重症转诊消费者通常为患有重症疾病的患者群体，为寻求更好的治疗效果，转诊至境外

匹配医院，重症转诊消费较集中的疾病类型包括癌症、心脑血管疾病、神经类疾病等。该类型消费者选择重症转诊机构的重要因素为医疗技术水平和成功率，对于价格的敏感度较低。

医美抗衰消费者通常为女性，其消费目的是通过运用医疗技术对人体容貌或身体部位形态进行修复和再塑，延缓肌体衰老过程。韩国、日本、德国等国家凭借其发达的美容技术成为中国医美抗衰老消费者的首选。

部分以养生保健、休闲旅游为目的中国消费者根据目的国资源的独特性和优势，选择消费地点。例如泰国凭借其高性价比的医疗休闲服务吸引下游消费者，大多数中国消费者选择去泰国进行理疗按摩、SPA 消费。


innovation map 创新地图
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

3 中国跨境医疗旅游行业驱动因素

3.1 医疗资源配置失衡导致医疗消费者流向境外

近年来，中国经济整体发展状况向好，居民对于医疗健康服务的需求持续增长。但由于中国医疗卫生资源总量不足，资源布局结构欠缺合理性，且缺少合理的分级诊疗制度，导致中国医疗健康市场存在较大供需缺口，现有的医疗卫生资源无法满足全部居民的健康保障需求。中国国内医疗资源和技术水平的局限使部分居民对于大额医疗支出缺乏信心，部分经济实力较强的消费者选择在医疗水平更高、服务质量更好的海外地区进行医疗消费。

疾病类型的多样化、复杂化导致治疗手段具有差异性，因此医疗机构建立分级诊疗制度对于满足不同患者的消费需求极为重要。中国的分级诊疗体系尚未完善，综合医院占据大多医疗资源，拥有疑难病、危急重病、常见病、慢性病等不同种类疾病的患者集体涌入综合医院，在资源资源供给不足的情况下，进一步加重患者看病难的问题。

分级诊疗体系的缺失导致了中国患者向境外分流，跨境医疗旅游目的地大多拥有完善的分级治疗体系，如跨境医疗旅游行业较发达的欧美国家（如德国、英国、美国）。

- **德国的分级诊疗制度**

德国的分级诊疗制度较成熟，为防止患者过于集中，合理利用医疗资源，德国将门诊部门与住院部隔离。门诊服务主要由患者所在社区提供给，并完成首诊，如患者需要进行住院治疗，社区医院则会将患者及电子病历转诊至大型医院。合理的业务分离将减少患者在基础检查方面的开销，避免医疗资源的浪费。

- **英国的分级诊疗制度**

英国的分级诊疗模式主要采取家庭医生制度。当居民生病时，首先由家庭医生为其诊治，若情况较严重，患者需联系全科医生为其转诊，并将患者送至匹配的专科医院进行治疗。英

国的专科医院不设立门诊部，只接受住院患者和急诊患者，在保证医疗资源优化配置的同时为患者提供便利。英国的卫生制度围绕家庭医生设计，因此对于家庭医生服务质量的把控较严格。一方面英国家庭医生需具备完善的医学教育体系，且通过严格的行医资格考评体制。另一方面全科医生需经过长达十年的医学教育、基础培训及全科医生培训，完善其综合实力。

- **美国的分级诊疗制度**

美国的分级诊疗制模式主要采取社区家庭医生与医疗保险相结合的制度。区别于德国和英国，美国近 90%的医院提供门诊服务，同时在各社区配备拥有完备资质的社区家庭医生。家庭医生为家庭患者提供初级诊疗服务，以及每年一至两次的健康体检，全面了解每个家庭成员的健康情况。对于需要进行住院治疗的患者，美国的家庭医生将为转诊对接医生提供详细的健康记录，方便医生全面掌握患者健康状况。此外，美国分级诊断制度充分发挥商业医疗保险的作用，利用设定支付比例的差异培养患者的分级就诊习惯，避免医患拥堵，合理配置医疗资源。

