

“牙套经济”火热,热潮背后风险暗藏

# 正畸市场发展痛点如何破解?

## 阅读提示

口腔正畸市场正欣欣向荣,口腔医疗巨头和初创公司都将目光聚焦在这一市场上,但行业发展的痛点也逐渐显现出来。

本报记者 杨冉冉

近日,正畸企业正雅齿科宣布完成5亿元人民币的D轮融资。而在此次融资另一面,正雅齿科却同时陷入多个社交平台的虚假带货质疑中。其通过MCN机构招募400名流量博主帮助其做隐形牙套虚假宣传一事,引发行业关注。

一面在资本市场受到肯定,一面在社交平台打造“繁荣”表象,正雅齿科瞄准的正是日渐火热的口腔正畸市场。

随着消费升级和颜值经济的盛行,牙齿美观问题受到越来越多年轻消费者的关注,“牙套经济”展现出强大的爆发力。

### 快速崛起的蓝海

口腔正畸主要是通过各种矫正装置,达到口颌系统的平衡、稳定和美观。

近年来,随着社会经济发展和整体消费水平提高,中国口腔正畸市场规模不断扩大。天眼查数据显示,2017~2020年,我国口腔正畸市场三年复合增长率约为15%;2021年,共有正畸病例400万例。目前,我国口腔正畸企业数量超2800家,近3年来,平均增速为13%。中商产业研究院发布的报告称,中国正畸市场2022年将达102亿美元。

在正畸市场中,隐形正畸是最值得关注的细分市场。与传统正畸疗法相比,隐形矫治具有美观、舒适度高、后续就诊频率低等

方面的优势,因此受到愈来愈多年轻爱美族的青睐。灼识咨询认为,隐形矫正市场未来将以20.6%的年复合增长率于2030年达到706亿元。

口腔正畸企业吸引了越来越多资本的关注。红杉资本、中金资本、达晨财智、DMC中国等国内投资机构都纷纷投资这一赛道,百度、字节跳动等科技巨头也在2021年相继入局。

2021年6月,牙科隐形矫治机构时代天使登陆港股。进入2022年后,口腔正畸赛道融资仍旧火热。上海正雅齿科和深圳牙领科技相继完成融资。平安证券研究所的测算,中国口腔正畸潜在市场空间在1224亿元~2395亿元之间,未来还有5~10倍增长空间。

可以说,作为口腔健康领域的重要分支,正畸行业市场渗透率提升空间大、潜力足,正逐步成为极具发展潜力的新蓝海。

### 高客单价高毛利

记者走访调查发现,高客单价已经成了口腔正畸行业的标配。搜索目前市场上主流的牙套矫正器价格可以发现,传统钢丝牙套的价格为1万元~2万元不等,隐形牙套的

价格则更贵,国产品牌在2万元~3万元,进口品牌则要4万元~5万元,除此之外,还有检查费、医疗服务费等费用。

以隐适美与时代天使两大隐形正畸行业龙头企业公开的信息显示,两家企业的毛利率都高达70%。而行业的普遍水准,毛利率也有50%以上。超高的毛利率也使得隐形正畸有“口腔茅台”之称,也使得口腔正畸与近年来快速发展的医美市场一样,都属于相对高端的服务消费。

在不少人看来,正畸不就是戴个牙套吗,至于动辄数万元起步吗?

“龙头品牌的进货价大概在八千到两万之间,消费者几万元的花费,其中不仅仅是牙套的费用,还要负担诊所的开支和医生技术费用。而耗材和服务都不是一次性的,不少正畸全部完成需要两三年,周期比较长”。北京某口腔诊所负责人告诉记者,正畸技术要求高,专业医生数量短缺,导致了医生的诊疗费在整个治疗成本中占据了大头。

灼识咨询的数据显示,中国人每10万人中仅有19.5名全科口腔医生及0.4名正畸医生,远低于欧美发达国家。

综上可以看出,正畸无疑具备一门好生意的特征:高客单价、高毛利,且在牙医供给方

面中短期内都处于相对稀缺的状态,这注定正畸至少在相当长时间里都会是一个“高消费”行业。

### 风险暗藏

口腔正畸市场虽然欣欣向荣,但行业发展的痛点也逐渐显现出来,虚假宣传、低价广告、霸王条款、诱导消费、退款困难等乱象丛生。例如,正畸的费用价格不菲,然而有些机构却推出了“免费矫正牙齿”的广告,相当一部分存在“低价吸引”,然后通过其他项目或增值服务进行收费,千方百计地套路客户。

