

2026年中国口腔医疗服务市场发展洞察报告： Z世代崛起，如何重新定义“微笑经济”？

2026 China Dental Healthcare Services Market Development Insights Report: The Rise of Generation Z—How Will It Redefine the “Smile Economy”?

2026年中国歯科医療サービス市場の発展に関するインサイトレポート：Z世代の台頭——『スマイル・エコノミー』をどのように再定義するのか？

报告标签：口腔健康、医疗服务、数字化转型
2026年3月

作者：何婉怡

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。

摘要

随着民众健康意识的显著提升和消费结构的不断升级，口腔医疗服务市场正经历着深刻的变革，逐步从传统的疾病治疗向“医疗+消费”的融合模式转变。这一转变不仅体现在服务内容的多样化上，更在于消费者对口腔健康和美容需求的日益增长，推动了行业的持续创新和服务质量的不断提升。

在市场规模方面，中国口腔医疗服务市场呈现出民营与公立机构双轮驱动的格局。民营机构凭借其灵活的经营机制、广泛的服务网络和多样化的服务供给，成为拉动行业增长的核心力量。近年来，民营口腔机构数量快速增长，市场规模持续扩大，增速显著高于公立机构。预计未来几年，随着民众口腔健康意识的进一步提高和消费需求的不断释放，民营机构将继续保持领先地位，推动行业整体向更高质量、更可持续的方向发展。

然而，中国口腔医疗服务市场在快速发展的同时，也面临着一些挑战。支付体系不完善是制约行业发展的主要因素之一。医保报销范围有限，商保发展滞后，导致患者自费比例高，消费需求释放受限。此外，口腔数字化程度低也是制约行业发展的瓶颈之一。目前，中国口腔数字化水平尚处初级阶段，器械制造效率、诊疗流程优化及患者体验提升等方面存在短板。未来，完善支付体系、加速数字化发展将是推动行业持续进步的关键。

本报告旨在通过分析口腔医疗服务行业概况、市场规模、竞争格局、产业链各环节发展情况等维度，以期对市场未来发展方向做出研判。

■ 口腔医疗服务市场呈双轮驱动格局，民营机构增速领先

中国口腔医疗服务市场由民营与公立机构共同驱动，其中民营机构凭借灵活的经营机制和广泛的服务网络，成为拉动行业增长的核心力量。近年来，民营口腔机构数量快速增长，市场规模持续扩大，增速显著高于公立机构。预计未来几年，民营机构将继续保持领先地位，推动行业整体高质量发展。

■ 消费者口腔健康意识提升，支付意愿增强

随着民众健康意识的提升，中国消费者对口腔疾病的认知度显著提高，定期进行口腔健康检查的比例大幅上升。同时，消费者对增值服务的付费意愿也显著增强，为口腔医疗市场拓展服务提供了良好契机。这表明，口腔医疗服务市场不仅具有庞大的消费基础，还蕴含着巨大的消费升级潜力。

■ 支付体系不完善与数字化程度低制约行业发展

尽管中国口腔医疗服务市场前景广阔，但支付体系不完善和数字化程度低仍是制约行业发展的两大瓶颈。医保报销范围有限，商保发展滞后，导致患者自费比例高，消费需求释放受限。同时，口腔数字化水平尚处初级阶段，器械制造效率、诊疗流程优化及患者体验提升等方面存在短板。未来，完善支付体系、加速数字化发展将是推动行业持续进步的关键。

■ 口腔医疗服务市场竞争格局多元化，细分领域创新与服务差异化成关键

中国口腔医疗市场竞争格局多元，企业各展所长，有的凭技术占据高端市场，有的靠连锁提升集中度。未来，消费者需求将更趋多样，企业需注重细分领域创新，提供个性化服务，以脱颖而出。

第一章【行业概览】口腔医疗服务项目

口腔医疗院内科室功能及诊疗项目丰富多样，涵盖牙体牙髓、儿牙、口腔外科等多个科室，能满足各类口腔疾病及美容需求，反映行业专业性与全面性

口腔医疗院内常见科室功能及诊疗项目



■ 口腔医疗诊疗项目丰富，覆盖各类口腔疾病

口腔医疗服务层次丰富，科室众多，口腔医疗机构内常见的科室包括牙体牙髓科、牙周科、口腔外科、修复科、种植牙科、正畸科、儿牙科等，主要提供包括根管治疗、拔牙、龋齿填充、窝沟封闭等口腔疾病诊疗项目，及修复、种植牙、正畸等口腔医疗美容诊疗项目。

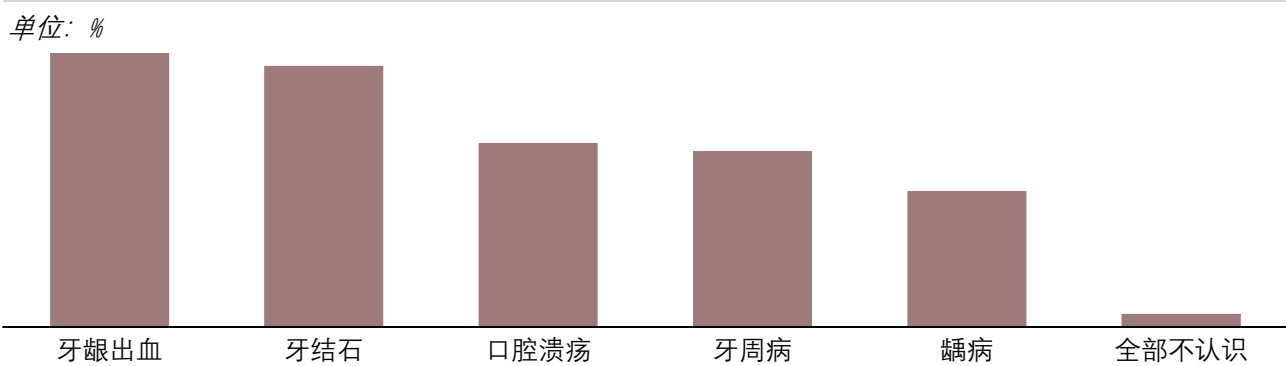
其中，窝沟封闭、洗牙、填充、基础拔牙等项目渗透率高且客单价低，口腔医疗机构一般通过该类项目吸引患者。根管治疗、修复等项目客单价相对较高，种植牙和正畸属于口腔科的高值项目，近年来渗透率不断提高，市场呈现高速增长的态势。