3.2 境外医疗服务机构具有差异化优势

目前，各国家和地区间的医疗资源分布不均，且价格和服务质量存在较大差异。各国家凭借其差异化的竞争优势，吸引中国中产阶级及部分富裕人群在海外寻求医疗救治或保健养生服务。

3.2.1 重症转诊

在重症转诊领域，美国、日本等高医疗水平国家凭借出色的医疗技术水平和治疗效果成为中国重症疾病患者的首选。具有跨境医疗消费需求的重症患者首要考虑因素为医疗技术和治疗效果，其对于治疗价格的敏感度较低。在美国、日本等重症转诊目的国，较常见的诊疗病症包括癌症肿瘤、心血管疾病、神经类疾病等。中国在肿瘤内科、放疗协同上的治疗水平与美国、日本等国家具有较大差距。例如美国在致死率较高的癌症治疗领域上，凭借其先进

的医疗水平不断提高整体生存率。

3.2.2 精密体检

在精密体检领域，日本、新加坡等亚洲国家均建立了完善的疾病预防体系，凭借其完善的产业结构、先进的检测仪器成为中国体检消费者的首选。精密体检可以对癌症等重大疾病进行预防，消费者可以通过精密体检全面了解自身的健康状况，精密体检机构配备的各领域权威专家可以针对其监测结果对消费者进行健康指导。例如日本具有完善的防癌产业体系，通过精密体检的多层级检查可以发现小于 5 毫米的癌细胞，促进癌症的预防和早期发展，提高消费者的生命质量。目前，较多的精密体检机构与重症转诊机构建立合作关系，构建集检测和治疗全产业链服务流程，吸引境外消费者。

3.2.3 新药治疗

目前，中国的新药准入方面存在诸多障碍。例如，中国缺乏罕见病药物身份认定及独立的罕见病药物注册审批通道，罕见病药物医疗保障政策的缺失导致部分罕见病药品无法进入中国市场。罕见病药品的研发成本较高，需要承担罕见病药物医疗保障政策缺失而带来的风险，部分药企在药品销售预期无法负担前期研发及生产成本时选择放弃中国市场。

以泰国、印度为代表的南亚国家较高水平的新药研发技术是吸引中国跨境医疗旅游消费者的主要因素。印度等南亚国家的的新药、仿制药制作工艺水平较高，药品的疗效堪比原研药，但价格是原研药的十分之一。中国罕见病患者不断上升的治疗需求及国内罕见病药物资源供给的短缺形成了较大的供需缺口，部分经济实力欠缺但拥有医药治疗需求的中国罕见病患者选择去往南亚国家购买新药、仿制药以及接受当地医疗机构的治疗。

4 中国跨境医疗旅游行业制约因素

4.1 支持政策的缺失制约输入型跨境医疗旅游市场发展

目前，中国医疗旅游产业以输出型跨境医疗旅游为主，是全球跨境医疗旅游市场最大客源国。中国居民在境外医疗旅游过程中的异地停留，将促进目的地国家经济的发展。因此，发展输入型跨境医疗旅游市场，吸引境外居民来华消费将促进中国经济的发展。伴随中国医疗水平的提高及跨境医疗旅游行业的发展，中国将由输出型跨境旅游市场转向输入型跨境旅游市场。但由于行业支持性政策的缺失，中国输入型跨境医疗旅游市场尚处于起步阶段。

医疗旅游行业作为综合型产业项目，覆盖医疗保健、健康养生、旅游休闲、互联网等多项产业。行业的发展需要政府部门、卫生健康部门、旅游部分等相关方的强力支持和密切配合。中国对于医疗旅游行业尚未作出细分的法律和行业规范，中国输出型跨境医疗旅游市场的蓬勃发展与行业规范的落后的矛盾日益突出。

