# 2019 年中国产后康复设备行业概览

**分析师：舒邃**

**2019 年 11 月**

**概览标签：**产后康复、医疗器械、产康机构、设备

**概览摘要：产后康复设备是专用于产后疾病筛查与治疗、产后形体恢复的器械设备，主要通过生物刺激和电刺激等物理治疗方法，刺激局部神经肌肉，激活细胞组织，在疗程内恢复肌肉组织的弹性与紧张度。基于中国政府大力推进妇幼健康保障工程、鼓励企业进行医疗器械创新的背景，产后康复设备行业得以快速发展，其市场规模由 2014 年的 9.2 亿元快速增长至 2018 年的 39.5 亿元，年复合增长率达 43.9%。**

- 二孩政策全面开放、居民消费能力增长、产后保健服务普及、高投资回报率成为行业四大驱动因素

中国产后康复设备行业能够保持快速增长，主要受到四点因素的驱动：（1）二孩政策全面开放，产妇数量持续增长，直接带动产后康复行业需求增长；（2）居民人均可支配收入与医疗保健支出增长，推动产后康复服务与设备市场扩大；（3）产后保健知识普及，拉动产后康复设备消费增加；（4）产后康复设备具有高投资回报率，吸引月子会所、体外塑形等产康机构增加产后康复设备投入。

- 新型轻小便捷化产品，打开家庭需求市场

家庭设备凭借便捷、私密等优势，将成为带动产后康复设备行业增长的主力产品。2015 年起，各医疗科技企业陆续布局家庭类产后康复设备市场，例如：2015 年德佳智联推出麻麻康品牌，上线盆底子宫康复仪等十余种家用产品；2016 年麦澜德推出盆底生物刺激反馈仪、澜淳 APP 等软件与设备。未来，家庭类产后康复设备市场规模将快速增长，预计 2021 年家庭类产品占产后康复设备行业总体规模比重将突破 10%。

- 政策利好，监管加严与支持创新推动行业向品质化发展

产后康复设备作为协助妇女进行产后康复治疗的主要器械，行业与大健康、医疗器械等相关行业相互影响、协同发展。2016 至 2018 年间，支持母婴健康产业发展、鼓励医疗器械生产企业创新的相关政策陆续颁布，医疗器械相关监管法律法规日渐趋严，直接促进了产后康复设备产品向高品质升级，政策对行业整体影响呈现利好状态。

**企业推荐：**

- 麦澜德
- 伟思医疗
- 杉山医疗

*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*

# 目录


1 方法论 ..... 6

1.1 研究方法 ..... 6

1.2 名词解释 ..... 7

2 中国产后康复设备行业市场综述 ..... 8

2.1 中国产后康复设备行业定义及分类 ..... 8

2.2 中国产后康复设备行业发展历程 ..... 9

2.3 中国产后康复设备行业产业链 ..... 10

2.3.1 产业链各环节的成本与利润分配 ..... 11

2.3.2 上游分析 ..... 12

2.3.3 中游分析 ..... 12

2.3.4 下游分析 ..... 13

2.4 中国产后康复设备行业市场规模 ..... 14

3 中国产后康复设备行业驱动与制约因素 ..... 15

3.1 驱动因素 ..... 15

3.1.1 二孩政策全面开放，产妇数量稳定增长 ..... 15

3.1.2 居民消费能力增长与产后保健服务普及，拉动产后康复设备消费增加 16

3.1.3 高投资回报率吸引产康机构增加产后康复设备投入 ..... 18

3.2 制约因素 ..... 19

3.2.1 公立医院采取限价管理 ..... 19

4 中国产后康复设备行业政策分析 ..... 19

5 中国产后康复设备行业市场趋势 ..... 21
5.1 新型轻小便捷化产品，打开家庭需求市场 ..... 21
5.2 经营模式向多样化发展，线上销售渠道占比持续提高 ..... 23
6 中国产后康复设备行业竞争格局分析 ..... 24
6.1 中国产后康复设备行业竞争格局概述 ..... 24
6.2 中国产后康复设备行业投资企业推荐 ..... 25
6.2.1 南京麦澜德医疗科技有限公司 ..... 25
6.2.2 南京伟思医疗科技股份有限公司 ..... 27
6.2.3 广州市杉山医疗器械实业有限公司 ..... 29

# 图表目录

图 2-1 中国产后康复设备分类.....8
图 2-2 中国产后康复设备行业发展历程.....9
图 2-3 中国产后康复设备行业产业链.....11
图 2-4 中国产后康复设备行业产业链各环节成本利润分配.....11
图 2-5 中国产后康复设备品牌商成本构成.....13
图 2-6 中国产后康复设备行业市场规模，2014-2023 年预测.....15
图 3-1 中国新生儿人口数量与新生儿二孩占比，2011-2017 年.....16
图 3-2 中国居民人均可支配收入与人均医疗保健消费支出，2014-2018 年.....17
图 3-3 中国产康机构增加产后康复设备购进数量.....18
图 3-4 限价管理降低行业参与企业的利润水平.....19
图 4-1 中国产后康复设备行业支持性政策.....20
图 4-2 中国产后康复设备行业监管类政策.....21
图 5-1 新型轻小便捷化产品，打开家庭需求市场.....22
图 5-2 产后康复设备品牌商经营模式向多样化发展.....23
图 6-1 中国产后康复设备行业竞争企业（部分）.....24
图 6-2 麦澜德主要产品.....26
图 6-3 伟思医疗主要产品.....28
图 6-4 杉山医疗主要产品.....30

# 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，从医疗健康、医疗器械等领域着手，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。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 11 月完成。

## 1.2 名词解释

- **物理治疗**：一种非药物性、非手术类的治疗方式，主要通过运动与压力等物理因子进行治疗。
- **OEM**：Original Equipment Manufacturer，原始设备制造商，协助品牌商代加工产品的工厂制造商。
- **ODM**：Original Design Manufacturer，原始设计制造商，受采购方委托为其提供设计、生产、后期维护等服务，制造商基于采购方的授权合同生产产品，并匹配委托方品牌。
- **产后访视**：专业人员在产妇分娩后的四周内到家中进行访视，观察产妇是否有子宫复旧异常、乳房感染等不良症状，提醒产妇及时进行产后康复治疗。

# 2 中国产后康复设备行业市场综述

## 2.1 中国产后康复设备行业定义及分类

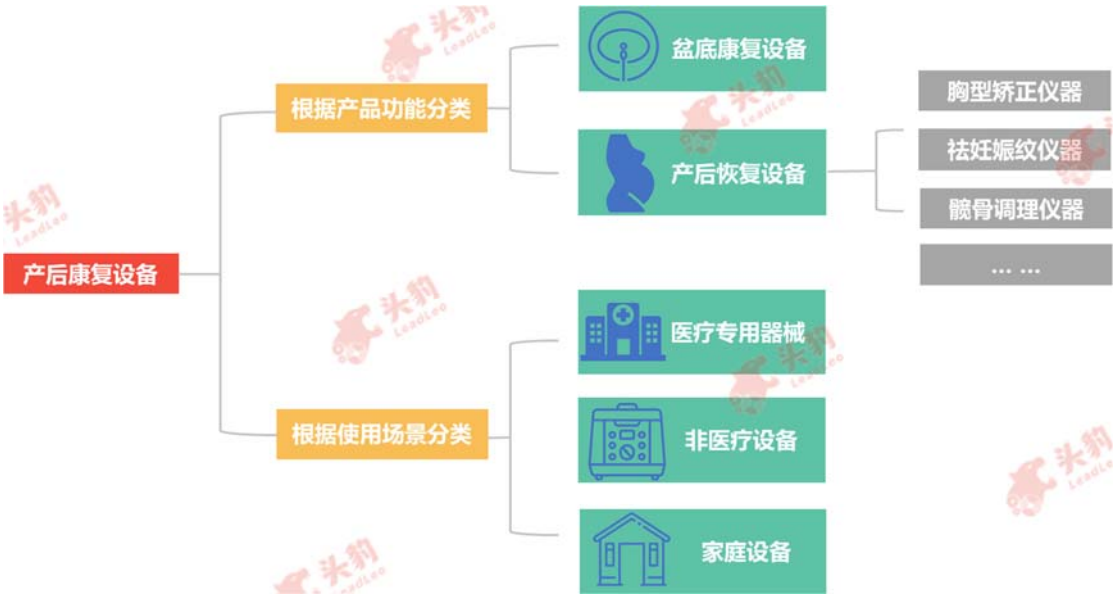
产后康复设备是专用于产后疾病筛查与治疗、产后形体恢复的器械设备，主要通过生物刺激和电刺激等物理治疗方法刺激局部神经肌肉，激活细胞组织，在疗程内恢复肌肉组织的弹性与紧张度。产后康复设备广泛应用于家庭、医院、月子会所、体外塑形机构等场所，用于帮助产后妇女进行盆底修复，解决皮肤松弛、身材走样、产后妊娠纹等产后常见问题。