来源：CNKI，中华医学会，头豹研究院

第一章【行业概览】消费者认知与意愿

2025年中国消费者口腔疾病认知存在差异，多数有定期检查意识且对增值服务付费意愿较高，这既反映出大众对口腔健康的重视，也为口腔医疗市场拓展服务提供了良好契机

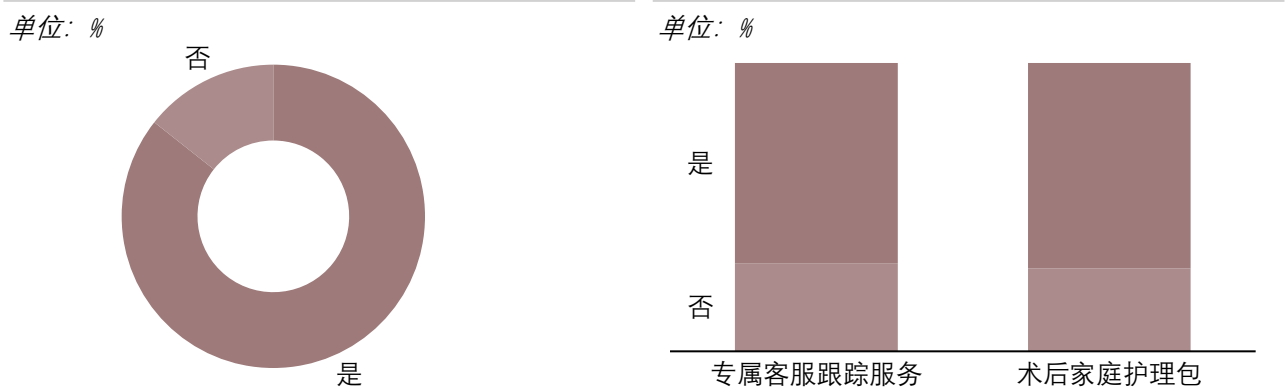
中国消费者对口腔疾病认知的情况，2025



中国消费者对口腔疾病认知存在差异，多数人至少了解一种，但需加强对龋病等认知度低疾病的宣传

从2025年中国消费者对口腔疾病认知情况的数据来看，整体表现出了较为分明的认知差异。其中，**牙龈出血**和**牙结石**的认知度较高，分别达到了63.1%和60.1%。这与这两种疾病在日常生活中的高发性以及症状较为明显有关，容易引起消费者的关注和重视。**口腔溃疡**和**牙周病**的认知度分别为42.4%和40.5%，说明也有相当一部分消费者对其有所了解。然而，**龋病**的认知度相对较低，仅为31.3%。另外，全都不认识的比例仅为3%，表明绝大多数消费者至少了解一种口腔疾病，这为口腔健康教育的普及奠定了一定基础，但仍需针对认知度较低的疾病加强宣传。

中国消费者定期进行口腔健康检查的情况，2025 中国消费者对口腔增值服务的付费意愿，2025



中国消费者口腔保健意识强且对增值服务付费意愿高，为口腔医疗市场带来发展机遇

从2025年的数据可见，中国消费者在口腔健康方面表现出较强的自我保健意识，85.6%的人定期进行口腔健康检查，反映出对预防性护理的重视。同时，消费者对增值服务的付费意愿较高，特别是术后家庭护理包的付费率达71.3%，专属客服跟踪服务也达69.5%。这显示出消费者不仅关注基础治疗，还愿意为提升康复体验的附加服务付费，为口腔医疗市场拓展增值服务提供了良好契机。

来源：头豹研究院

第二章【市场规模】市场规模

中国口腔医疗服务市场呈民营与公立双轮驱动格局，在需求和技术推动下将高质量增长，差异化竞争助力牙周炎治疗等行业长期发展，前景良好

中国口腔医疗服务市场的市场规模，2020-2029E

单位：十亿元



- 报告完整版/高清图表或更多报告：请登录 www.leadleo.com
- 如需进行品牌植入、数据商用、报告调研等商务需求，欢迎与我们联系：service@leadleo.com

■ 中国口腔医疗服务市场呈民营与公立双轮驱动格局，在需求、技术等多因素推动下未来将高质量增长，二者差异化竞争共同支撑牙周炎治疗行业长期发展

中国口腔医疗服务市场整体呈现民营与公立双轮驱动、民营增速持续领先的发展格局，为牙周炎治疗等核心细分赛道提供了坚实的产业服务基础。2020-2024年，中国口腔医疗服务市场规模持续扩大，由1,285亿元增加至1,472亿元，年复合增速为5.3%，其中民营口腔机构凭借灵活的经营机制和优质的服务供给，成为拉动行业增长的核心动力。未来随着人口老龄化加剧及居民口腔健康意识的提升，口腔医疗机构数量将持续增加，行业竞争将进一步加剧。

构在种植牙、牙周再生手术等领域的渗透率持续提升，也成为推动行业规模整体向上突破的关键因素。

在结构层面，民营与公立机构的差异化竞争格局持续深化，共同支撑牙周炎治疗行业的长期发展。民营口腔机构以其市场化运营效率，在牙周炎基础治疗、常规修复等领域占据较高市场份额，成为满足大众口腔健康需求的主力；公立口腔医疗机构则凭借学科建设优势与医疗资源保障能力，聚焦重度牙周炎、联合种植修复等高难度、高附加值治疗场景，形成技术壁垒与品牌溢价。未来随着商业保险对牙周治疗费用的承接能力增强，以及基层口腔医疗服务体系完善，行业增长的确定性与持续性将进一步提升。