为推进本国经济发展，吸引境外居民在本国的医疗旅游消费，多数医疗旅游产业的发达国家出台了产业利好政策。日本为鼓励境外居民赴日进行体检和治疗，针对于中国游客，日本政府除发放“个人旅游签”外，新增“医疗签证”，并且将签证有效期延长至三年。此外，韩国政府为鼓励境外居民来韩进行医疗美容等消费活动，政府颁布退税政策。相较于医疗旅游产业较发达的国家，中国在跨境医疗旅游领域缺少政策支持，制约输入型跨境医疗旅游市场的发展。

4.2 恶性竞争制约行业健康有序发展

中国跨境医疗旅游行业针对的目标客户大多为中产阶级、以及较富裕人群，行业的高额利润吸引了较多行业参与者的涌入。但中国跨境医疗旅游行业参与者为下游消费者提供的服务质量参差不齐，部分跨境医疗旅游服务机构缺少拥有医学背景的专业型人才，非专业的工

作人员对于患者检查结果、健康水平检测、治疗方案的判断方面较易产生偏差，易导致医患纠纷，影响消费者健康的同时打击消费者的治疗信心。

中国跨境医疗旅游行业尚处在发展阶段，行业法律法规尚未完善，部分跨境医疗旅游服务机构欺骗消费者、虚假宣传等恶性事件频发，影响中国跨境医疗旅游行业的有序发展。行业的无序竞争将对从事正规经营的跨境医疗旅游服务机构造成一定冲击，消费者较难从众多的服务机构中分辨优劣，影响行业整体形象。目前，中国跨境医疗旅游行业缺乏专业认证及行业规范，产业的无序竞挤压正规跨境医疗旅游服务机构的利润空间，制约行业健康有序发展。

5 中国跨境医疗旅游行业政策

中国跨境医疗旅游行业处于起步阶段，现阶段以输出型跨境医疗消费为主。跨境医疗旅游具有高消费和高成长的发展特性，且关联产业众多，消费者在目的国的医疗旅游消费不仅可以推动健康服务业和旅游业的发展，还将带动地产、餐饮、娱乐、旅游等产业的发展，有效拉动跨境医疗旅游目的国的经济增长。中国为推动中国从输出型跨境医疗旅游市场向输入型跨境医疗旅游市场的转型，相关利好政策政策频出（见图 5-1），助力中国跨境医疗旅游行业的发展。

图 5-1 中国跨境医疗旅游行业利好政策

政策名称	颁布年份	颁布主体	主要内容及影响
《关于加快发展旅游业的意见》	2009年	国务院	通过深化旅游业改革开放、优化旅游消费环境等行为推动旅游产业的发展，充分发挥旅游业在保增长、扩内需、调结构等方面的积极作用
《关于促进健康服务业发展的若干意见》	2013年	国务院	积极推动健康服务产业集群的发展，促进医疗服务、健康管理、健康保险等相关服务的发展与完善
《国务院关于促进旅游业改革发展的若干意见》	2014年	国务院	大力拓展入境旅游市场，推广完善国家旅游宣传推广体系，并放宽境外居民入境、过境旅游签证的便利化条件

来源：沙利文研究院绘制

5.1 医疗健康领域利好政策

自 2013 年起，政府关于医疗健康领域的利好政策频出，国务院在《关于促进健康服务业发展的若干意见》中明确指出，政府将积极推动健康服务产业集群的发展，促进医疗服务、健康管理、健康保险等相关服务的发展与完善。政府鼓励医疗健康产业的发展，其政策导向将引导境内居民提高健康管理意识，提高居民对疾病防范的重视程度。政府将优化医疗服务资源配置作为发展重点，进一步放宽中外合资、合作办医的条件，加快落实技术准入项目，缩小中国医疗资源供需缺口，为输出型跨境医疗市场的建设提供坚实基础。