此外,口腔正畸企业与消费者之间的信息不对称是非常明显的。从治疗方案的设计、耗材的使用,到医师服务费,一般消费者其实都缺乏清晰的参照和判断,经营者在“交易”过程中有着相当的主导权。口腔正畸市场总给人一种“水很深”的观感。

除此之外,口腔正畸行业的知识产权保护问题也日益显现。在今年3月举行的2022华南国际口腔医学展上,一款由我国自主研发的“OBrace球面自锁托槽”正畸产品被3家参展商涉嫌侵犯专利技术。

有业内专家建议,口腔正畸是一个快速发展,又具有较高专业门槛的行业,相关市场监管规范远未完善。尤其是在当前不少资本纷纷进驻这个行业的大背景下,更需要建立相应的行业标准、准入制度、行业管理办法,为行业的长远发展打好基础。

## G 市场观潮

本报记者 赵昂

日前,国家市场监督管理总局发布了《2021年儿童学生用品产品质量国家监督抽查情况通报》。通报显示,2021年,国家市场监督管理总局组织抽查了2050家企业生产的2186批次儿童学生用品,涉及玩具、童车、童鞋、儿童及婴幼儿服装、学生文具、机动车儿童乘员用约束系统、运动头盔等7种产品。

从抽查情况看,其中2批次玩具和1批次儿童及婴幼儿服装产品涉嫌假冒,已交由企业所在地市场监管部门处理。发现297批次产品不合格,抽查不合格率为13.6%。从跟踪抽查情况看,本次跟踪抽查到上次抽查不合格企业58家,其中有12家企业本次抽查仍不合格,46家企业合格。

13.6%的抽检不合格率,当下市场上儿童用品的整体质量可见一斑。而天眼查数据则显示,我国母婴用品等产品相关企业在逐年大幅度增加,亲子、托育等产业关联企业亦然。这是因为在2017年生育高峰期前后出生的孩童,而今已经“长大成童”,由此带来了巨大的潜在消费市场。

事实上,随着95后女性逐渐步入婚育年龄,新生代的妈妈们,在育儿方面的消费观念与前人大为不同。她们不仅希望给孩子更好的物质条件和成长环境,促进孩子身心健康全面发展,也希望通过科学育儿减轻自己的负担,能兼顾事业和家庭。这就意味着,她们对儿童产品价格的接受能力更高,对产品的质量要求也更高,更为关键的是,她们也希望儿童用品更有科技含量,能够帮助自己实现科学育儿。

从这个角度来说,新生代的妈妈们需要高质量的儿童用品。但是,当下儿童用品市场,一来还是“薄利多销”的普通产品占据主流,缺少高品质和个性化的产品;二来缺乏细化的行业标准,特别是针对不同年龄段孩童的质量标准,这都制约着儿童用品产业的转型升级。

当然,这并不意味着未来的儿童用品,一定是越贵越好,越贵越受欢迎。相反,不同地域、不同收入群体的消费者,需要的是多元化的儿童用品,但不论是什么消费层级的儿童产品,其质量都应当是上乘的。毕竟,低质量的儿童用品,带来的不仅是不佳的消费体验,也会影响儿童乃至家庭的生活安全。

## 车规级芯片产业技术创新联合体在武汉成立

本报讯(记者 邹明强)由东风汽车集团有限公司牵头,联合武汉飞思灵微电子技术有限公司、武汉菱电汽车电控系统股份有限公司、武汉理工大学、华中科技大学、芯来科技(武汉)有限公司、泰晶科技股份有限公司、中国汽车技术研究中心有限公司、锐杰微科技有限公司等8家企业事业单位共同组成的湖北省车规级芯片产业技术创新联合体,5月8日在武汉宣布成立。

据介绍,创新联合体将以“五个一”的模式推动产业技术创新发展,即:实施一名首席科学家负责制,面向一个主攻方向,打造一个高水平研发团队,带动一批产业链上下游企业联合创新,推动一个产业集群共同发展,通过开展关键核心技术攻关,承担重大科技任务,解决制约产业发展的“卡脖子”关键共性技术问题,运用市场机制带动全产业链协同发展。

中国科学院院士、湖北省车规级芯片产业技术创新联合体首席科学家、武汉理工大学教授张清杰说,汽车芯片与湖北省汽车产业集群密切相关,与光电子产业集群密切相关。创新联合体融合了汽车芯片产学研力量,目标是自立自强掌控关键核心技术。创新联合体成员单位将汇聚优势资源、协同发力,推动汽车芯片成果突破、转化、应用,助力汽车产业高质量稳健发展。