来源：头豹研究院

■ 第三章【产业链分析】产业链图谱

口腔医疗服务市场产业链由上游耗材设备供应商、中游服务提供商及下游患者与支付方构成，各环节紧密相连，共同推动行业在产品创新、服务优化中持续发展

口腔医疗服务市场产业链图谱



来源：国家卫健委，头豹研究院

第三章【产业链分析】上游分析（1/2）

上游口腔医疗器械行业产品多元、竞争格局复杂且盈利能力存差，同时国产替代在各细分领域进展不均，整体呈现出机遇与挑战并存的态势，发展需突破多重瓶颈

上游口腔医疗器械行业全景图

产品分类	设备		材料			
	大型设备	小型设备	义齿材料	修复材料	正畸材料	其他材料
代表产品	影像 X光片、全景机、CT机	手机 电动手机、涡轮手机、电动牙钻机等	活动义齿 全口义齿、可摘局部义齿	填充 固体根充材料、根充糊剂、牙周塞治剂等	托槽类 金属托槽、陶瓷托槽、单品托槽、不锈钢丝等	磨具 配套手机、钻头、磨头
	牙椅 综合治疗台、液压牙科椅、电动牙科椅等	补牙设备 牙髓活力测试仪、牙根管长度测试仪等	固定义齿 贵金属牙冠、烤瓷牙冠、不锈钢牙冠、树脂牙冠	美白 牙贴面、美白剂、褪色剂、喷砂粉	隐形类 隐形矫正器、舌侧隐形矫正器	药剂 麻醉、消毒剂、酸蚀剂等
	辅助设备 灭菌器、搅拌机、负压气泵等	美白 超声洁牙机、冷光美白仪等	种植牙 基台、种植体			
竞争程度	竞争分层，高端以进口品牌为主，本土产品集中在中低端	市场参与者多，竞争较分散	现有市场参与者有明显先行优势	竞争呈现寡头化	现有市场参与者有明显先行优势	市场参与者众多，竞争分散
盈利能力	口腔影像设备盈利能力较强	一般	强	强	强	一般
国产替代	部分产品初步国产替代，高端产品进口依赖度高	国产替代程度较高	国产替代程度低，进口品牌占主导	国产替代程度低，进口品牌占主导	国产替代加速，本土品牌逐渐崛起	国产替代程度高

■ 上游口腔医疗器械行业产品分类多样，涵盖设备与材料两大领域，各细分品类代表产品丰富

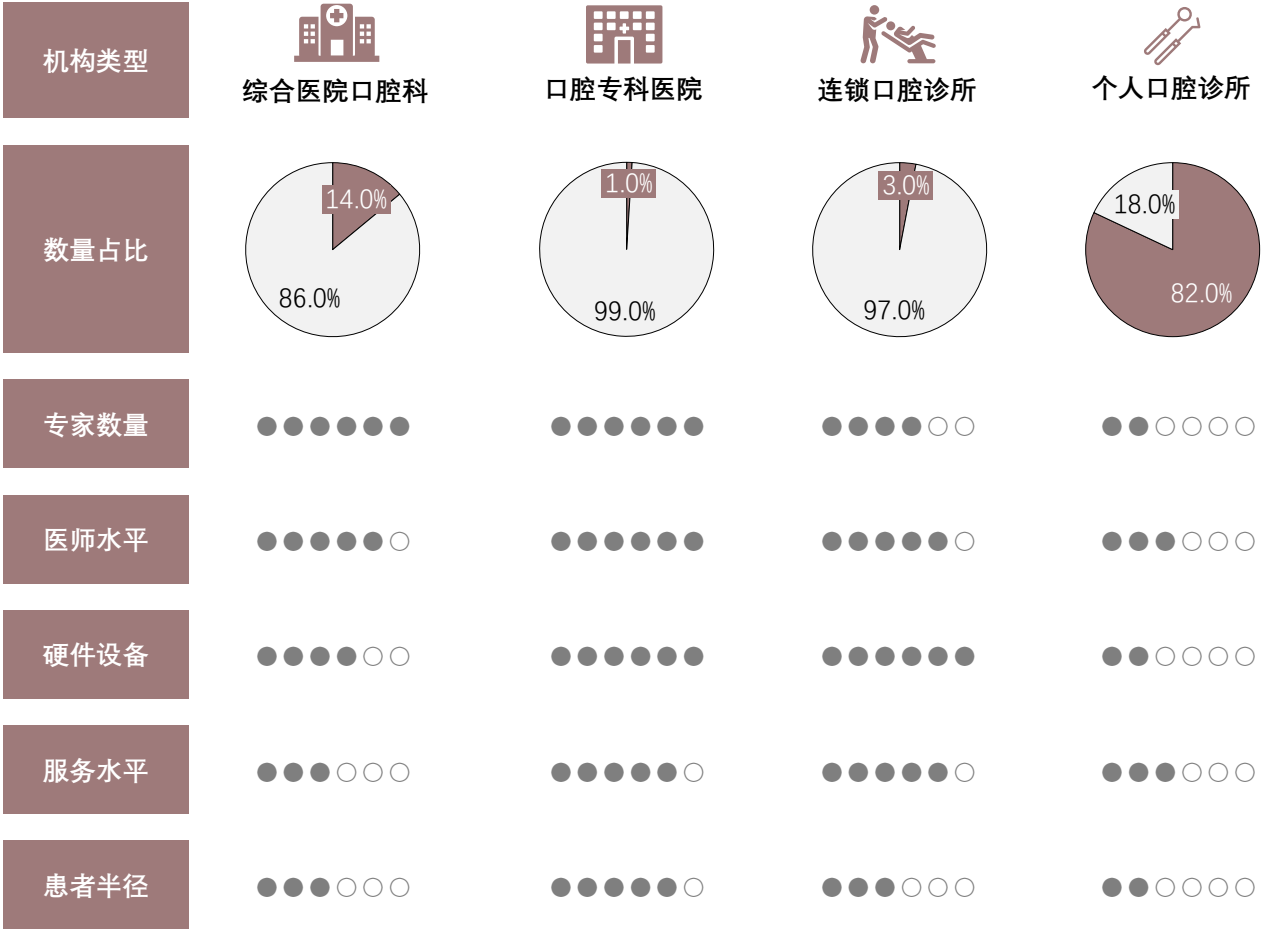
上游口腔医疗器械行业产品分类多样，竞争程度因产品而异，部分市场参与者集中，部分分散。盈利能力有差，且国产替代情况在不同产品领域进展不一，整体行业格局较为复杂。