**根据不同分类标准，产后康复设备可分为多个类别（见图 2-1）：**

**（1）根据产品功能差异，产后康复设备可分为盆底康复设备、产后恢复设备：**①盆底康复设备：通过电刺激与生物反馈技术协助用户锻炼盆底肌，使受损肌肉与神经逐渐恢复的产后康复设备，代表生产企业包括杉山医疗、麦澜德等；②产后恢复设备：通过电刺激或磁疗协助产后妇女恢复身材与形体的产后康复设备，可细分为胸型矫正仪器、祛妊娠纹仪器、髋骨调理仪器等，代表生产企业包括恒达科技、德佳智联等；

**（2）根据使用场景，产后康复设备可分为医疗专用器械、非医疗设备、家庭设备：**①医疗专用器械的研发生产需要企业获得医疗器械证书，产品价格在 15-25 万元区间，医疗专用器械占产后康复设备市场比重约 45%；②非医疗设备主要面向月子会所、产后管理中心等院外产康机构，产品价格在 30-45 万元区间，非医疗设备占产后康复设备市场比重约 45%；③家庭设备是企业针对家庭用户研发的小型、便携式产后康复设备，产品价格在 800-5,000 元区间，家庭设备占产后康复设备市场比重小于 10%。

**图 2-1 中国产后康复设备分类**




*来源：头豹研究院编辑整理*

## 2.2 中国产后康复设备行业发展历程

中国产后康复设备行业从 2008 年开始萌芽，经历 11 年的发展形成了成熟的经营业态与庞大的消费群体，其发展历程大致可分为萌芽、快速成长、高速渗透三个阶段（见图 2-2）。

**图 2-2 中国产后康复设备行业发展历程**




*来源：企业官网，头豹研究院编辑整理*

### （1） 萌芽阶段（2008-2011 年）

2008 年，法国杉山医疗、加拿大 Thought Technology 等国际医疗器械企业开始在中

国市场销售多功能产妇按摩床、盆底肌康复仪等产后康复设备，中国产后康复设备行业进入萌芽阶段。这一阶段，产后康复设备市场以国际品牌产品为主，中国本土企业主要承担代理销售业务，如伟思与加拿大 Thought Technology 建立了长期代理合作关系。国际企业与中国本土企业在中国各地推广产后康复设备与盆底康复诊疗技术，大幅提高了中国医疗机构与消费者对产后康复的认知水平。

**（2） 快速成长阶段（2012-2016 年）**

2012 至 2016 年，产后康复设备产品种类更加丰富，市场普及度快速提高，行业进入快速成长阶段。在产品方面，中国本土企业积累了足够的研发经验与临床数据，陆续推出适合亚洲女性群体的产后康复产品，如伟思推出盆底肌电生物反馈仪、麦澜德推出盆底康复治疗仪等，而国际品牌由于产品缺少创新，市占率逐渐降低。在需求市场方面，产后康复设备在医院的渗透率快速提高，拉动产后康复设备整体需求增加。

**（3） 高速渗透阶段（2017 年至今）**

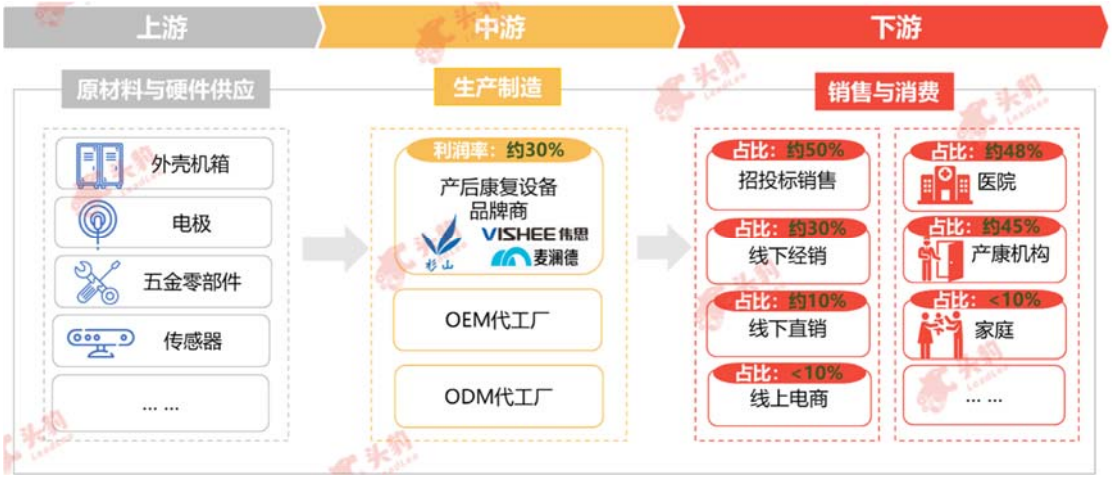
2017 年起，月子中心、产后恢复等产康机构快速发展，推动产后康复设备需求进一步上升，产后康复设备的人群普及率持续提高。在产品方面，产后康复设备的性能参数逐步提升，设备协助使用者进行诊断筛查与治疗的时间不断缩短，同时轻小便携的家庭产品进入产后康复设备市场。在需求市场方面，主力消费群体由医院向产康机构转移，家庭用户需求快速增加，行业进入高速渗透阶段。

## 2.3 中国产后康复设备行业产业链

中国产后康复设备行业的产业链分为原材料供应、生产制造、销售与消费四个环节（见图 2-3)。其中，产业链上游的主要参与者为芯片、屏幕、五金零部件等原材料与硬件供应商；产业链中游生产制造环节的参与主体由品牌商、代工厂构成，负责产品的研发设计与生