## 剑黎高速建设进入施工黄金期

本报讯(记者 刘静 通讯员 赵丹妮)日前,贵州剑黎高速公路建设取得突破性进展:老冲大桥桩基全部完成,王家冲中桥、蒙村大桥墩柱全部完成,双溪大桥盖梁全部完成,刘家岭隧道开挖超额完成,控制性工程八舟河枢纽互通E匝道1号桥全线首联现浇箱梁顺利浇筑……这些阶段性目标的顺利完成,为完成全年建设进度奠定了良好基础。“当下是施工黄金期,我们围绕‘大干60天’劳动竞赛计划目标,掀起了大干热潮,桥梁二队前不久还获得了贵州省‘工人先锋号’。”中铁十五局集团剑黎高速项目负责人表示。

剑黎高速全长约74.4公里,是黔东南与湖南省际高速公路通道的重要路段,由中铁建昆仑投资集团投资建设。施工以来,建设者克服疫情影响、雨季较多、主材供应短缺、与既有线交叉作业施工干扰大、施工安全风险多、配合协调任务重等困难,在做好科学防疫的同时,稳步推进施工安全生产。同时还以信息化为支撑手段,安装了粉尘及有害气体检测、监控量测、超前地质预报等信息化管理系统,有效减少违规隐患的发生。

## 辽宁红沿河核电站6号机组首次并网成功

本报讯(记者 刘友婷 通讯员 蔡鹏飞)据中广核通报,5月2日13时42分,随着并网指令的发出,辽宁红沿河核电站6号机组首次并网成功。这标志着红沿河核电站6号机组具备发电能力,向着商业运行目标又迈出了关键一步。并网过程中,红沿河核电站6号机组各项参数正常稳定,机组状态良好。后续将按计划执行一系列试验,进一步验证机组具备商业运行条件的各种性能,稳扎稳打,推动实现红沿河核6号机组高质量投产。

据介绍,作为中国东北地区第一座核电站及最大的能源投资项目,红沿河核电站共建设6台核电机组。截至2021年底,红沿河核电已累计上网清洁能源电量达1944亿千瓦时,相当于等效减少标煤消耗5911万吨,减排二氧化碳1.63亿吨,综合温室气体减排等效于43.78万公顷森林吸收量,对东北老工业基地振兴、调整东北地区能源结构发挥了积极作用,对落实碳达峰、碳中和目标具有重要意义。

# 儿童用品需要高质量呵护



### 播客用户量激增

前不久,北京,由猫头鹰喜剧出品的《不开玩笑》播客节目(无观众)录制现场。

疫情减少了公共交往,让线上内容获得了更多发展空间在声音领域,播客迎来快速发展期。近5年来,除2021年出现下滑外,播客相关企业数量以超过20%的速度持续增长。此外,据全球播客搜索引擎ListenNotes数据显示,在近一年半的时间里,我国的播客节目增长超过260%,用户数突破8600万人。

本报记者 刘金梦

在疫情影响下,人们的出游空间受限,周边游、本地游成为主流出行趋势,不愿扎堆、小众体验成为更多消费者的追求

## 旅游企业抢抓“周边游”风口

本报记者 李国

“急!还能订到帐篷吗?”最近,重庆市民陈先生在各个微信群四处咨询。开年以来,朋友圈的露营照纷纷刷屏,刚刚过去的“五一”假期更是“一篷难求”,多个平台显示,重庆部分露营基地房间提前两周已售罄。

去哪儿平台数据显示,今年4月以来,用户“露营”关键词在首页搜索页面的搜索量是去年同期的1.5倍。途家数据显示,“五一”期间,民宿预订量较去年猛增4倍。低风险区域本地周边出游旺盛的同时,游客更关注各类深度玩法。

文旅部数据显示,今年一季度国内旅游总人次8.30亿,比上年同期减少1.94亿,下降19.0%。尽管如此,资本仍看好旅游行业。数据显示,我国目前有超441万家旅游企业,近年来新增注册数量年增速均超过15%。仅今年以来,全国已新增超15万家企业。