来源：KPMG、头豹研究院

第三章【产业链分析】中游分析（1/3）

中国口腔医疗服务中游，个人诊所多但资源有限，专科医院少却实力强劲，各机构特性鲜明、格局分散，亟需明确定位、整合资源、协同共进，推动行业整体迈向新高度

中游口腔医疗服务产业全景图



中国口腔医疗服务中游机构格局分散、各具特点，需协同发展以促行业提升

在口腔医疗服务行业的中游领域，各类机构格局分明且特点各异。从数量占比来看，个人口腔诊所高达82%，占据绝对主导地位，其分布广泛，能灵活满足周边居民基础口腔医疗需求，但受限于规模等因素，在专家资源、硬件设备等方面往往存在不足。综合医院口腔科数量占比14%，依托医院综合实力，在多学科协作诊疗复杂病例上有一定优势，不过可能因不是核心科室而资源投入有限。连锁口腔诊所占3%，凭借标准化管理、统一品牌和资源整合优势，在服务质量与市场拓展上表现突出，逐渐成为行业重要力量。口腔专科医院仅占1%，虽数量稀少，但作为行业技术高地，集中了大量顶尖专家和先进设备，专业实力强劲。

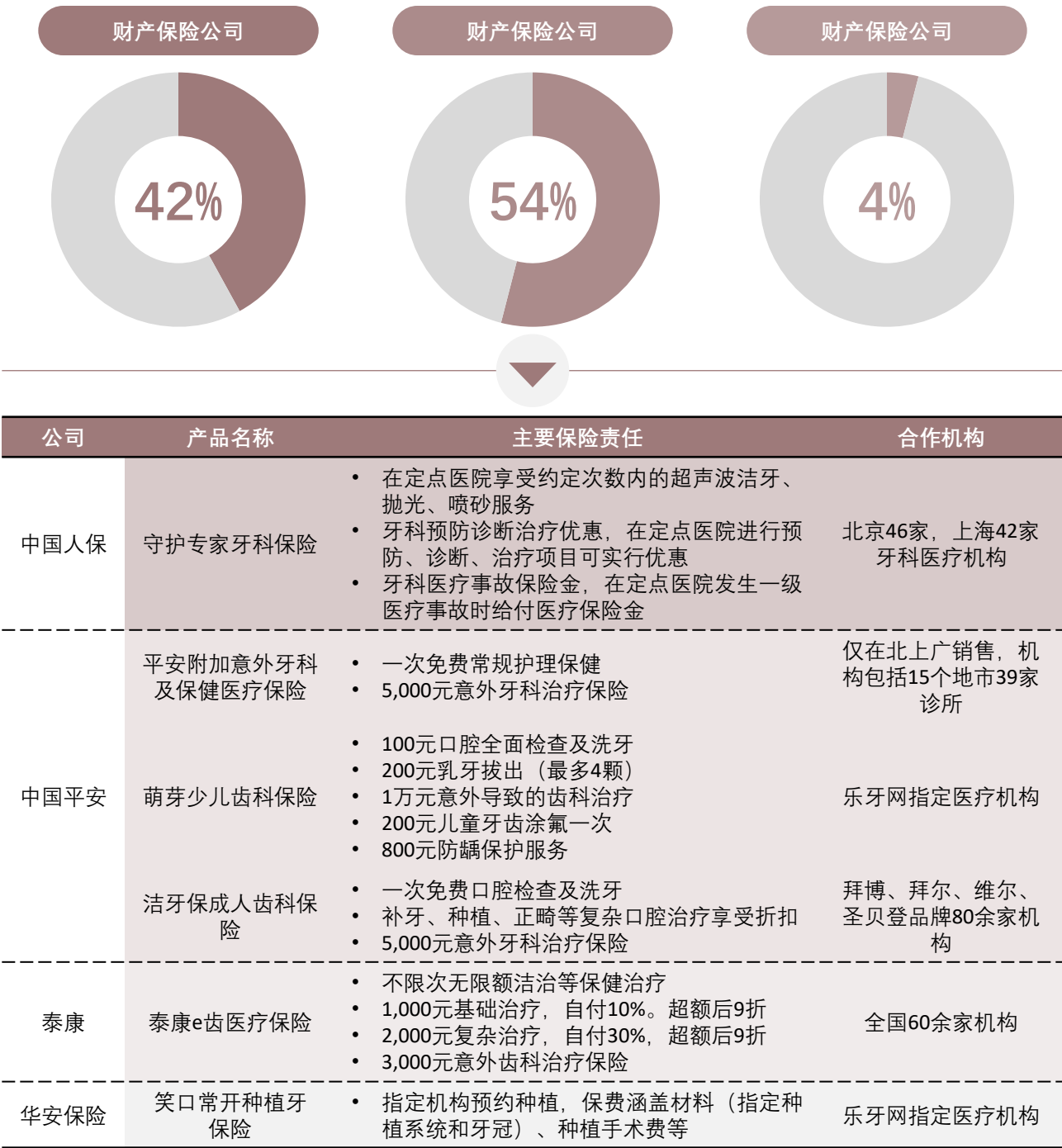
总体而言，中国口腔医疗服务主体呈现小而众、竞争格局分散的特点，且综合实力强的口腔专科医院稀缺。未来，各类型机构需找准定位，发挥自身优势，同时加强资源整合与协同发展，以推动行业整体水平提升。

来源：KPMG、头豹研究院

第三章【产业链分析】下游分析（1/2）

中国目前缺乏专门的齿科保险险企，虽有部分保险公司推出含“牙科”的保险产品，但种类有限，且在保障范围、合作机构等方面存在差异，齿科保险市场尚待发展

下游口腔医疗支付产业全景图



来源：头豹研究院

第四章【竞争格局】竞争格局

中国口腔医疗服务市场呈多元化竞争格局，各企业依托技术创新、区域布局、市场集中运营及特色服务等优势展开竞争，共同推动市场繁荣与进步

中国口腔医疗服务市场竞争格局，2026

	技术优势	区域竞争优势	市场集中度优势	运营管理优势	服务类型优势
瑞尔集团					
泰康拜博口腔					
美维口腔					
马泮齿科					
赛德阳光口腔					
欢乐口腔					
德伦口腔					
极橙儿童齿科					
美冠塔					
齐美矫正					