产组装；产业链下游包括销售与消费两个环节，销售主体有品牌商、代理商，主要消费者包括医院、产康机构、家庭用户。

**图 2-3 中国产后康复设备行业产业链**

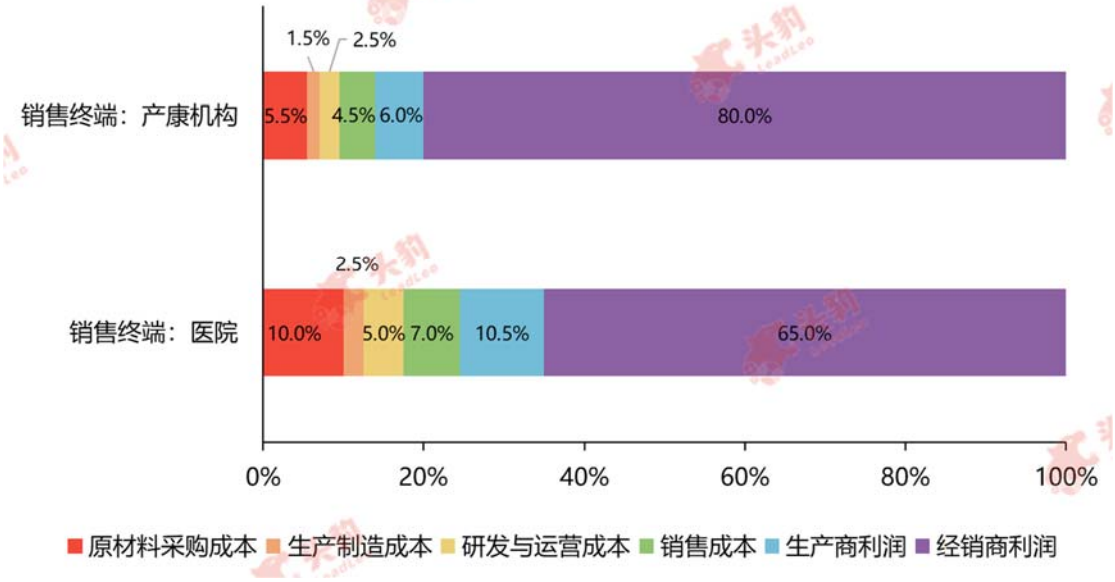



*来源：企业官网，头豹研究院编辑整理*

### 2.3.1 产业链各环节的成本与利润分配

产后康复设备以经销为核心销售渠道，主要销售终端包括产康机构与医院。产后康复设备行业产业链各环节的成本与利润分配呈现以下特征（见图 2-4）：（1）产后康复设备生产总成本占销售终端价格比重的 15%-20%；（2）经销商的利润分配比重较生产商更大；（3）由于不同销售终端的产品售价不同，各类产品的利益分配结构存在差异。经销商在非医用设备中的获利更高，利润占比为 80.0%，显著高于医疗专用器械的 65.0%。

**图 2-4 中国产后康复设备行业产业链各环节成本利润分配（以市场销售均价作为总值）**




*来源：头豹研究院编辑整理*

### 2.3.2 上游分析

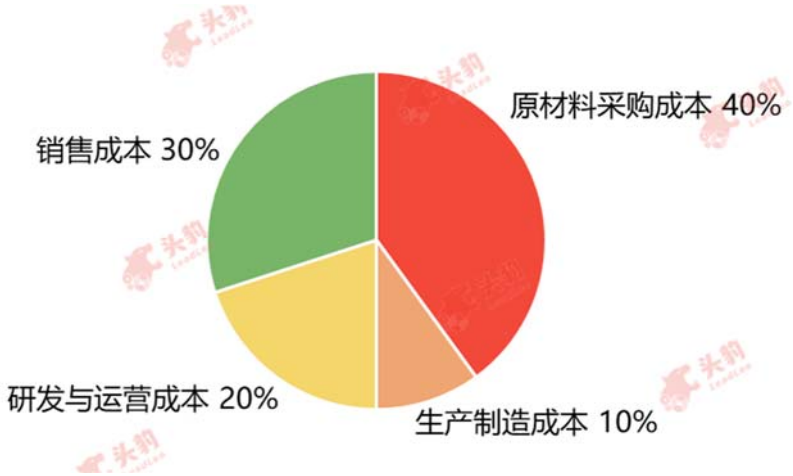
产后康复设备的软件设计直接决定产品性能与功能，通常由产后康复设备品牌商自主设计，因此行业上游仅包括原材料与硬件供应。产后康复设备产业链上游涉及化工、机电、电子、五金等多个行业，参与主体包括外壳机箱供应商、电极等耗材供应商、五金零部件供应商、传感器供应商等。由于原材料与硬件供应市场进入门槛较低，市场参与者众多，行业集中度低，代表企业如徐州万丰工贸、江苏泽康医疗等。产后康复设备品牌商通常选择企业所在城市的原材料供应商进行合作，原材料供应商议价能力较弱。

### 2.3.3 中游分析

产后康复设备行业产业链中游是生产制造环节，参与主体包含品牌商、代工厂。品牌商在行业内扮演多重角色，同时负责产后康复设备产品研发、生产组装、品牌推广与部分产品销售。拥有超过五年产后康复设备市场运营经验的专家表示，产后康复设备品牌商的成本主要由原材料采购成本、生产制造成本、研发与运营成本、销售成本四部分构成（见图 2-5）。

其中，原材料采购成本占比最大（约 40%），其次是销售成本（约 30%）与研发运营成本（约 20%），最后是生产制造成本（约 10%）。伴随着企业生产规模不断扩大，原材料采购成本占比将下降，而销售成本将增长。

**图 2-5 中国产后康复设备品牌商成本构成**




*来源：头豹研究院编辑整理*

少数产后康复设备品牌商由于生产设备受限或产能不足，会委托本地 OEM 或 ODM 代加工企业进行外协加工。产后康复设备外协加工主要包括整机注塑、电极焊接等环节，代加工市场竞争充分，OEM 与 ODM 企业议价能力较产后康复设备品牌商更弱。

### 2.3.4 下游分析

产后康复设备行业产业链下游包括销售与消费两个环节，销售主体有品牌商、代理商，消费主体包括各级各类医院、产康机构、家庭用户。不同规模的品牌商与代理商由于资金能力、毛利率标准存在差异，议价能力各不相同。

在销售渠道方面，品牌商针对医院、产康机构、家庭用户消费主体采取差异化销售策略：

（1）医院：品牌商主要通过招投标销售渠道对接医院消费客群。在招投标销售中，由代理商协助企业参与各级各类公立医院的招标采购，企业主要负责提供技术知识与相关材料，代理商负责与招标方谈判并确定具体合作细节。由于医院是产后康复设备的主要消费市

场，因此招投标销售成为企业的主要销售渠道，此类销售渠道销售额占总销售额比重约 50%；

（2）产康机构：品牌商针对产康机构消费客群采用“经销为主、直销为辅”的销售策略。在经销销售渠道方面，品牌商根据销售区域特征，与目标销售省份的经销商签订总代理商、战略代理商、特约代理商等合作方式，不同层级代理商的销售任务、提货价格各不相同，此类销售渠道营收占比约 30%；在直销销售渠道方面，部分大型产后康复设备生产企业设立了销售部，直接对接产康机构客户，线下直销渠道营收占比约 10%；

（3）家庭用户：家庭类产品主要通过线上销售渠道售卖，此类销售渠道营收占比小于 10%。

### 2.4 中国产后康复设备行业市场规模

基于中国政府大力推进妇幼健康保障工程、鼓励企业进行医疗器械创新的背景，产后康复设备行业得以快速发展，其市场规模增长状态呈现两大特征（见图 2-6）：

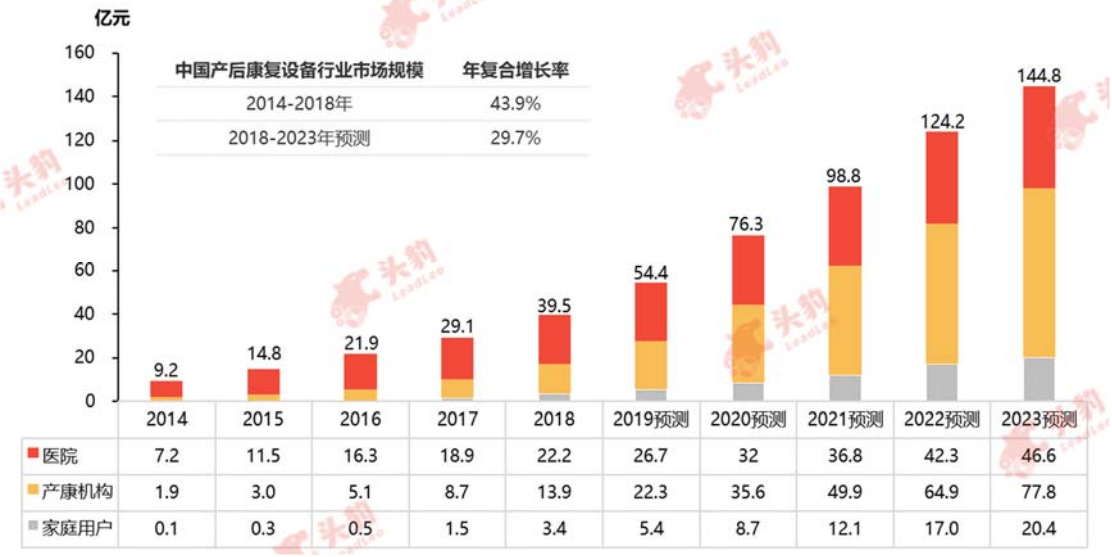
（1）整体规模：产后康复设备行业市场规模（按终端销售额计算）由 2014 年的 9.2 亿元快速增长至 2018 年的 39.5 亿元，年复合增长率达 43.9%；

