行业动态报告　　2011 年 10 月 31 日

推荐　维持行业评级

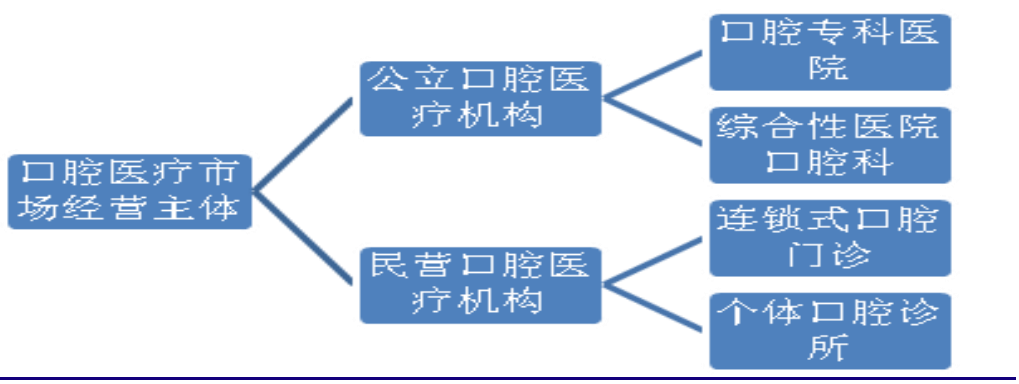
民营口腔医疗市场面临良好发展机遇

分 析 师：黄国珍　✉: huangguozhen@chinastock.com.cn　执业证书编号：S0130511100004
特别鸣谢　郭思捷　✉: guosijie@chinastock.com.cn　☎: 021-20252609　对本报告的编制提供信息

一、口腔医疗市场经营主体

我国目前口腔医疗市场经营主体分类如图 1 所示，而各种不同的经营主体的分布，硬件设备，医师水平，医疗服务范围，服务人群，科学教育研究水平等都有自己相应的特点（表 1）。

图 1：我国口腔医疗市场经营主体



资料来源：中国银河证券研究部

二、口腔医疗市场经营主体逐渐多元化

一直以来，我国口腔医疗市场主要的医疗服务提供主体是公立口腔医疗机构，但是近几年情况有所改变。2009 年 10 月中华口腔医学会民营口腔医疗分会正式成立，标志着我国民营口腔医疗正式走上了规范化，专业化的道路，会上公布了截止到 2009 年，我国民营口腔医疗机构已达 4 万家，从业人员 20 万人，在整个口腔医疗体系中所占比例已经接近 30%，这其中连锁式口腔门诊队伍的迅速壮大更加吸人眼球。连锁式医疗服务对于资本市场并不是一个新鲜的概念，2009 年 10 月 31 日号称中国民营医疗第一股的“爱尔眼科”登陆 A 股市场，并迅速得到机构资金的青睐。

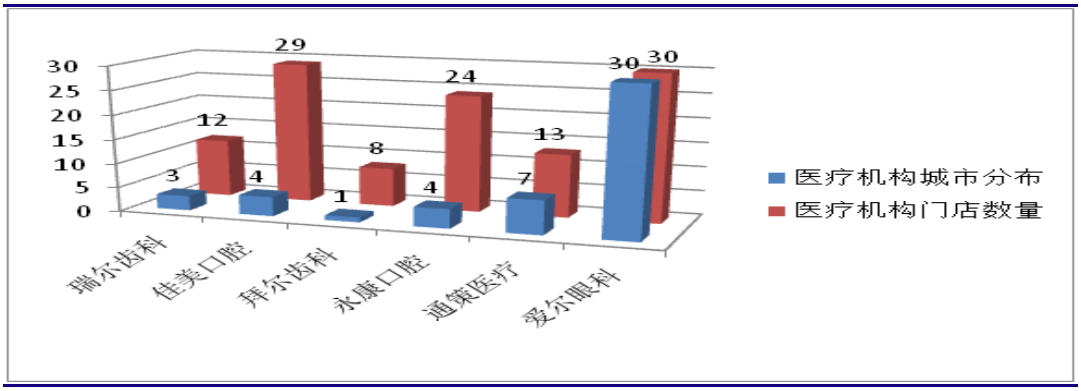
口腔科与眼科在医疗服务方式上极其类似，目前已经有大量的连锁口腔诊所出现在经济发达的一线及省会城市。图 2（数据来源于各医院官方网站，不包括在建医疗机构）列举了五家全国较有影响的口腔医疗连锁的机构数量与所占有的城市数量。目前于 1993 年创建于大连的佳美口腔 2007 年获得国际风投支持并拿到中国第一张口腔医疗连锁执照，在门店数与品牌资金上占有优势，其发展目标是近年将门店数扩展到 100 家，主要客户为中段人群；瑞尔齿科主要客户群是高端与外籍人士，目前在这个细分市场上占据绝对的优势，与佳美口腔并无明显竞争；值得特别提出的是在 A 股市场借壳成功的通策医疗，现在在 7 个城市拥有 13 家医疗门诊部，但与其它口腔连锁门诊不同的是，通策医疗是通过收购原有医保定点的公有口腔医院来进行扩张的，这样的方式有着独特的优势，不仅无需自己培养固定的客户群，而且绕过了医保进不了民营口腔医院这一巨大的发展瓶颈，值得我们密切关注。与爱尔眼科在眼科民营领域的一家独大不同，这些口腔连锁或多或少存在同行竞争，可以预见未来几年内，口腔连锁领域内的并购将会风生水起；另外，虽然这些口腔连锁医疗机构在绝对门店数量上与爱尔眼科差距不大，但是在城市占有率上差距明显，这对在全国范围内形成一定的品牌效应有不利影响，但另一方面也说明口腔连锁模式继续发展的空间仍旧很大。