*颜色深度表示企业在该领域的领先程度

评价维度



技术创新

领先技术应用与突破（结合专利情况，核心技术团队，研发能力，技术突破度，行业地位等指标）



区域竞争

考察门店覆盖城市数量，及不同发展程度的地区覆盖度



市场集中度

模式创新和对传统模式颠覆度；痛点解决与效率提升度；具备未来发展潜能与广阔发展前景



运营管理

支付优势：对接社保、商业保险情况；经营成果：营业收入、过去三年收入年复合增长率



服务类型

覆盖的科室丰富度，能否涵盖各种不同的服务需求

中国口腔服务市场呈多元化竞争格局，各企业凭技术创新、布局优势、特色技术或细分专注等各展所长，共促市场繁荣

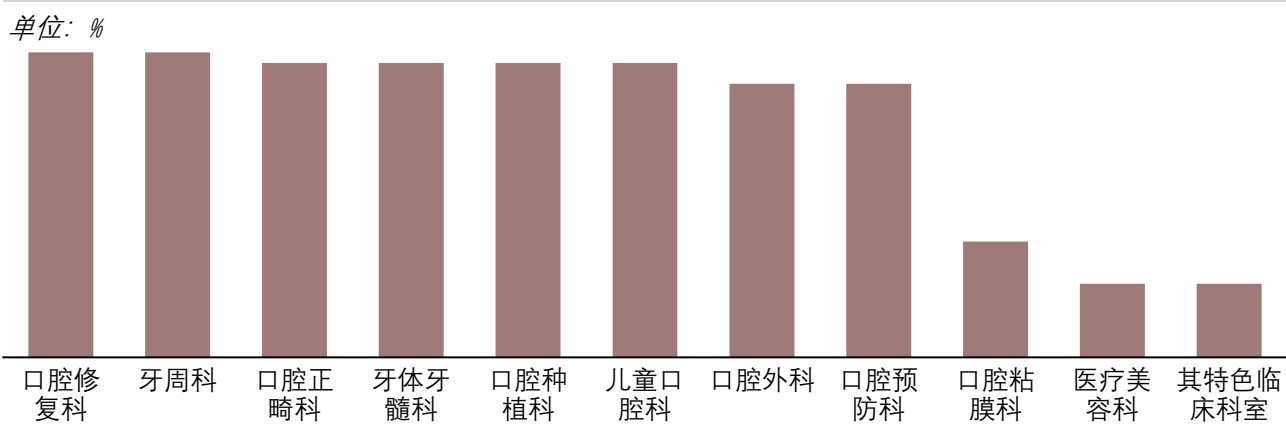
中国口腔服务市场竞争格局呈现出多元化且各具特色的态势。瑞尔集团等在技术创新上引领行业，凭借高端技术优势在高端市场占据重要地位，同时全国布局也赋予其较强区域竞争力。泰康拜博口腔和美维口腔依靠全国广泛布局 and 大规模连锁经营，市场集中度较高，通过多品牌战略满足不同层次需求。马泮齿科和赛德阳光口腔医疗集团以特色技术为突破口，在高端正畸等细分领域形成竞争优势。欢乐口腔医疗集团和德伦口腔集团区域适应性强，凭借多品牌和连锁模式在特定区域有较大影响力。而极橙儿童齿科、美冠塔和齐美矫正则专注细分市场，以特色服务和专业技术在儿童、中老年和正畸领域崭露头角，共同推动中国口腔服务市场繁荣发展。

来源：头豹研究院

第四章【竞争格局】 科室覆盖情况

口腔医疗服务机构在业态上以门诊部为主导，专科医院为补充；科室设置完备，既广泛覆盖基础业务，又兼顾专业与美容等多元需求，为患者提供全面且专业的口腔医疗服务

前述口腔医疗服务机构科室设置情况



■ 口腔医疗服务机构在业态上以门诊部为主、专科医院为辅，科室设置完善，实现了基础覆盖与专业多元发展，能全面满足患者需求

从相关数据呈现的情况来看，口腔医疗服务机构在业态布局与科室设置方面有着鲜明的特点。

在业态布局上，口腔门诊部占据主导地位，占比高达73.0%，而口腔专科医院和其它的占比均为13.4%。这一数据表明，口腔门诊部是目前口腔医疗服务机构的主要存在形式。口腔门诊部以其分布广泛、便捷性高的特点，能够更灵活地满足不同区域患者的就近就医需求，尤其在一些人口密集社区或商业区域，口腔门诊部成为了居民解决常见口腔问题的首要选择。相比之下，口腔专科医院虽然数量占比不高，但往往在疑难病症诊疗、科研教学等方面发挥着重要作用，是口腔医疗领域的技术引领者和专业支撑。

在科室设置方面，各科室的设置完善程度较高，能够满足多样化的口腔医疗服务需求。口腔修复科、牙周科等多个科室的设置比例都处于较高水平，如口腔修复科和牙周科设置比例均达96.67%。这反映出口腔医疗服务机构在基础业务上的全面覆盖，无论是牙齿的修复、牙周疾病的治疗，还是儿童口腔护理、口腔种植等，都有相应的专业科室提供服务。同时，像口腔预防科设置比例也较高，体现了口腔医疗行业对预防保健的重视，从传统的治疗为主向预防与治疗并重的模式转变。而医疗美容科等科室的设置，则满足了部分患者对于口腔美容的需求，进一步拓展了口腔医疗服务的边界。