5.2 跨境旅游行业利好政策

2014 年国务院颁布《关于促进旅游业改革发展的若干意见》，政府明确表示将大力拓展

入境旅游市场，推广完善国家旅游宣传推广体系。政府将放宽境外居民入境、过境旅游签证的条件，为境外居民提供便利化的签证服务，推动符合规定条件的对外开放口岸开展境外居民签证业务，逐步优化完善境外居民 72 小时过境免签政策，并统筹研究部分国家旅游团入境免签政策。政府为境外居民提供的签证及入出境便利，将提高签证签发、边防检查等出入境服务水平，为中国跨境医疗旅游市场提供消费主体。

6 中国跨境医疗旅游行业发展趋势

6.1 中国医疗行业将建立健全分级诊疗体系

中国分级诊疗体系的缺失导致了中国患者向境外分流，因此建立完善的分级机诊疗制度，缩小医疗资源的供需缺口是中国向输入型跨境医疗旅游转型的重要环节。2016 年，政府在中国卫生与健康大会上将“分级诊疗制度”列为五项需要重点突破的基本医疗卫生制度建设的首位。相关的配套措施陆续出台，但由于患者就医习惯、医疗资源有限供给等问题，导致分级诊疗制度的建设工作推进较缓慢。

中国将从医疗服务体系和医疗保障制度两端发力，在合理利用医疗资源的情况下为境内境外的患者提供匹配的跨境医疗旅游服务。在医疗服务体系方面，政府将深化现有医疗服务体系改革，建设面向境内境外消费者、覆盖全生命周期的健康服务体系。在医疗保障制度方面，政府将进一步完善医疗保障制度，对供需双方形成有效的激励合约束机制，鼓励各医疗机构发挥其自身优势，建立有序的诊疗秩序。政府将进一步明确不同级别医疗机构的功能定位，根据对不同级别医疗机构进行合理分工，相互协作，确保所有病患逐级就诊。完善的分级诊疗体系将缩小中国医疗资源供需缺口，重新整合资源向输入型跨境医疗旅游国家转型。

6.2 结合民族传统医学打造中医养生保健旅游

跨境医疗旅游较发达的国家均拥有其独特竞争优势，中国向输入型跨境医疗旅游行业转型需打造属于具有中国特色的医疗旅游产品，吸引境外消费者。中医作为中国拥有悠久历史的优质医疗资源，将助力中国跨境医疗旅游行业的转型，推动中华传统文化，助力国民经济的增长。行业将整合中国丰富的中草药资源和旅游资源，依托中医药文化的传统技术，打造结合民族传统医学特色的中医养生保健旅游。

目前，部分拥有中医药资源的地区开启了对中医药养生保健旅游服务的探索。例如广东

省政府提出基于省内丰富的重要矿产资源和深厚的中医文化历史底蕴，打造“中医医药与健康”主题旅游，开辟中医药旅游线路，例如广州市，企业带领消费者参观白云山和“神农草堂”中医药博物馆，为消费者提供体检、诊疗、美容、按摩、推拿等精品服务。广东省依托其资源优势打造的中医药养生旅游产品及服务为中医养生保健旅游市场的发展奠定了基础。部分拥有资源优势的省市及地区可根据其差异化优势，打造不同中医养生保健旅游产品，推动中国特色医疗旅游行业的发展。

6.3 行业将愈加重视全科医生和人才的培养

跨境医疗旅游行业作为专业度较高的综合型产业，覆盖旅游、管理、翻译、医学等多个专业领域。为保证服务过程的清晰流畅，行业对于从业人员素质的要求较高，通常行业要求从业人员拥有完善的医疗知识体系，掌握多门外语。部分随行翻译要求具有医学翻译资质与心理辅导能力。

除从业人员外，行业内优质的全科医生较少。伴随中国跨境医疗旅游行业的快速发展，行业亟需大量专业的从业人才和全科医生。中国跨境医疗旅游行业将逐渐重视从业人员与全科医生的培养，为行业的发展提供人才助力。

