艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国互联网医疗市场运行态势及投资策略报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2015-2020年中国互联网医疗市场运行态势及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址： https://www.icandata.com/view/247599.html

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联 系 人 ： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

第一章 互联网医疗发展背景
第一节 互联网医疗的定义
第二节 互联网医疗消费背景
一、老龄化背景
（一）我国已进入老龄化社会
（二）老龄化推动医疗需求增加
（三）医疗支出有望快速增加
二、8090后群体崛起
（一）8090后已成互联网主力军
（二）互联网医疗为年轻一代接受
（三）8090后成为家庭中坚力量
三、可应用病患群体基数庞大
（一）高血压患者超3亿
（二）糖尿病患者超1亿
（三）冠心病隐蔽性强
（四）脑血管疾病防治需重视
第三节 互联网医疗发展背景
一、医生多点执业
二、促进社会办医
三、选医院向选医生转变
第二章 互联网医疗发展现状
第一节 互联网医疗硬件发展分析
一、可穿戴医疗优势分析
二、可穿戴医疗供应链分析
（一）终端设备
（二）数据分析
（三）远程医疗
三、可穿戴医疗发展现状
（一）可穿戴医疗设备发展模式
（二）远程监护公司盈利模式

（1）四维医学科技：与社区医院和诊所共生
（2）新元素医疗：健康小屋+会员制服务
（3）中卫莱康：坚持做服务商
（4）优加利企业：远程监护服务医院客户
四、可穿戴医疗潜力分析
第二节 互联网医疗软件发展分析
一、医院管理信息系统（HIS）发展分析
（一）医院管理信息系（HIS）统投入规模
（二）医院管理信息系统（HIS）建设情况
（三）医院管理信息系统（HIS）效益分析
二、医院临床信息系统（CIS）发展分析
（一）医院临床信息系统（CIS）典型应
（二）用医院临床信息系统（CIS）建设动因
（三）医院临床信息系统（CIS）建设情况
三、互联网医疗平台发展分析
（一）互联网医疗平台类型介绍
（二）互联网医疗平台典型代表
（三）互联网医疗平台盈利模式
第三节 移动互联网医疗发展分析
一、移动互联网医疗需求分析
二、移动互联网医疗实践模式
三、移动互联网医疗现实困境
四、移动互联网医疗市场规模
五、移动互联网医疗APP分析
第三章 互联网医疗需求分析
第一节 患者需求与痛点分析
一、患者需求分析
（一）核心需求
（二）便利需求
（三）辅助需求
二、患者就医痛点
（一）导诊：难以寻找合适的医院或医生

（二）诊断：医院科室间信息不流通
（三）院外康复：不能随时了解康复进展
第二节 医生需求与痛点分析
一、医生需求分析
二、医生痛点分析
（一）工作强度与收入不符
（二）提高诊断准确性
（三）高效跟踪患者康复情况
第三节 医院需求与痛点分析
一、医院需求分析
（一）信息化需求
（二）平台化需求
二、医院痛点分析
（一）医院内数据互通及数据大集中
（二）医疗资源共享
第四节 药企需求与痛点分析
一、药企需求分析
二、药企痛点分析
（一）特定药品不能进行精准营销
（二）大病用药疗效无法有效跟踪
第五节 险企需求与痛点分析
一、保险公司需求分析
二、保险公司痛点分析
（一）保费佣金比例高
（二）无法降低赔付成本
第四章 互联网医疗盈利模式分析
第一节 向患者收费模式
一、基于患者的商业模式
二、向患者收费模式
（一）硬件销售模式
（二）软件服务模式
（三）社群模式

三、国外案例分析——Zeo
（一）公司简介
（二）发展历程和现状
（三）主要产品形式和功能
（四）盈利模式
（五）经验借鉴
第二节 向医生收费模式
一、基于医生的商业模式
二、向医生收费模式
三、国外案例分析——Zocdoc
（一）公司简介
（二）提供服务
（三）盈利模式
（四）经验总结
第三节 向医院收费模式
一、向医院收费模式
二、国外案例分析——Vocera
（一）产品功能
（二）主要优势
（三）盈利模式
（四）经验借鉴
第四节 向药企收费模式
一、向药企收费模式
二、国外案例分析——Epocrates
（一）公司简介
（二）产品功能
（三）盈利模式
（四）经验借鉴
三、国内案例分析——丁香园
（一）公司简介
（二）盈利模式
（三）发展现状

第五节 向险企收费模式
一、向保险公司收费模式
二、国外案例分析——WellDoc
（一）公司简介
（二）发展历程和现状
（三）产品形式和功能
（四）盈利模式
（五）经验借鉴
第五章 药品销售与电子商务分析
第一节 以药养医体制下的药品销售
一、以药养医体制下的医院收入构成
二、以药养医体制下的药品销售结构
三、以药养医体制下的药品供应链
（一）医院渠道供应链
（二）医院渠道供应链利益分配
（三）零售渠道供应链
第二节 医药体制改革对药品销售的影响
一、医药体制改革概述
二、医药分业改革最新进展
三、医药分业改革对药品销售的影响
四、药品电子商务迎来契机
第三节 药品电子商务发展分析
一、美国药品电子商务经验分析
（一）美国药品电子商务分析
（二）美国药品流通和报销制度
（三）美国药品邮购巨头ESI
二、国内药品电子商务分析
（一）网上药店销售品类分析
（二）药品电子商务发展规模
（三）药品电子商务企业分析
（四）药品电子商务发展前景
第六章 互联网医疗优秀企业分析