总体而言，口腔医疗服务机构在业态和科室上的布局，既保证了基础医疗服务的广泛覆盖，又兼顾了专业化和多元化发展，为不同需求的患者提供了较为全面的口腔医疗解决方案。

来源：头豹研究院

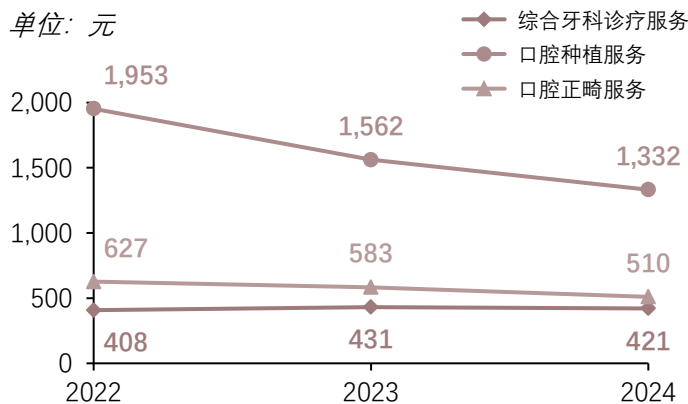
第五章【机遇与挑战】挑战：支付体系待完善

中国口腔医疗市场因医保报销范围窄、商保发展滞后，支付体系存在显著短板，患者自费比例高达80%，严重制约消费需求释放与行业规模化、可持续发展

一线城市热门医疗服务价格对比（眼科VS口腔）



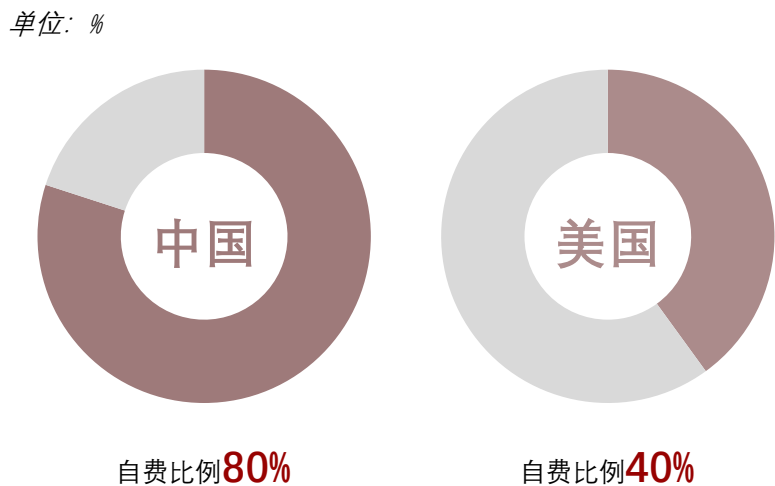
大众口腔不同服务平均客单价情况，2022-2024



■ 在中国口腔医疗市场中，高昂的服务价格成为生态链中难以平衡的环节

大部分口腔项目未纳入医保，尽管部分险企尝试涉足齿科保险，但覆盖率仍低。与消费型医疗赛道的眼科相比，口腔项目单价更高，如种植牙每颗价格在0.3-2万元，隐形正畸2.0-8.0万元。且从增长趋势看，综合牙科诊疗、种植、正畸等服务客单价呈上升态势，这无疑加重了患者的经济负担，也制约了口腔医疗市场的进一步发展。

中美口腔医疗项目花费来源对比（自费比例）



■ 从医保与商保覆盖视角剖析，中国口腔医疗支付体系存在显著短板

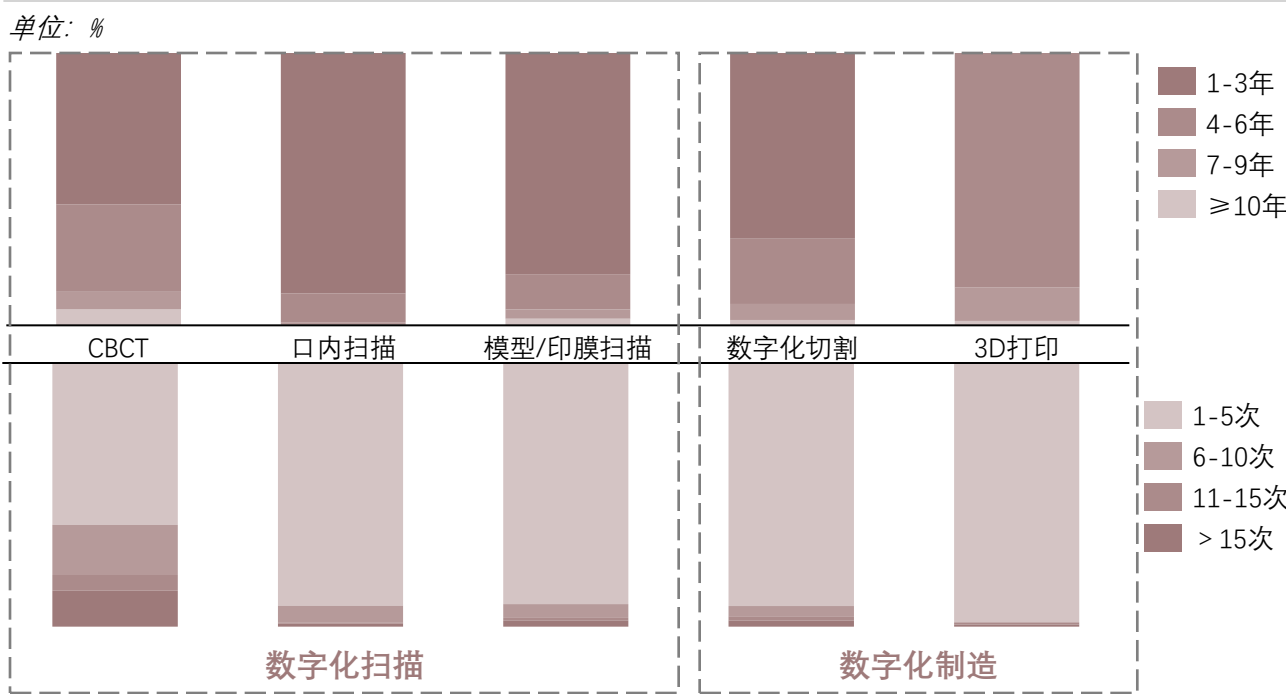
医保方面，报销范围狭窄，仅涵盖基础治疗的部分费用，高附加值项目如种植、正畸等被排除在外，导致患者自费压力大。商保则处于萌芽阶段，产品形态单一，市场渗透率低位徘徊。反观美国，商保高度发达，有效分担了医疗费用。中国口腔医疗自费比例近80%，支付结构严重失衡，制约了消费需求的释放与行业的规模化发展，完善多层次保障体系迫在眉睫。

来源：头豹研究院

第五章【机遇与挑战】挑战：数字化程度低

中国口腔数字化水平尚处初级，在器械制造效率、医疗机构诊疗流程优化及患者体验提升等方面存短板，亟需加速技术研发与应用推广，以突破行业发展瓶颈，实现可持续进步

中国某省份5种数字化技术的应用详情（使用时间/年 VS 使用次数/次·周）



■ 中国口腔数字化水平处于初级阶段，在器械制造、医疗机构及患者体验等多方面面临挑战，需加速发展以突破行业瓶颈、实现可持续进步

数字化产品在口腔领域的应用正迅速拓展，已成为口腔医疗器械市场的重要组成部分。这类产品采用共用的数字工作流程：通过口内扫描进行精准数据采集，借助CAD/CAM软件进行设计与定制，再利用3D打印实现高效制造，从而革新多个关键口腔治疗环节。口腔数字化作为口腔医疗行业发展的重要驱动力，对提升产能、效率及优化诊疗流程等方面意义重大，然而中国口腔数字化水平尚处于初级阶段。