（2）细分市场规模：2014 至 2016 年，各级各类医院是产后康复设备的主要消费机构，医用产后康复设备市场规模由 2014 年的 7.2 亿元快速增长至 2016 年的 16.3 亿元，年复合增长率达 50.5%；2017 至 2018 年，产康机构需求市场快速增长，产康机构需求市场规模占比直线上升，截至 2018 年，产康机构需求市场规模占产后康复设备整体规模比重已超过 35%。

中国产后康复设备行业能够保持快速增长，主要受到四点因素的驱动：（1）二孩政策全面开放，产妇数量持续增长，直接带动产后康复行业需求增长；（2）居民人均可支配收入与医疗保健支出增长，推动产后康复服务与设备市场扩大；（3）产后保健知识普及，拉动产后

康复设备消费增加；（4）产后康复设备具有高投资回报率，吸引产康机构增加产后康复设备投入。未来，在优生优育观念逐步普及、各类产品不断升级的前提下，产康机构消费者与家庭消费者对产后康复设备的需求将不断提高，中国产后康复设备市场将以 29.7%的年复合增长率高速增长，预计 2023 年市场规模将达到 144.8 亿元（见图 2-6）。

**图 2-6 中国产后康复设备行业市场规模（按终端销售额计算），2014-2023 年预测**




| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019预测 | 2020预测 | 2021预测 | 2022预测 | 2023预测 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 医院 | 7.2 | 11.5 | 16.3 | 18.9 | 22.2 | 26.7 | 32 | 36.8 | 42.3 | 46.6 |
| 产康机构 | 1.9 | 3.0 | 5.1 | 8.7 | 13.9 | 22.3 | 35.6 | 49.9 | 64.9 | 77.8 |
| 家庭用户 | 0.1 | 0.3 | 0.5 | 1.5 | 3.4 | 5.4 | 8.7 | 12.1 | 17.0 | 20.4 |

*来源：头豹研究院编辑整理*

# 3 中国产后康复设备行业驱动与制约因素

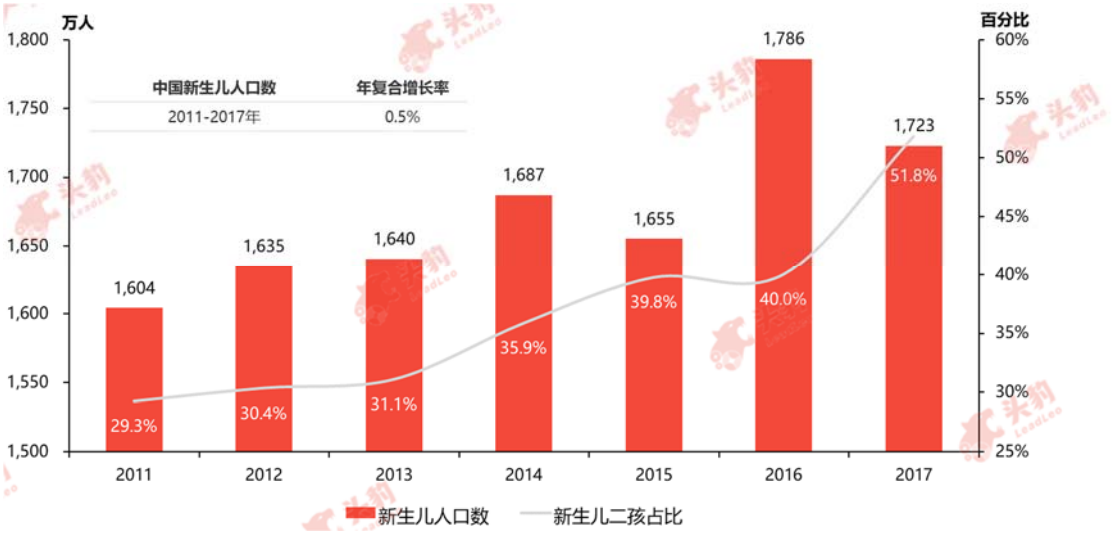
## 3.1 驱动因素

### 3.1.1 二孩政策全面开放，产妇数量稳定增长

中国二孩政策全面开放，直接促进孕产妇总数增长。2011 年起，中国陆续颁布“双独二孩”政策与“单独二孩”政策，2015 年 10 月，为应对人口老龄化趋势，中国正式实施全面二孩政策。计划生育的逐渐放开刺激了居民二孩生育意愿，新生婴儿总人数由 2011 年 1,604 万人上升至 2017 年的 1,723 万人，反映出孕产妇总人数呈稳定增长状态；中国二孩婴儿占新生婴儿总人数比重从 2011 年的 29.3%上升至 2017 年的 51.8%，反映出二次生

育的孕产妇人数占比增加（见图 3-1）。孕产妇是产后康复设备的终端消费群体，孕产妇人数的稳定增长带动产后康复设备消费数量持续增加。

**图 3-1 中国新生儿人口数量与新生儿二孩占比，2011-2017 年**




*来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理*

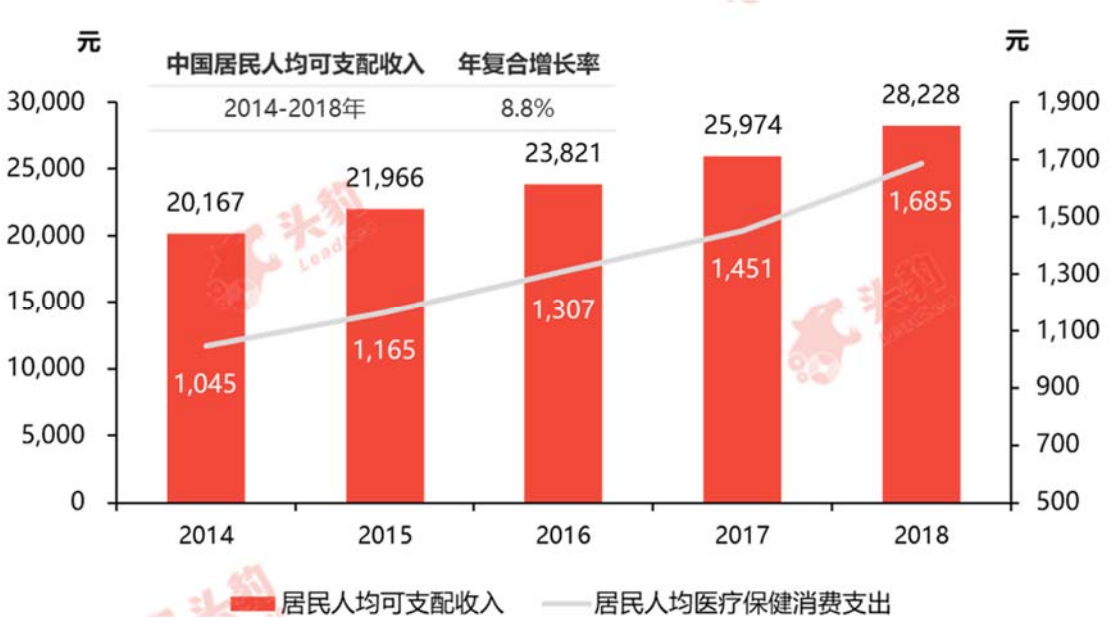
二孩政策的全面开放一方面促进孕产妇数量增加，另一方面提高了产后康复消费人群比例：（1）二孩政策提高了初次生育女性人群的二孩生育意愿，初次生育女性人群为降低再生育风险，更加重视初次生育后的产后康复；（2）二孩政策鼓励了部分 35 周岁以上产妇进行再生育，高龄产妇较适龄产妇更易发生产后贫血、产后高血压等不良症状，因此这一人群参与产后康复的主动性更强烈。初次生育与再生育产妇的产后康复意识增强释放了产后康复服务需求，带动产后康复设备需求上涨。