在从业人员的选取方面，行业内各参与机构需制定严格的评测制度，对竞聘者进行全方位的考察，择优录取。在全科医生的培养方面，政府将贯彻落实《“健康中国 2030”规划纲要》要求，完善全科医生的培养与使用激励机制，建立适应中国跨境医疗旅游行业特点的全科医生培养制度。政府将在各高等医学院校采取医教协同的全科医学的教育改革模式。各高校将建立全科医学教研室、开设全科医生概论等必修课程，并且加强全科医学师资队伍建设。政府对于全科医生及从业人员的培养与选拔，将提高中国跨境医疗旅游行业的服务水平，有利于吸引境外居民来华消费，助力中国输入型跨境医疗旅游市场的发展。

7 中国跨境医疗旅游行业竞争格局

7.1 中国跨境医疗旅游行业的竞争主体

中国跨境医疗旅游行业的竞争主体分为三类，分别为传统跨境医疗服务机构、专业互联网跨境医疗服务平台、以及开展跨境医疗旅游服务的在线旅游平台。

7.1.1 传统跨境医疗服务机构

以盛诺一家为代表的中国传统跨境医疗服务机构起步较早，具有丰富的海内外医疗资源整合经验。该类型企业在全国范围分布较广，主要以北京、上海等经济发达地区为主要中心点。中国传统跨境医疗服务机构资本优势较强，对于国外资源的选取较注重资质、排名和综合实力。

凭借其资源及服务优势，中国传统跨境医疗服务机构收取的中介服务费用较高，部分拥有资金压力的患者无力承担。患者对于医院的选择仅限于传统跨境医疗服务机构的合作医院或医疗机构，部分合作医院尚未覆盖全科室诊疗领域，部分患者的需求较难得到满足。此外，部分有跨境治疗需求的患者因身体承受能力的限制，无法承受跨境治疗的远路程颠簸，传统跨境医疗服务机构现有的服务模式较难满足这一客户群体的消费需求。

近年来，跨境医疗旅游行业发展速度较快，吸引在线旅游平台及专业互联网跨境医疗服务平台布局跨境医疗旅游市场。在线旅游平台及互联网跨境医疗服务平台的出现，逐渐抢占中国传统跨境医疗服务机构原有的市场份额，患者无需亲赴国外但同样享有海外医疗资源，在获得相同服务的同时，降低治疗成本，导致传统跨境医疗服务机构的竞争优势被削弱。

7.1.2 互联网跨境医疗服务平台

近年来，互联网技术在医疗领域的渗透为跨境医疗服务平台的建立提供了契机，以春雨国际为代表的互联网跨境医疗服务平台逐渐涌现。互联网跨境医疗服务平台整合全球医疗资

源，患者可先得到国外医院对其病情的诊断结果，再选择是否需求进行跨境治疗，该服务可以让患者在出行前了解自己的治疗方案，增强患者自身的安全感和对海外医院的认同感，提升患者的消费体验。互联网跨境医疗服务平台在大数据技术的推动下，可以根据患者病情和需要精准匹配海外医疗资源，但平台在实现精准医疗的同时，提高了海外医院对于患者的甄别要求。

互联网跨境医疗服务平台通常利用远程会诊的方式为下游消费者提供的前期诊断服务，患者无需亲赴海外，患者可根据其意愿和实际情况选择是否接受跨境治疗。相较于传统跨境医疗服务机构，互联网跨境医疗服务平台所提供的多样化选择具有更高的性价比，成本优势明显。互联网跨境医疗服务平台的轻资产模式较易复制，但海外优质的医疗资源有限，未来提高平台的获客能力，吸引海外优质医疗资源的入驻将成为互联网跨境医疗服务平台的竞争方向。

7.1.3 开展跨境医疗旅游服务的在线旅游平台

目前，中国开展跨境医疗旅游服务在线旅游平台较少，典型代表企业为携程旅游。该类型企业拥有较强的资源、流量优势，通过为海外医疗资源提供渠道，布局中国跨境医疗旅游市场。在线旅游平台开展跨境医疗旅游服务是渠道端和产品端的联合，但医疗产品和服务与在线旅游平台的原始业务关联性较低，在线旅游平台对于优质医疗产品和服务的辨别能力有待考察。在服务过程中风险管理、与医疗机构进行专业沟通等环节均要求在线旅游平台建立专业的医疗技术团队。相较于传统跨境医疗服务机构和专业互联网跨境医疗服务平台，开展跨境医疗旅游服务的在线旅游平台的医疗专业度较低，在医疗专业领域的竞争优势较弱，但对于部分倾向于休闲养生、医疗保健等“重旅游”的消费者来说，开展跨境医疗旅游服务的在线旅游平台将成为其第一选择。