在上游器械制造环节，数字化程度低导致生产效率受限。如以烤瓷牙为例，传统工艺工序繁多，依赖大量技工，而数字化可实现全流程数字化设计，提升生产效率与精准度，但中国在此方面进展缓慢。中游医疗机构中，数字化不足使得诊疗流程难以优化。以数字化修复为例，传统修复依赖医生经验与手工操作，效率低且易出错，数字化技术能缩短诊疗时间、提高服务质量，但普及程度不高。下游患者也深受影响，因口腔数字化医疗设备资源未充分共享，患者挂号、诊疗等环节耗时费力，还可能因医生诊断依据有限影响诊疗效果。

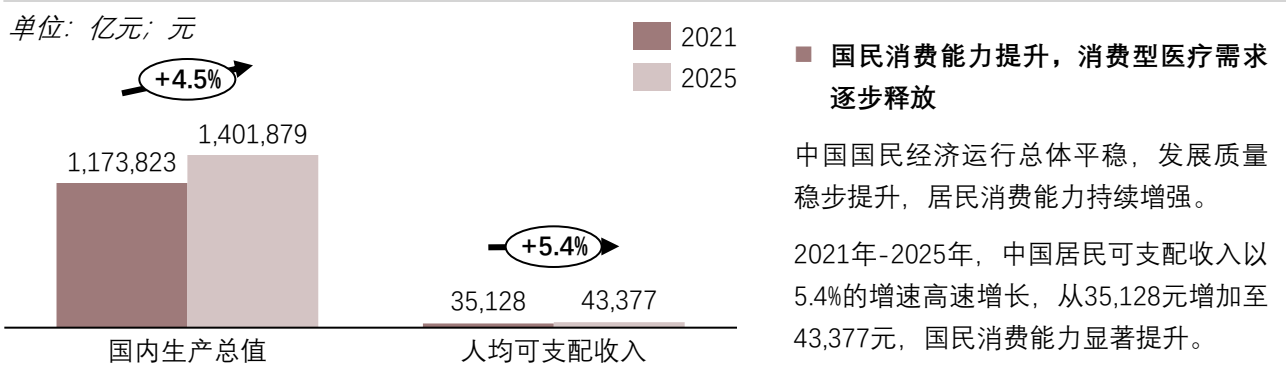
目前中国口腔数字化技术使用率低，CBCT等优秀技术企业少，数字化设计环节薄弱，产品质量与认可度待提升。且大部分设备依赖进口，国产化进程缓慢。中国口腔医疗行业需加快数字化发展步伐，加大研发投入，推动技术创新与国产化替代，提升行业整体数字化水平，以突破发展瓶颈，实现可持续发展。

来源：头豹研究院

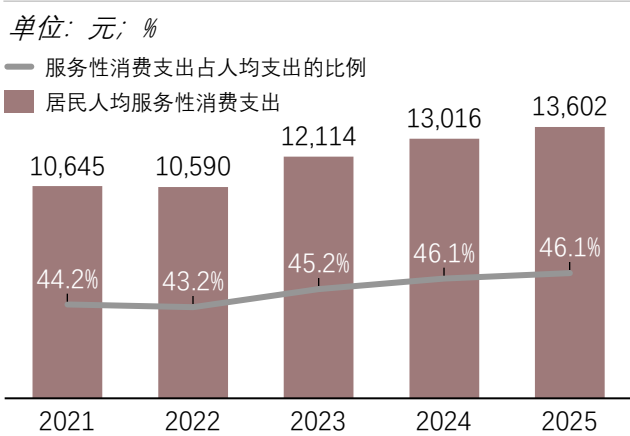
第五章【机遇与挑战】机遇：消费升级

中国国民经济发展、居民消费与医疗保健支出增长、服务性消费占比提升及人口结构变化，为口腔医疗服务市场带来新机遇，企业应把握趋势提升服务与技术

中国国内生产总值及人均可支配收入变化趋势，2021&2025



中国人均消费支出结构，2021-2025



中国居民服务性与医疗保健消费支出增长、人口结构变化及消费升级，为口腔医疗服务市场带来广阔前景，企业需提升服务与技术以满足需求

中国居民在服务性消费及医疗保健消费上的支出呈现增长态势，这为口腔医疗服务市场带来了显著机遇。

服务性消费支出占比的稳步提升，反映出居民消费结构正从物质向服务升级。口腔医疗作为服务性消费的重要领域，将受益于这一趋势，市场需求有望持续释放。医疗保健支出占比的增加，表明居民健康意识不断增强。口腔健康作为整体健康的重要组成部分，其关注度也将随之提升。居民更愿意为口腔健康投资，如牙齿矫正、种植、美白等服务的需求将日益增长。

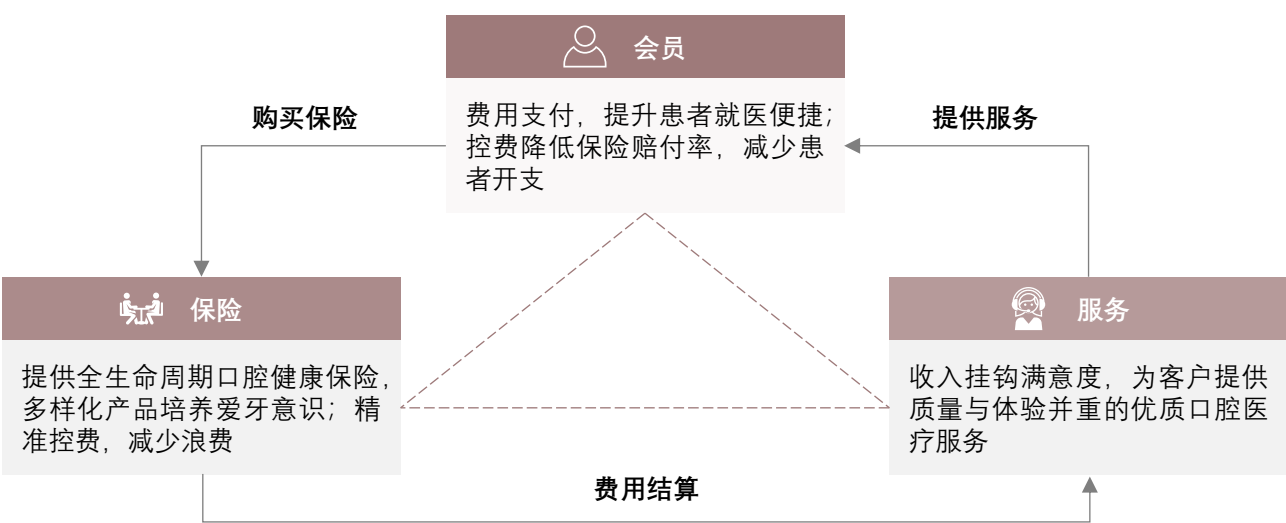
此外，随着人口老龄化加剧和消费升级，口腔医疗市场的潜力将进一步挖掘。老年人口的增加将带动种植牙等修复类服务的需求，而年轻一代对美观和健康的追求则将推动正畸、美白等项目的市场发展。因此，中国口腔医疗服务市场前景广阔，企业应抓住机遇，提升服务质量和技术水平，满足居民日益增长的口腔健康需求。