### 3.1.2 居民消费能力快速增长，产后保健服务逐渐普及

居民消费能力逐年提升，推动居民在医疗保健领域的支出金额上升。2014 至 2018 年，中国居民人均可支配收入由 20,167 元上升至 28,228 元，年复合增长率达 8.8%；同时，中国居民人均医疗保健消费支出由 2014 年的 1,045 元上升至 2018 年的 1,685 元，年复合增长率达 12.7%（见图 3-2）。产后康复作为重要的康复治疗与保健服务，行业受居民人均医

疗保健消费支出的影响较大，人均医疗保健消费支出增长，直接促进产后康复设备与服务的消费总量提高。

**图 3-2 中国居民人均可支配收入与人均医疗保健消费支出，2014-2018 年**



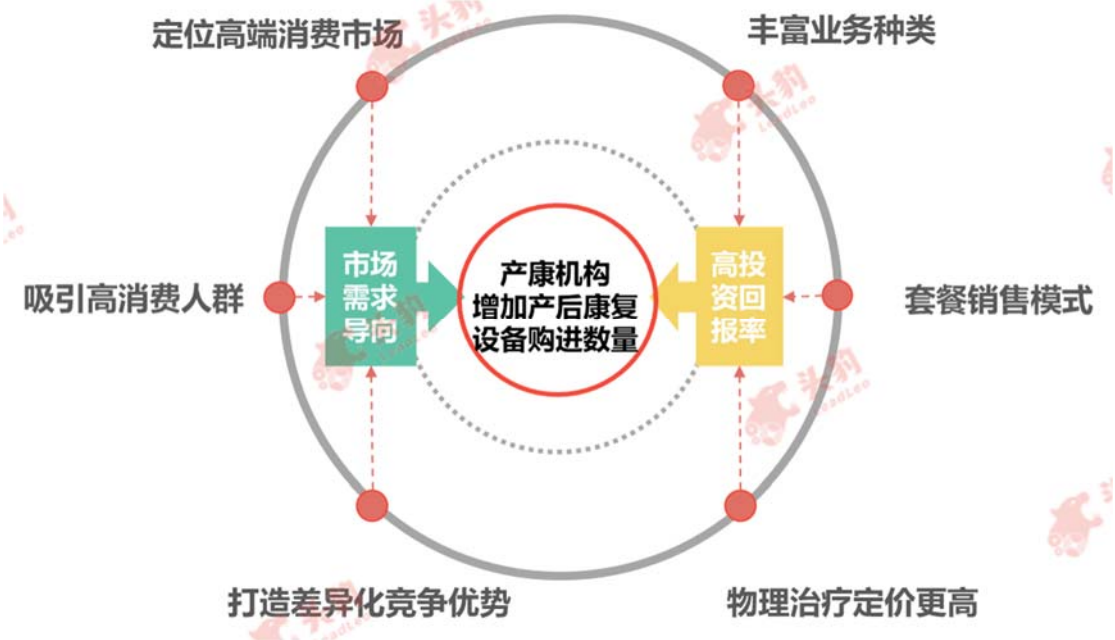

*来源：国家统计局，头豹研究院编辑整理*

中国妇幼医疗机构与协会共同推进产后保健规范化服务，拉动产后康复服务需求、医疗专用产后康复设备消费增加：（1）推动产后访视服务：2014 至 2018 年，各省市医疗机构大力推进免费产后访视服务，例如：山东高密市妇幼保健院开展免费接送、产后访视等服务，仅 2017 年已产后访视 8,874 人次；四川、重庆、江西等多省份妇幼保健院定期开展家庭式产后访视服务。截至 2018 年，中国产后访视率已达 93.8%，产后访视服务不仅增强了居民对产后康复的重视程度，而且督促了产后出现不良症状的产妇及时接受产后康复治疗，拉动产后康复服务渗透率提升；（2）增加医用产后康复设备：为满足居民持续增长的产后康复服务需求、提高产后康复服务规范化程度，各级医疗机构增加了盆底康复、乳腺保健等产后康复设备采购数量，医用产后康复设备数量快速增长，市场规模由 2014 年的 7.2 亿元上升至 2018 年的 22.2 亿元。

### 3.1.3 高投资回报率吸引产康机构增加产后康复设备投入

产后康复设备作为月子会所、体外塑形等产康机构的主要使用设备，渗透率逐年提高，非医疗类产后康复设备需求市场不断扩大。截至 2018 年，拥有产后康复设备的产康机构占比已超过 70%，产康机构增加产后康复设备购进数量的主要原因在于（见图 3-3）：（1）需求导向：与医疗机构不同，产康机构主要定位高端消费市场，种类丰富、功能完善、品牌口碑良好的产后康复设备成为吸引高消费人群的重要因素之一。为打造差异化竞争优势，产康机构通常会采购多台具有专业功能的产后康复设备，为消费者提供盆底修复、乳腺疏通、身材恢复等全方面服务；（2）高投资回报率：产康机构能够运用多类型产后康复设备提供定价更高的物理治疗服务。产康机构以套餐为主要销售模式，将物理治疗与人工理疗捆绑销售，提高套餐价格。产康机构运用产后康复设备进行单次诊疗的时长约 30-45 分钟，单次物理治疗的平均价格在 400-600 元区间，机构能够在数月时间内赚取设备投入成本。市场需求与高投资回报率吸引产康机构增加产后康复设备投入，推动产后康复设备销量增加。

**图 3-3 中国产康机构增加产后康复设备购进数量**




*来源：头豹研究院编辑整理*

## 3.2 制约因素

### 3.2.1 公立医院采取限价管理

公立医院对产后康复服务与设备进行限价管理，降低了行业参与者整体营收，对产后康复设备经销商与生产商利润产生不利影响。公立医院的限价管理主要包括产后康复治疗服务价格、医疗器械购进价格两方面（见图 3-4）：（1）服务价格受限：为满足中国民众基础医疗服务需求，中国各省市医疗、物价部门针对公立医院医疗服务制定了统一收费标准，医院单次产后康复治疗服务的收费价格在 100-200 元区间，远低于产康机构收费价格。治疗服务价格局限了公立医院妇产科的科室收入，限制了医院对产后康复设备的投入经费增长；（2）器械购进价格受限：各省市物价局对医疗器械销售价格采取限价管理，例如：2015 年 5 月，安徽省对医疗器械、医用耗材进行限价管理与集中招标采购，美敦力、乐普等 27 家企业对产品价格进行下调；2015 年 6 月，上海物价局、卫生和计划生育委员会、医疗保险办公室三部门联合发布《关于进一步规范本市公立医疗机构等医疗器械价格行为的通知》（以下简称“《通知》”），《通知》规定医疗器械定价不能超过 5%的加价率。

**图 3-4 限价管理降低行业参与企业的利润水平**




*来源：头豹研究院编辑整理*

# 4 中国产后康复设备行业政策分析

产后康复设备作为协助妇女进行产后康复治疗的主要器械，行业与大健康、医疗器械等

相关行业相互影响、协同发展。2016 至 2018 年间，支持母婴健康产业发展、鼓励医疗器械生产企业创新的相关政策陆续颁布，医疗器械相关监管法律法规日渐趋严，直接促进了产后康复设备产品向高品质升级，政策对行业整体影响呈现利好状态。