### 带上家人去感受初夏景色

5月1日开始,重庆美心红酒小镇索道公园正式对外开放,记者现场看到,花花绿绿的吊篮、吊箱、吊椅在空中飞舞,可容纳上千游客同时空中游。

“疫情原因,不能走远了!趁假期开车带老人孩子到周边来看看。”刚走下索道的秦先生一边扶着女儿,一边兴奋地对记者说。

据工作人员介绍,这是世界首条索道环

线公园,长达10公里,分为9条线,总投资超2亿元,形成空中环线交通网络,把景区与周边的农村风光串联起来。“五一”期间,重庆巴南区的南湖多彩植物园的2万多株红枫,正好遇到变红的第一期,成了当地一道独特的风景线。

当前,国内旅游业这颗明珠依然蒙尘,“周边游”是透出微光的一抹希望。记者采访中发现,厌倦了大都市的日常生活,去周边区县走走,也能发现不同的新鲜目的地:诸如去山野露营、自驾山脊路、采摘桑葚、探秘山谷密林、体验激情漂流……假日正好带上全家去感受初夏景色。

### 精致露营正成为假日风景线

瞄准风口,“85后”王斌今年年初在重庆云阳龟山的一处废弃景点上,办理相关手续后,搭建了一个露营营地,提供不过夜的精致露营体验。“场地不大,但天幕、帐篷、复古灯、咖啡机、音响一应俱全”。王斌日前告诉记者,从基建到装备投入了大约15万元,开业不到三个月,平常预订率几乎在80%以上,节假日都是爆满。

根据携程发布的《春季出行趋势报告》显示,今年3月,该平台露营产品搜索量环比涨幅超80%;3~4月出行的露营产品预订量环比增长120%,其中亲子出游占比45%。

投资。今年3月,另一个露营品牌“嗨King”野奢营地也获得百万级的天使轮融资……

新赛道催生了新玩法,丰富的业态背后,是越来越大的市场蛋糕。相关咨询机构统计,2014年至2021年,中国仅露营营地市场规模从77.1亿元增至299.0亿元,预计2022年增速达18.6%,市场规模达354.6亿元。

重庆途家民宿副总裁胡阳表示,公司通过举办露营节,组织露天电影、户外火锅、垂钓体验、皮划艇等活动,以增加吸引力。天眼查数据显示,重庆地区现存“露营地”企业1541家,2020年新增企业606家,同比增长687.01%,2021年新增企业545家。

重庆师范大学地理与旅游学院院长助理、旅游管理系主任张云耀认为,受疫情影响,远距离出游受阻,大多数人只能选择近郊游。露营由于具备亲近自然、搭建灵活、体验感强等特点,因此受到追捧。重庆自然和人文景观的独特性,更是给露营活动提供了广阔的发展空间。时下流行的精致露营自带仪式感和社交属性,更加刺激了人们的分享欲和体验欲。

### 寄情山水,寻找乡愁归处

连日来,记者走访重庆多个区县发现,随着乡村旅游的蓬勃发展,“民宿兴村”的新路子,让重庆的乡村老百姓尝到了甜头,更提高了对美好生活盼头的信心。

巫溪长红村位于渝陕鄂三省市交界处,借助红色旅游的东风,近年来游客络绎不绝。备菜、整理房间、装扮庭院……五一假期

成群结队的游客,让巫溪长红村67岁的张尚香又忙碌起来。张尚香是当地巴渝民宿“明达居”的老板,早年在外打工,一年两三万的收入,除去开销,几无积蓄。听闻在家门口就有赚钱的法子,还能修建新房,她当起了村里“带头吃螃蟹的人”。

在距离主城区最近的重庆城口县,“全域同文,各有特色”的“森林人家”乡村民宿超过2000家。

“新建或改建的‘森林人家’围绕集群片区主题进行打造,差异化发展,让游客玩遍城口也不觉得单调。”县文旅委副主任邱云说,通过全县整体布局“景区带动类”“农业观光类”“民俗文化类”等多种类型的“森林人家”集群片区建设,在最大程度上助推文旅产业形成合力,带动更多农户在乡村振兴中增收。

“打造看得见山、望得见水、记得住乡愁的巴渝特色民宿村落,既丰富乡村旅游产品供给,又提升乡村民宿品质,增强乡土文化的生命力,吸引力”。重庆巴渝民宿集团副总经理黄晓彬告诉记者,巴渝民宿定位上是乡村民宿的旅居品牌,依托“巴山渝水”的自然人文资源,创建乡村民宿产业的标准体系,走特色化、差异化民宿发展之路,提供旅客乡野生活与民俗文化体验。

据介绍,从2016年起,巴渝民宿集团陆续在重庆实施了10个扶贫类民宿项目。10个民宿自开业以来,累计接待游客26.5万人次,经营总收入1323.3万元,联营农户经营年收入最高达20万元。