来源：国家统计局，头豹研究院

第六章【发展前景】“保险+医疗”模式

中国口腔医疗服务市场正尝试“保险+医疗”模式，虽能解决部分获客与付费问题，但受齿科商业保险普及度低、产品单一限制，需完善体系以推动其发展

中国“保险+医疗”模式发展情况



■ 中国居民服务性与医疗保健消费支出增长、人口结构变化及消费升级，为口腔医疗服务市场带来广阔前景，企业需提升服务与技术以满足需求

中国口腔医疗服务市场正积极探索多元化发展模式，以适应不断变化的市场需求与行业环境，“保险+医疗”模式是其中一项重要创新与尝试。

从行业背景来看，随着居民健康意识的提升和消费结构的升级，口腔医疗市场需求持续释放，但同时也面临着获客成本高、客户粘性低等问题，“保险+医疗”模式应运而生。以泰康收购拜博口腔为例，这一模式通过将保险产品与口腔医疗服务深度捆绑，实现了多方共赢。保险方通过提供儿童齿科险、预防保健险等多样化产品，培养用户爱牙意识，精准控费并减少浪费；对于医疗服务提供方而言，不仅可以通通过费用支付提升患者就医便捷性，还能借助控费降低保险赔付率，减少患者开支，同时以优质服务提升患者满意度与体验，增强客户粘性。

该模式具有显著优势。联结医疗保险有助于口腔连锁诊所在销售方面形成大规模效应和联动效应，为新增门店带来稳定客流，解决获客难题，也保证了医疗付费的稳定性。然而，目前国内齿科商业保险普及度低于国外，产品种类单一，尚未形成全民补充商业保险的习惯，这在一定程度上限制了该模式的推广。

未来，中国口腔医疗服务市场需进一步完善齿科商业保险体系，丰富保险产品种类，加强市场教育与推广，提高居民对齿科商业保险的认知度和接受度，以推动“保险+医疗”模式的广泛应用，促进口腔医疗服务市场的健康发展。

来源：头豹研究院

第六章【发展前景】DSO模式

中国口腔医疗服务市场探索DSO模式虽带来连锁化发展新契机，但因处于起步阶段，在标准化、品牌、管理等多方面存不足，需强化建设以推动模式发展

中国DSO模式发展情况

DSO类型	代表企业	服务类型	主要服务内容	机构/会员数
服务制DSO	欢乐口腔	教育服务方式为主	提供管理解决方案，包括新店筹备、人员培训、集团采购、门店运营、市场营销、人力资源、财务分析等多元化服务	~450家 会员单位
运营制DSO	马泷齿科	品牌授权、联合运营	品牌授权合作诊所可享受品牌、集采、客户渠道、市场运营辅导、医疗培训；联合运营合作，再在以上各方面进一步深入，尤其是以数据为基础的深度运营指导	7+43家 联合运营&品牌授权
股权制DSO	美维口腔	购买地方牙科诊所，输出管理构建平台	提供技术提升、标准化、人才输出、运营增强、信息化帮助	~200家 门诊+医院

■ 中国口腔医疗服务市场探索DSO模式虽具潜力，但因处于初期存在诸多问题，未来需从标准化、品牌、合作等方面发力以促发展

中国口腔医疗服务市场正积极探索DSO（Dental Service Support Organizations，牙科服务支持组织）模式，以推动行业的连锁化与规模化发展，这一模式为市场带来了新的活力与变革方向。

目前，中国DSO市场尚处于发展初期，相较于美国40多年的发展历程，布局企业相对较少，服务模式也还在不断完善之中，服务质量有待市场检验，市场渗透率仍处于较低水平。从DSO类型来看，服务制DSO以教育服务方式为主，为口腔机构提供涵盖新店筹备到财务分析等全方位的管理解决方案；运营制DSO通过品牌授权与联合运营，助力合作诊所在品牌、集采等多方面受益；股权制DSO则以输出管理构建平台，为地方牙科诊所提供技术等支持。

DSO模式具有显著优势，它能够帮助口腔机构缓解资金压力，引入品牌和技术，提升运营水平。然而，其发展也面临诸多挑战。中国现行DSO模式缺乏统一品牌，各机构介入深度差异大，管理半径有限且联盟松散，导致模式效果未能充分显现。未来，中国口腔医疗服务市场若要借助DSO模式实现进一步发展，需加强标准化建设，统一服务与质量标准。强化品牌打造，提升市场认知度与影响力。深化合作机制，增强联盟的紧密性与协同性。

来源：头豹研究院

头豹业务合作

数据库/会员账号

- 官网原创报告畅读
- 百万行业数据权限
- 数据库API接口服务

定制报告

- 多模态搜索引擎
- 行企研究数据库
- 募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

- 细分行业现状梳理
- 行业未来趋势洞察
- 深度研究报告产出

市场地位声明

- 评估及调研确认客户竞争优势
- 助力企业品牌影响力广泛传播

招股书引用

- 覆盖国民经济19+核心产业
- 内容可授权引用至上市文件以及企业年报中

行研训练营

- 依托完整行业研究体系
- 助力学生掌握行业研究能力，丰富简历履历

联系方式

客服电话：400-072-5588
官方网站：www.leadleo.com
合作邮箱：service@leadleo.com
办公地址：深圳市华润置地大厦E座4105室

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极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，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，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。
- ◆ 头豹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。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。