表 1：口腔医疗市场主要经营主体特点比较

	口腔专科医院	综合性医院口腔科	连锁式口腔门诊	个体口腔诊所
分布	一线城市，省会城市，部分经济较为发达的地级市	各个城镇大型的综合性医院基本均设有口腔科	目前主要集中于北上广深等一线城市	遍地开花，在城镇主要分布于各生活小区周边
硬件设备水平	其建设规模较大，设备精良	硬件水平较好，但与专科医院比有一定差距	设备精良，就医环境，服务态度，病员体验好	良莠不齐，大多投资规模在100W 左右
医师技能水平	大量知名专家，一般员工大多具有硕士及以上学历，技能水平极高	学历构成一般为本科及硕士，技能水平较好	一般大多具有本科以上学历，技能水平较好	技能水平一般，学历水平一般
医疗服务范围	各种口腔疾病，疑难杂症的诊疗，包括龋病，牙周，种植，正畸，修复，口腔颌面外科等	各种口腔疾病的诊疗，但是很多单位并未开展口腔颌面外科这一块	盈利主要来源于非医保范围内的口腔美容与保健，包括种植，修复，正畸等	口腔医疗中最为常见的“拔，镶，补”等
服务人群	一线口腔专科医院可以辐射到全国，大部分口腔专科医院在当地已有品牌效应	在缺少口腔专科医院的地区，综合性医院口腔科占据主导地位	经济发达城市的高中端人群，外籍人士，收费高	社区内有牙科疾病的患者，中低端人群，就近诊治
科教研水平	科教研水平都较为先进，大多为国内各口腔医学院附属医院	科教研水平较为普通，可为各口腔医学院的实习基地	近年来有一些大的连锁机构逐渐变成一些口腔医学院的实习基地	无