行业支持性政策从推进妇幼健康保障工程、支持医疗器械创新两方面切入 (见图 4-1)：

（1）推进妇幼健康保障工程：2016 年 10 月，中共中央与国务院联合发布《“健康中国 2030”规划纲要》，明确将提高妇幼健康水平划为重点任务，同时提倡优生优育计划，鼓励各省市机构为孕产妇提供生育相关的免费医疗保健服务；2017 年 7 月，（原）国家卫计委公布《关于加强母婴安全保障工作的通知》(以下简称“《通知》”)，《通知》通过严控筛查、高危专案管理、建立督查机制等方法保障孕妇健康。妇幼健康保障工程提高了生育医疗保健服务质量与优生优育知识普及度，将进一步提升产后康复设备的市场需求；

（2）支持医疗器械创新：2017 年 5 月，科技部、发展改革委等六部门联合发布《“十三五”健康产业科技创新专项规划》，将推动医疗器械创新突破作为重要建设任务，围绕医疗器械的技术突破、产品开发、产业培育制定了具体目标；2018 年 5 月，国家药监局发布了《创新医疗器械特别审批程序》，文件针对创新器械制定了特别审批程序，加快了创新类医疗器械的注册速度，促进了新技术的应用与推广。

**图 4-1 中国产后康复设备行业支持性政策**

| 分类 | 政策法规 | 颁布日期 | 颁布主体 | 主要内容及影响 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 推进妇幼健康保障工程 | 《关于加强母婴安全保障工作的通知》 | 2017-07 | （原）国家卫计委 | 通过严控筛查、高危专案管理、建立督查机制等方法保障孕妇健康。妇幼健康保障工程提高了生育医疗保健服务质量与优生优育知识普及度，将进一步提升产后康复设备的市场需求 |
| | 《“健康中国2030”规划纲要》 | 2016-10 | 中共中央<br>国务院 | 明确将提高妇幼健康水平划为重点任务，同时提倡优生优育计划，鼓励各省市机构为孕产妇提供生育相关的免费医疗保健服务 |
| 支持医疗器械创新 | 《创新医疗器械特别审批程序》 | 2018-05 | 国家药监局 | 文件针对创新器械制定了特别审批程序，加快了创新类医疗器械的注册速度，促进了新技术的应用与推广 |
| | 《“十三五”健康产业科技创新专项规划》 | 2017-05 | 科技部<br>发展改革委<br>工业和信息化部<br>国家体育总局<br>（原）国家卫计委<br>（原）国家食药监局 | 将推动医疗器械创新突破作为重要建设任务，围绕医疗器械的技术突破、产品开发、产业培育制定了具体目标 |

*来源：头豹研究院编辑整理*

行业监管政策覆盖了医疗器械的生产、监测、销售等多个环节（见图 4-2）：2017 年 5 月，国务院正式印发《医疗器械监督管理条例(2017 修正)》，围绕医疗器械的注册备案、生产、经营使用等制定了 80 条规定，严格管理医疗器械的使用风险；2017 年 12 月，（原）国家食药监局通过了《医疗器械网络销售监督管理办法》,《办法》加强了医疗器械网络销售第三方平台与销售企业的监管，完善了医疗器械网络交易服务的审核材料与流程，为医疗器械网络销售打造良好的交易环境；2018 年 11 月，国家药监局制定了《医疗器械临床试验检查要点及判定原则》，规定了医疗器械临床检查的检查要点与判定原则，通过打造体系化临床试验判定标准，严格把控医疗器械的安全性与有效性。

**图 4-2 中国产后康复设备行业监管类政策**

| 政策法规 | 颁布日期 | 颁布主体 | 主要内容及影响 |
| --- | --- | --- | --- |
| 《医疗器械临床试验检查要点及判定原则》 | 2018-11 | 国家药监局 | 规定了医疗器械临床检查的检查要点与判定原则，通过打造体系化临床试验判定标准，严格把控医疗器械的安全性与有效性 |
| 《关于支持实体书店发展的指导意见》 | 2017-12 | （原）国家食药监局 | 加强了医疗器械网络销售第三方平台与销售企业的监管，完善了医疗器械网络交易服务的审核材料与流程，为医疗器械网络销售打造良好的交易环境 |
| 《医疗器械监督管理条例(2017修正)》 | 2017-05 | 国务院 | 围绕医疗器械的注册备案、生产、经营使用等制定了80条规定，严格管理医疗器械的使用风险 |

*来源：头豹研究院编辑整理*

# 5 中国产后康复设备行业市场趋势

## 5.1 新型轻小便捷化产品，打开家庭需求市场

家庭设备凭借私密、便携、交互性强等产品优势，成为带动产后康复设备行业增长的主力产品：（1）私密性：产妇能够独立操作家庭类产后康复设备进行盆底肌肉训练、产后康复锻炼等，家庭治疗环境较医院、产康机构具有更好的私密性；（2）便捷性：家庭类产后康复设备小巧便携，突破了训练时间与使用地点的限制，满足了消费者快速康复与使用方便的需求；（3）交互性：家庭类产后康复设备能够与手机端软件协同应用，用户能够在手机端查看

肌力评估结果，清晰了解身体状态与治疗效果。

2015 年起，各大型医疗器械企业与中小科技企业陆续布局家庭类产后康复设备市场，推出多款家庭类产后康复设备产品（见图 5-1）：（1）德佳智联：2015 年德佳智联成立，同步推出麻麻康家庭产后康复品牌，陆续上线盆底子宫康复仪、智能催乳仪等十余种产品，填补了中国家庭产后康复领域的产品空白；（2）麦澜德：2016 年麦澜德针对家庭用户打造澜渟品牌，推出盆底生物刺激反馈仪、澜渟 APP、胸部按摩器等软件与设备，截至 2019 年 11 月，澜渟 APP 平均日活跃用户数量已突破 6,000；（3）大悦医疗：2016 年大悦医疗正式成立，并推出 7 款不同型号规格的盆底康复治疗仪，满足不同人群的治疗需求。未来，家庭类产后康复设备产品种类将不断丰富，市场规模将快速增长，预计 2021 年家庭类产品占产后康复设备行业总体规模比重将突破 10%。

**图 5-1 新型轻小便捷化产品，打开家庭需求市场**




*来源：企业官网，头豹研究院编辑整理*

## 5.2 经营模式向多样化发展，线上销售渠道占比持续提高

伴随着家庭消费市场不断扩大，产后康复设备品牌商开始拓展多样化新型营销方式与经营模式（见图 5-2）：（1）线上销售渠道：为突破销售地域限制、加快产品与品牌信息传播，产后康复设备品牌商开始拓展线上销售渠道，例如：麦澜德在天猫、京东等电商平台开设澜淳旗舰店、德佳智联开设麻麻康旗舰店；（2）线下门店合作：部分产后康复设备品牌商实行前向一体化战略，与下游产康机构合作经营线下门店。例如：麦澜德与佳贝得合作开设线下健康管理机构，通过线下门店整合机构用户与家庭用户，为机构用户提供门店运营案例，同时为家庭用户提供产品体验机会；（3）O2O 模式：产后康复设备品牌商通过构建线上医疗咨询平台、提供线上预约线下治疗服务加强医患联系，提高治疗效率。例如：麦澜德推出澜淳医生与澜淳两款 APP，产妇用户群体能够使用澜淳 APP 进行在线咨询、产康课程学习、诊疗预约，医生能够通过澜淳医生 APP 查看患者训练进度，及时调整修复方案；杉山推进网约家康平台建设，推出优家康 APP，为用户提供健康讲座、产康服务等线下活动信息。

**图 5-2 产后康复设备品牌商经营模式向多样化发展**




*来源：头豹研究院编辑整理*

# 6 中国产后康复设备行业竞争格局分析

## 6.1 中国产后康复设备行业竞争格局概述

中国产后康复设备行业市场集中度呈逐年提高趋势，麦澜德与伟思医疗两家头部企业市场份额占比总和超过 40%。在细分市场中，由于医疗专用类产后康复设备的研发需要投入大量资本，临床试验审核需要漫长周期，因此此类产后康复设备的市场进入门槛较非医疗类产后康复设备更高，仅少数医疗科技企业参与医疗专用类产后康复设备的市场竞争，代表企业如杉山医疗、伟思医疗等。非医疗产后康复设备市场进入门槛较低，市场中有众多中小型企业参与竞争，麦澜德、伟思医疗凭借研发技术优势与品牌优势仍占据市场头部位置；在家庭设备市场中，大悦医疗、医而维、麦澜德、德佳智联等企业占据了 60%以上的家庭设备市场份额。