7.2 典型代表企业分析——春雨国际

7.2.1 企业简介

春雨国际是专注于为消费者提供跨境医疗服务的互联网平台，在中国拥有 14 个线下城市健康管理中心。春雨国际的互联网健康平台共包括四大功能板块，分别为“三分钟在线医疗问诊平台”、“EHR 电子健康档案管理系统”、“斐立健康管理平台”、“国际远程医疗平台”。企业打通线上看诊平台和线下健康管理中心，打造双中心服务模式，为消费者提供完善有效的国际健康服务。春雨国际利用互联网高效的优势，提升平台服务效率，企业的主要服务项目包括重症治疗、辅助生育、海外体检、药品信息服务在内的定制化海外医疗解决方案。

7.2.2 服务类型

- **国际远程会诊**

春雨国际为消费者提供自前期沟通至沟通实施的全流程国际远程会诊服务。企业的线下合作医疗机构分布在中国的 12 个省市，可以满足全国不同地区的患者的国际远程会诊咨询需求。企业提前与患者沟通病情并完成签约，由专业员工为患者整理中文健康资料，并由专业医生团队翻译、撰写健康材料，为患者诊疗方案的制定提供真实有效的健康信息。完成签约后，平台和医院双方将为患者制定问诊方案，预约海外专家并制定咨询流程。国外院方将为患者提供书面或视频形式的专业诊疗意见，患者可以选择与国内医疗资源进行沟通治疗，或考虑是否需要出国治疗。

- **线下跨境治疗**

春雨国际为消费者提供自前期沟通至回国随访的全流程跨境治疗服务。春雨国际的医学顾问与患者进行前期沟通，为患者提供适合患者情况的医院信息。患者与企业的医学顾问达成共识后，企业将收集并翻译患者所有的病历资料，签署会诊合同并发送至国外医院。企业

负责将国外医院的会诊结果、治疗方案进行翻译，为患者预约国外医院。企业为患者提供转诊、签证服务，在确定患者治疗行程后，企业将派遣专业医疗翻译和生活翻译负责患者海外就医的全流程服务。最后，患者在完成海外就诊的一年内，企业将对患者进行病情追踪回访，并免费为部分患者进行远程病情随访。

- **国际健康管理服务**

在国际健康管理服务业务领域，春雨国际已与英国、德国、日本、美国等多个国家的医生及医学研究中心建立合作关系，引入创新型基础医疗模式，为服务对象提供国际化的全科医生医疗服务。通过春雨国际的医疗平台，签约医生可针对用户的日常健康状况做出分析，并将专业的诊疗意见以书面报告或视频的形式呈现给消费者。平台将对患者的治疗情况进行跟踪回访，与患者商定是否需要出国进行后续治疗。

7.2.3 竞争优势

企业自成立以来专注于整合、连接全球范围内优质医疗资源。企业的专业服务团队遍布美国、日本、韩国、泰国等国家，平台已入驻近 50 家境外权威医疗机构，包括美国希望之城国家医学中心、洛杉矶西达-赛奈医疗中心、SCRC 南加州生育中心、泰国帕亚泰第三国际医院、印度阿波罗医院等。春雨国际与英国、德国、日本等多个国家的医生及医学研究中心建立合作关系，于 2016 年末与美国医疗连锁集团 CHA（Cambridge Health Alliance）签订了五年的品牌战略合作协议。除国外的医疗资源外，春雨国际连接国内优质的健康产品和医疗服务资源，平台的医疗服务种类覆盖全部科室，拥有近 50 万专业的医生资源。