资料来源：中国银河证券研究部

图 2：我国具有影响力的几家大的口腔连锁机构情况



资料来源：各医院网站，中国银河证券研究部

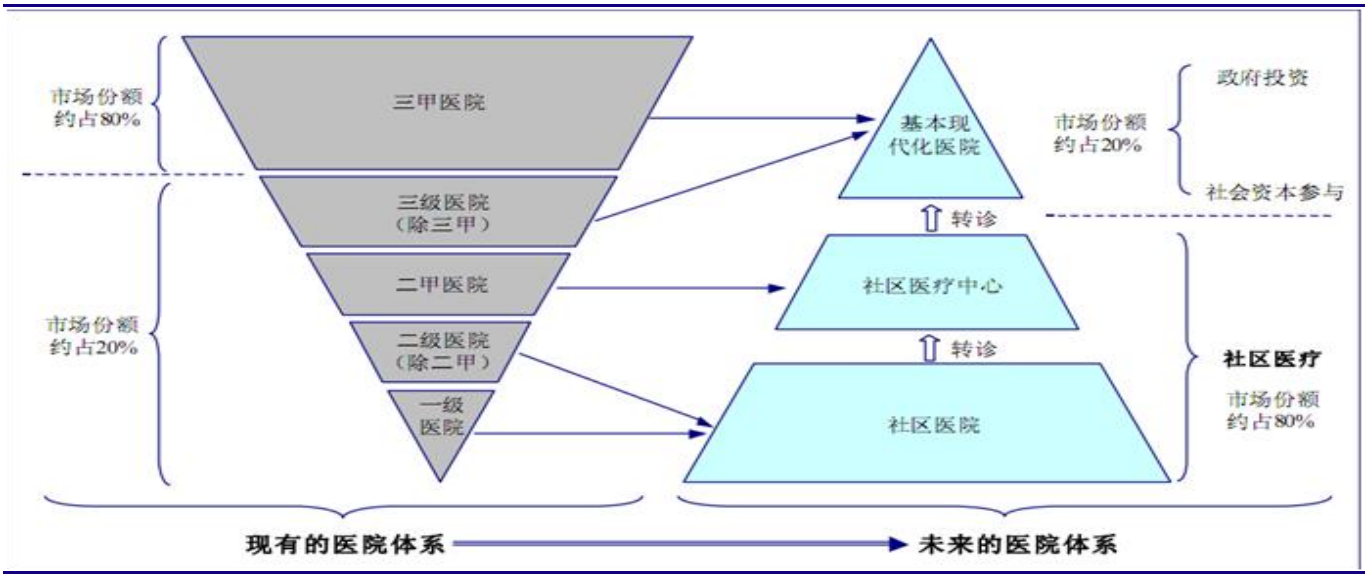
三、民营医疗单位政策待遇暖风频吹

2010 年 12 月国务院办公厅发文，明确提出“符合条件的非公立医疗机构可纳入医保定点范围”，以及国家新医改中民营医院在科研立项、职称评定等方面将与公立医院享受同等待遇，在解决医保准入与人才晋升这两个困扰民营医院发展的最大瓶颈后，可以预期，未来我国民营口腔市场将在现有的发展速度上继续快马加鞭。

我国口腔医疗发展的最终方向是改变现有的倒金字塔型的医疗服务体系，经过一定时间的发展，形成正金字塔型的口腔医疗服务体系，即把口腔疾病中最常见的“拔”、“补”、“镶”牙的诊疗工作解决在基层，解决在社区，使口腔医疗保健的人力资源重心逐渐下沉到基层，下沉到社区；把口腔预防保健，口腔美容这一块交给民营口腔医疗中技术水平较高的机构；最后疑难杂症的诊治和最为重要的临床科学教育研究交给公立口腔医疗机构，这一部分需要国家财政来进行相应的支持（图 7，资料来源：申银万国证券研究所）。在建成这样的口腔医疗体系之后，既能盘活市场，解决老百姓看牙医难的问题，同时又满足了不同人群对于口腔保健，口腔美容等不同的需求，充分

挖掘了我国口腔医疗市场的潜力

图 3：我国医疗服务体系发展示意图



资料来源：中国银河证券研究部

四、我国正面临口腔医疗需求向上拐点时期

一直以来，由于受“牙痛不是病”等传统观念的影响，我国国民对口腔健康不够重视，口腔医疗市场发展缓慢。卫生部在 2005 年进行的第三次全国口腔健康流行病学调查结果显示，我国从未看过牙医的人超 60%，只有 2%的人有定期进行口腔检查和清洁的习惯，在美国，64%的人每年至少做两次口腔检查；而中国成年人中，牙龈出血的发生率为 77.3%，牙石检出率 97.3%，龋齿发生率 88.1%，牙周健康率仅为 14.5%，高发病率低就诊率现象十分突出。但是近年来，随着口腔健康教育的不断普及，民众对于口腔健康的关注度不断提升，对口腔医疗的理解正从“需要”转变为“需求”。这里的“需求”，包括了两个方面，其一是对口腔预防保健的需求，其二是对口腔美容的需求。而前期我国口腔医疗市场的缓慢发展现在则极有可能转变为后发优势，有望得到快速的发展。

除了受传统观念影响外，口腔医疗市场还与地区经济水平密切相关。台湾经验显示，口腔医疗市场随着经济发展而发生的变化：人均 GDP 从 2000 美元升至 10000 美元的过程中，每万人对应的口腔医师数量增加速度最快，而从业医师数量的大量增加正是口腔医疗市场爆发性增长的直接表现。近年来我国国民经济高速增长，人均 GDP2010 年达到 4382 美元，一线城市人均 GDP 均甚至超过 10000 美元，比照台湾的历史数据，目前我国的口腔医疗市场的需求正处于高增长的黄金时期。而相对与需求的高速增长，我国的口腔医疗资源的配置与增长还处于很低的水平，截至到 2008 年，我国口腔医院总计从业人数为 22943 人，口腔医生与人口比例为 1：15000，而发达国家这一比值基本在 1：2000 以内，差距巨大。