根据企业规模与销售市场，中国产后康复设备行业中竞争主体可分为三类：

（1）第一类别：由头部产后康复设备品牌商组成，包括麦澜德与伟思医疗两家企业。第一类别企业年营收额超过 1 亿元，产品全面覆盖医疗类器械、非医疗类与家庭产后康复设备三个细分市场，销售模式均以经销为主，销售网络覆盖全国；

（2）第二类别：由大型、中型产后康复设备品牌商组成，代表企业包括杉山医疗、君德医疗、恒达科技等。第二类别企业以医院、产康机构为主要销售市场，年营收额在数百万元至数千万元不等；

（3）第三类别：由仅生产家庭产后康复设备的中小企业组成，包括医而维、大悦医疗、德佳智联等企业，多数企业年营收额低于 1,000 万元。

**图 6-1 中国产后康复设备行业竞争企业（部分）**

| 类别 | 企业 | 成立时间 | 产后康复设备<br>产品种类数量<br>（不包括电极片、治疗头） | 家庭产品价格<br>（元） | 其他服务 | 投融资情况 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 第一类别 | 伟思 | 2001年 | 医院、产康机构：6<br>家庭：1 | 家庭产品价格：<br>278 | 学术推广<br>核心经销商培训 | 新三板摘牌 |
| | 麦澜德 | 2013年 | 医院：5<br>产康机构：5<br>家庭：8 | 家庭产品价格：<br>268-3,280 | 产康机构经营方案<br>学术推广 | A轮 |
| 第二类别 | 杉山 | 1997年 | 医院、产康机构：9<br>家庭：4 | 家庭产品价格：<br>198-30,000 | 学术推广 | - |
| | 南京华贝电子 | 1998年 | 医院、产康机构：5 | - | 产康机构经营方案 | - |
| | 徐州恒达科技 | 1998年 | 产康机构：5 | - | 美容项目方案<br>美容项目推广 | - |
| | 迈瑞医疗 | 1999年 | 医院、产康机构：1 | - | - | IPO上市 |
| | 金莱特光电子 | 2005年 | 医院、产康机构：12 | - | 学术推广<br>临床技术支持 | - |
| | 施瑞医疗 | 2014年 | 医院、产康机构：4<br>家庭：1 | 家庭产品价格：<br>278 | 家庭训练课程 | - |
| | 君德医疗 | 2015年 | 医院、产康机构：3 | - | 产康机构经营方案 | - |
| | 通泽医疗 | 2016年 | 医院、产康机构：4<br>家庭：1 | - | 产康项目加盟 | A轮 |
| | 乐邦医疗 | 2017年 | 医院、产康机构：4 | - | - | - |
| | …… | - | - | - | - | - |
| 第三类别 | 德佳智联 | 2015年 | 家庭：4 | 家庭产品价格：<br>268-1,980 | - | 天使轮 |
| | 大悦医疗 | 2016年 | 家庭：2 | 家庭产品价格：<br>2,999 | - | - |
| | Tenscare医而维 | - | 家庭：2 | 家庭产品价格：<br>649-1,999 | - | - |
| | …… | - | - | - | - | - |

*来源：头豹研究院编辑整理*

## 6.2 中国产后康复设备行业投资企业推荐

### 6.2.1 南京麦澜德医疗科技有限公司

#### 6.2.1.1 企业概况

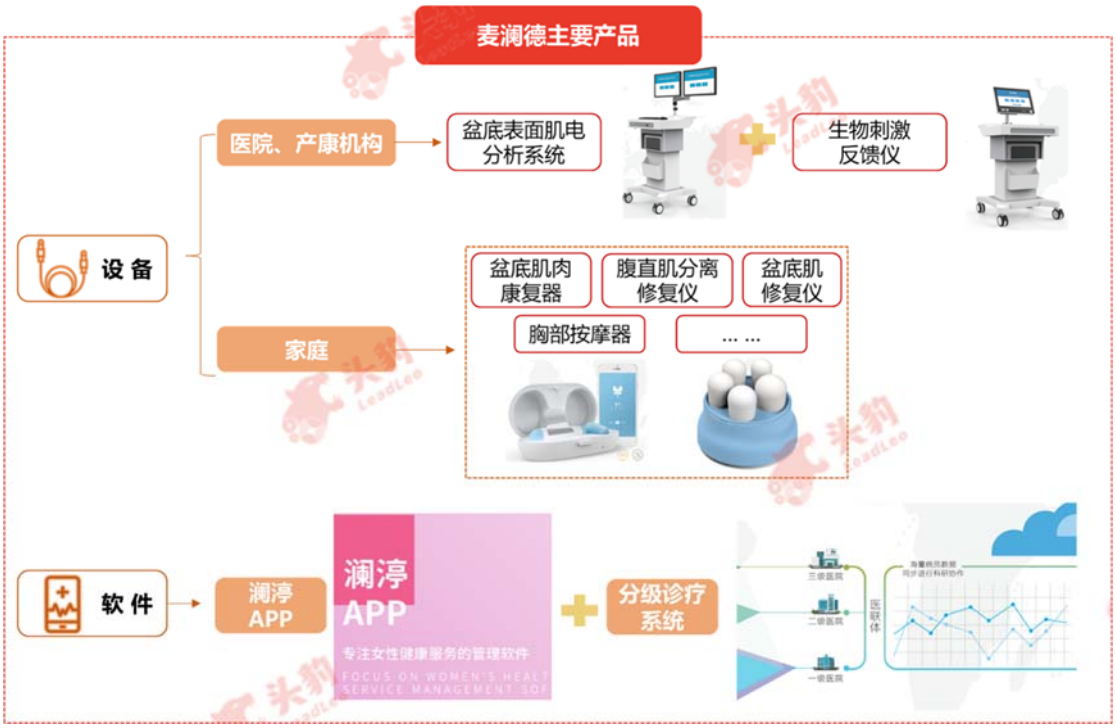
南京麦澜德医疗科技有限公司（以下简称“麦澜德”）成立于 2013 年，总部位于江苏省南京市，经营范围覆盖产后康复医疗器械与设备的研发、生产、销售。截至 2018 年，麦澜德销售网络覆盖中国江苏、上海、安徽、浙江等多个省市，在职员工数量达 220 人，已完成 A 轮融资。经过多年的积极投资与发展，麦澜德在产后康复设备行业中占据超过 20%的

市场份额，成为中国领先的产后康复设备制造企业。

#### 6.2.1.2 主要产品

麦澜德围绕骨盆修复研发出多类产后康复诊疗设备，并开发出配套软件协助用户进行系统化治疗（见图 6-2）：（1）设备：麦澜德针对机构用户研发出盆底表面肌电分析系统、生物刺激反馈仪等诊疗设备，针对家庭用户推出盆底肌修复仪、腹直肌分离修复仪、胸部按摩器等小型设备；（2）软件：麦澜德旗下软件系统包括分级诊疗系统与澜淳 APP。分级诊疗系统为各级各类医院建立起盆底诊疗大数据平台，在保护用户隐私的基础上实现了数据共享；澜淳 APP 为手机端应用软件，产妇能够结合家用盆底生物刺激反馈仪进行产后盆底训练与恢复。

**图 6-2 麦澜德主要产品**




*来源：企业官网，头豹研究院编辑整理*

#### 6.2.1.3 投资亮点

（1）产品研发能力

麦澜德在产品研发、设计领域投入大量资金与人力，不断丰富产品种类，提高企业研发创新能力：①研发投入：2018 年麦澜德研发支出占年营收比重约 10%，研发人员占员工总数比例约 20%；②专利技术：麦澜德技术体系完善，拥有 62 项专利、20 项软件著作权。此外，麦澜德积极开拓医疗云以及盆底疾病分级诊疗信息软件，成为推动医疗信息化的核心企业之一。截至 2018 年，麦澜德已获得创新创业企业、科学技术进步奖等多项奖项与称号。