7.3 典型代表企业分析——盛诺一家

7.3.1 企业简介

北京盛诺一家医院管理咨询有限公司成立于 2011 年，是中国跨境医疗旅游综合服务商。企业在上海、广州、杭州、深圳设有子公司，为中国消费者提供包括出国看病、远程咨

询、健康体检等多项业务。企业的境外客服中心覆盖美国的休斯顿、波士顿、罗切斯特、巴尔的摩、纽约、克利夫兰，英国伦敦，德国柏林，日本东京等地。企业为中国境内居民提供全面的初诊、境外交通、境外住宿、就医翻译陪同、生活照顾等一站式解决方案及服务。

7.3.2 服务类型

- **出国看病**

盛诺一家为消费者提供出国看病服务，企业的合作医院均为发达国家排名前十的医疗机构。企业凭借其资源优势，建立绿色转诊通道，将患者的转诊时间缩短至一星期内，为患者争取更多的治疗时间。企业为患者提供具备国外医院认可的专业医学翻译，保障沟通的准确顺畅。盛诺一家拥有内部自建的特殊加密系统，用于患者资料的存储，该系统在最大程度上保护患者隐私。

- **远程咨询**

盛诺一家为消费者提供远程咨询服务，利用海外医疗资源为患者完成初诊，针对有跨境医疗旅游有需求的消费者推荐匹配治疗方案，以及全流程医疗服务。

7.3.3 竞争优势

盛诺一家与美国、英国、德国、日本的等多家医院签署了官方合作协议，为国内患者提供预约医院、病历整理及翻译、签证办理、机票酒店预定、海外陪同等一站式服务。

7.4 典型代表企业分析——厚朴方舟

7.4.1 企业简介

厚朴方舟健康管理 (北京) 有限公司 (简称厚朴方舟) 成立于 2012 年，总部位于北京，是专注于跨境医疗旅游领域的海外医疗服务提供商。企业在中国上海，深圳、日本东京、美国波士顿设立全资子公司，为消费者提供直营专业化服务团队。厚朴方舟主要聚焦在医疗领域，以日本和美国为主要目的地，提供出国看病、远程会诊、定制体检等服务。常规的消费

包括全身精密体检、肿瘤治疗、心脏病治疗、重离子治疗、质子治疗、丙肝治疗、艾滋病治疗等。

7.4.2 服务类型

- **出国看病**

厚朴方舟为患者提供出国看病服务，厚朴方舟的专业医学翻译会对患者的病例资料进行摘要、翻译、整理，提交至合作医院。企业在病历的翻译和整理方面具有严格的要求，便于海外医生全面了解病人的既往病史。当企业收到美国医院的接收通知后，预估治疗服务费用，与患者进行沟通。完成签约后，企业将为患者办理签证的申请、机票和酒店的预订等相关事宜。

- **远程咨询**

厚朴方舟为患者提供针对美国和日本的跨国远程视频诊疗产品或服务。由公司向海外专家提供并翻译患者病历资料，由专家配合所属的团队进行诊断，定制匹配患者的个性化诊疗方案，与国内主诊医生讨论实施方案或者出国治疗。

7.4.3 竞争优势

- **资源优势**

厚朴方舟与美国、日本约 30 位医学专家达成合作，并已初步建成海外医生集团。合作医院包括日本榊原纪念医院、日本国立成育医疗研究中心（日本国家儿童医院）、日本医科大学附属医院、虎之门医院、哈佛大学医学院附属麻省总医院、美国国家儿童医院、美国丹娜法伯癌症研究院、纽约长老会哥伦比亚与康奈尔大学医院等。

- **服务优势**

厚朴方舟为患者提供包括初诊、制定治疗方案，跨境检查期间的交通、住宿、陪护、出院之后的康复和随诊，以及二次住院的一站式全程服务。全程服务均由企业提供，拒绝外包，

以确保企业的服务质量。

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

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”、手机扫右侧二维码阅读研报


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

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451