评级标准

银河证券行业评级体系：推荐、谨慎推荐、中性、回避

推荐：是指未来 6－12 个月，行业指数（或分析师团队所覆盖公司组成的行业指数）超越交易所指数（或市场中主要的指数）平均回报 20%及以上。该评级由分析师给出。

谨慎推荐：行业指数（或分析师团队所覆盖公司组成的行业指数）超越交易所指数（或市场中主要的指数）平均回报。该评级由分析师给出。

中性：行业指数（或分析师团队所覆盖公司组成的行业指数）与交易所指数（或市场中主要的指数）平均回报相当。该评级由分析师给出。

回避：行业指数（或分析师团队所覆盖公司组成的行业指数）低于交易所指数（或市场中主要的指数）平均回报 10%及以上。该评级由分析师给出。

银河证券公司评级体系：推荐、谨慎推荐、中性、回避

推荐：是指未来 6－12 个月，公司股价超越分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报 20%及以上。该评级由分析师给出。

谨慎推荐：是指未来 6－12 个月，公司股价超越分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报 10%－20%。该评级由分析师给出。

中性：是指未来 6－12 个月，公司股价与分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报相当。该评级由分析师给出。

回避：是指未来 6－12 个月，公司股价低于分析师（或分析师团队）所覆盖股票平均回报 10%及以上。该评级由分析师给出。

黄国珍，医药生物行业分析师。本人具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并注册为证券分析师，本人承诺，以勤勉的职业态度，独立、客观地出具本报告。本报告清晰准确地反映本人的研究观点。本人不曾因，不因，也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接受到任何形式的补偿。本人承诺不利用自己的身份、地位和执业过程中所掌握的信息为自己或他人谋取私利。

免责声明

本报告由中国银河证券股份有限公司（以下简称银河证券，银河证券已具备中国证监会批复的证券投资咨询业务资格）向其机构或个人客户（以下简称客户）提供，无意针对或打算违反任何地区、国家、城市或其它法律管辖区域内的法律法规。除非另有说明，所有本报告的版权属于银河证券。未经银河证券事先书面授权许可，任何机构或个人不得更改或以任何方式发送、传播或复印本报告。

本报告所载的全部内容只提供给客户做参考之用，并不构成对客户的投资建议，并非作为买卖、认购证券或其它金融工具的邀请或保证。银河证券认为本报告所载内容及观点客观公正，但不担保其内容的准确性或完整性。客户不应单纯依靠本报告而取代个人的独立判断。本报告所载内容反映的是银河证券在最初发表本报告日期当日的判断，银河证券可发出其它与本报告所载内容不一致或有不同结论的报告，但银河证券没有义务和责任去及时更新本报告涉及的内容并通知客户。银河证券不对因客户使用本报告而导致的损失负任何责任。

银河证券不需要采取任何行动以确保本报告涉及的内容适合于客户。银河证券建议客户如有任何疑问应当咨询证券投资顾问并独自进行投资判断。本报告并不构成投资、法律、会计或税务建议或担保任何内容适合客户，本报告不构成给予客户个人咨询建议。

本报告可能附带其它网站的地址或超级链接，对于可能涉及的银河证券网站以外的地址或超级链接，银河证券不对其内容负责。本报告提供这些地址或超级链接的目的纯粹是为了客户使用方便，链接网站的内容不构成本报告的任何部份，客户需自行承担浏览这些网站的费用或风险。

银河证券在法律允许的情况下可参与、投资或持有本报告涉及的证券或进行证券交易，或向本报告涉及的公司提供或争取提供包括投资银行业务在内的服务或业务支持。银河证券可能与本报告涉及的公司之间存在业务关系，并无需事先或在获得业务关系后通知客户。

银河证券无需因接收人收到本报告而视其为客户。本报告是发送给银河证券客户的，属于机密材料，只有银河证券客户才能参考或使用，如接收人并非银河证券客户，请及时退回并删除。

银河证券有权在发送本报告前使用本报告所涉及的研究或分析内容。

所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为银河证券的商标、服务标识及标记。

银河证券版权所有并保留一切权利。

联系

中国银河证券股份有限公司 研究部
北京市西城区金融街 35 号国际企业大厦 C 座
上海浦东新区富城路 99 号震旦大厦 26 楼
深圳市福田区福华一路中心商务大厦 26 层
公司网址：www.chinastock.com.cn

机构请致电：
北京地区：傅楚雄 010-83574171 fuchuxiong@chinastock.com.cn
上海地区：于淼 021-20257811 yumiao_jg@chinastock.com.cn
深广地区：詹璐 0755-83453719 zhanlu@chinastock.com.cn