（2）合作伙伴

麦澜德与妇产医院、医学专家合作举办学术会议、展开产后康复项目研究，推动产后康复技术创新与产后康复知识普及：①麦澜德与北京长峰医院、武汉大学中南医院、华中科技大学同济医学院、上海交通大学附属第一人民医院等知名医院保持稳定的长期合作关系，共同组织开展盆底研究研讨会。截至 2018 年，麦澜德每年举办超过 200 场盆底健康学术会议活动，形成了积极的社会影响；②麦澜德与北京同仁医院等妇产医院、四川大学附属华西二院，浙江省妇产医院等 8 家妇产医院成立“盆底健康医学联盟”，共同提供产后康复从业人员培训、患者教育等服务。

### 6.2.2 南京伟思医疗科技股份有限公司

#### 6.2.2.1 企业概况

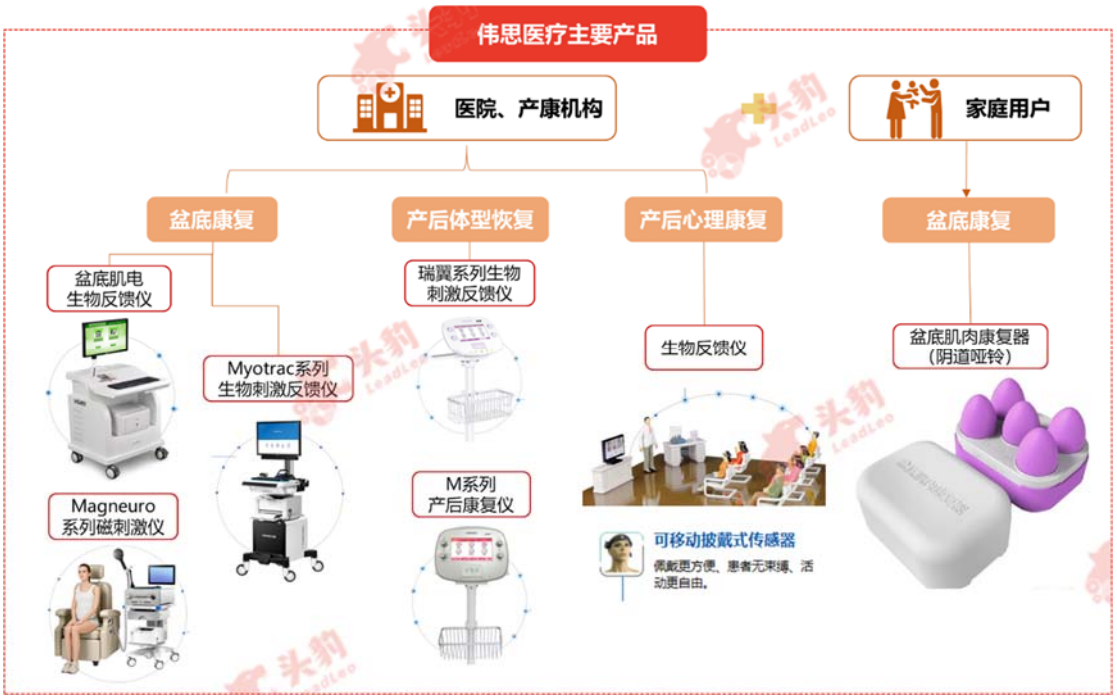
南京伟思医疗科技股份有限公司（以下简称“伟思医疗”）成立于 2001 年，运营管理中心位于江苏省南京市，是一家以康复医疗器械研发与应用为重点服务方向的高新技术企业。伟思医疗针对产后康复、精神康复、神经康复三大产品线开设了不同分销渠道、售后服

务通道。截至 2018 年，伟思医疗在职员工数量已超过 800 人，拥有 31 个会议室、7 个研发实验室与 6 个科技主题展厅。

#### 6.2.2.2 主要产品

伟思医疗的产品种类丰富，覆盖了机构用户市场与家庭用户市场（见图 6-3）：（1）机构用户市场：伟思医疗以医院、产康机构作为主要消费对象，围绕盆底康复、产后体型恢复、产后心理康复研发出多样化产品，满足了差异化的市场需求；（2）家庭用户市场：伟思医疗在家庭用户市场上的主要产品为阴道哑铃等医用耗材。

**图 6-3 伟思医疗主要产品**




*来源：企业官网，头豹研究院编辑整理*

#### 6.2.2.3 投资亮点

（1） 销售网络

伟思医疗有拥有专业的销售团队与完善的销售渠道网络：①销售团队：伟思医疗自有销

售团队员工总数超过 100 人，销售团队拥有专业销售技能与丰富的行业知识；②销售渠道网络：伟思医疗与超过 500 家渠道商形成了长期销售合作关系，包括 100 家区域总经销商、120 余家特约经销商、300 余家合作经销商，经销网络覆盖了江苏、浙江、北京、上海多个省市，合作医疗机构总数超过 1,000 家。

（2） 技术研发平台

伟思医疗在产品研发领域投入大量人力与物资，截至 2018 年，伟思医疗研发人员数量占员工总数比例达 30%。此外，伟思医疗建立了电生理、电刺激、磁刺激三大技术平台，一方面伟思医疗通过跨领域互补研究，提高了多项技术创新能力，另一方面，伟思医疗通过技术交叉应用，丰富了产品种类数量。

### 6.2.3 广州市杉山医疗器械实业有限公司

#### 6.2.3.1 企业概况

广州市杉山医疗器械实业有限公司（以下简称“杉山医疗”）成立于 1997 年，位于广东省广州市，是一家集产后康复器械研发、制造、销售与国际贸易一体的医疗科技企业。杉山医疗拥有完备的生产、检测平台，在中国设立了两个办公地点，并拥有 50 亩大型生产基地、万级检验中心与十万级净化车间。截至 2018 年，杉山医疗在职员工总数已接近 200 人，自主研发产品十余种，并开设了网约家康、术中监测、盆底功能障碍防治等创新项目。

#### 6.2.3.2 主要产品

杉山医疗围绕盆底康复推出机构使用产品与家庭使用产品（见图 6-4）：（1）杉山医疗针对机构用户推出妇产电生理康复系列产品，包括 Phenix USB 8、Phenix USB 4 与 Phenix USB 2；（2）在家庭用户市场上，杉山医疗自主研发 DJZ-A(低频神经肌肉治疗仪)，帮助患

者提高盆底神经的控制功能。此外，家庭类产品还包括盆底肌肉康复器等医用耗材产品。

**图 6-4 杉山医疗主要产品**




*来源：企业官网，头豹研究院编辑整理*

#### 6.2.3.3 投资亮点

（1） 国际合作

杉山医疗与欧亚迪斯等多个法国交流中心展开合作，并加入法中妇女健康协会。一方面，杉山医疗通过定期举办中法学术交流会议、建立中法合作实习基地增进两国医学研究交流，通过学习国际盆底康复先进技术提高企业科研技术创新能力；另一方面，杉山医疗引入法国 OSCAR 顺应疗法，并开办康复治疗技术培训班，通过国际课程与国际会议提高了自身的品牌知名度。

（2） 创新项目

杉山医疗通过开展“网约家康”、“术中监测”、“盆底功能障碍防治”三大创新项目探索差异化经营模式，提高系统研究能力：①网约家康项目旨在推动医疗服务信息化，杉山医疗建立网约家康微信平台与优家康 APP 平台，推动在线产后康复咨询服务的普及；②杉山医

疗的术中监测项目推动神经电生理监测方法向系统化发展，丰富了神经电生理监测的临床应用；③在盆底功能障碍防治项目中，杉山医疗引进了国际先进的盆底诊疗技术，优化中国女性盆底功能障碍诊疗技术标准与规范。