第一节 互联网医疗优秀平台分析
一、好大夫在线
（一）平台简介
（二）平台商业模式
（三）平台盈利模式
（四）平台影响力
（五）平台发展战略
二、39健康网
（一）平台简介
（二）平台商业模式
（三）平台影响力
（四）平台发展战略
三、宜康网
（一）平台简介
（二）平台商业模式
（三）平台影响力
（四）平台发展战略
四、医通无忧网
（一）平台简介
（二）平台商业模式
（三）平台影响力
（四）平台发展战略
第二节 互联网医疗硬件企业分析
一、宝莱特
（一）公司简介
（二）公司主营业务分析
（三）公司互联网医疗产品
（四）公司经营情况分析
（五）公司进军互联网医疗的优势
二、九安医疗
（一）公司简介
（二）公司主营业务分析

（三）公司互联网医疗产品
（四）公司经营情况分析
（五）公司进军互联网医疗的优势
三、三诺生物
（一）公司简介
（二）公司主营业务分析
（三）公司互联网医疗产品
（四）公司经营情况分析
（五）公司进军互联网医疗的优势
四、邦讯技术
（一）公司简介
（二）公司主营业务分析
（三）公司互联网医疗产品
（四）公司经营情况分析
（五）公司进军互联网医疗的优势
五、乐普医疗
（一）公司简介
（二）公司主营业务分析
（三）公司互联网医疗产品
（四）公司经营情况分析
（五）公司进军互联网医疗的优势
第三节 互联网医疗软件企业分析
一、北京春雨天下软件公司
（一）公司简介
（二）公司主营业务与产品
（三）公司经营情况分析
（四）公司互联网医疗产品应用
（五）公司互联网医疗发展战略
二、东软医疗
（一）公司简介
（二）公司主营业务与产品
（三）公司经营情况分析

（四）公司互联网医疗产品应用
（五）公司进军互联网医疗的优势
三、卫宁软件
（一）公司简介
（二）公司主营业务与产品
（三）公司经营情况分析
（四）公司互联网医疗产品应用
（五）公司进军互联网医疗的优势
四、东华软件
（一）公司简介
（二）公司主营业务与产品
（三）公司经营情况分析
（四）公司互联网医疗产品应用
（五）公司进军互联网医疗的优势
五、金蝶医疗
（一）公司简介
（二）公司主营业务与产品
（三）公司经营情况分析
（四）公司互联网医疗产品应用
（五）公司进军互联网医疗的优势
第四节 药品电子商务企业分析
一、九州通
（一）公司简介
（二）公司主营业务分析
（三）公司经营情况分析
（四）公司医药电子商务发展现状
（五）公司医药电子商务生态框架
（六）公司医药电子商务发展战略
二、海虹控股
（一）公司简介
（二）公司主营业务分析
（三）公司经营情况分析

（四）公司医药电子商务发展现状
（五）公司医药电子商务发展战略
三、上海华源大药房连锁经营有限公司
（一）公司简介
（二）公司主营业务分析
（三）公司经营情况分析
（四）公司医药电子商务发展现状
（五）公司医药电子商务发展战略
第七章 2015-2020年互联网医疗行业发展趋势与前景
第一节 2015-2020年互联网医疗发展动因
一、互联网自然演进
二、稀缺医疗资源配置低效
三、技术进步
第二节 2015-2020年互联网医疗发展趋势
一、医药渠道向互联网转移
二、医疗培训需求增长
三、医疗服务体系转型
第三节 2015-2020年互联网医疗发展前景
一、2015-2020年向药企收费模式规模预测
二、2015-2020年向患者收费模式规模预测
三、2015-2020年向医生收费模式规模预测
四、2015-2020年向医院收费模式规模预测
五、2015-2020年向险企收费模式规模预测
第八章 2015-2020年互联网医疗行业投融资策略分析
第一节 2015-2020年互联网医疗行业投资风险
一、政策风险
二、技术风险
三、需求风险
四、竞争风险
五、盈利风险
六、其他风险
第二节 2015-2020年互联网医疗行业投资机会

一、硬件领域投资机会
二、软件领域投资机会
三、平台领域投资机会
四、电商领域投资机会
第三节 2015-2020年互联网医疗行业投资策略
一、互联网医疗行业投资壁垒
二、互联网医疗硬件投资策略
三、互联网医疗软件投资策略
第四节 2015-2020年互联网医疗行业融资策略
一、互联网医疗项目融资情况
（一）国外获得融资的互联网医疗项目
（二）国内获得融资的互联网医疗项目
二、互联网医疗行业融资渠道
三、互联网医疗行业融资策略

图表目录：

图表1 患者就医价值链
图表2 患者就医痛点分析
图表3 医生痛点分析
图表4 医院痛点分析
图表5 药企痛点分析
图表6 基于患者角色诉求的商业模式基础及先发公司
图表7 基于医生角色诉求的商业模式基础及先发公司
图表8 公立医疗机构中药品销售占比
图表9 我国医生收入调查
图表10 终端医疗市场药品销售比重
图表11 医院渠道药品供应链
图表11 药品医院渠道供应链上的利益分配
图表11 零售渠道药品供应链
图表12 我国执业医生分布情况
图表13 我国医院分布情况
图表14 我国医疗资源城乡分布差异

图表15 2015-2020年面向药企收费模式的互联网医疗市场空间预测
图表16 2015-2020年面向药企收费模式的互联网医疗市场敏感性分析
图表17 2015-2020年面向患者收费模式的互联网医疗市场空间预测
图表18 2015-2020年面向患者收费模式的互联网医疗市场敏感性分析
图表19 2015-2020年面向医生收费模式的互联网医疗市场空间预测
图表20 2015-2020年面向医生收费模式的互联网医疗市场敏感性分析
图表21 2015-2020年面向医院收费模式的互联网医疗市场空间预测
图表22 2015-2020年面向医院收费模式的互联网医疗市场敏感性分析
图表23 2015-2020年面向险企收费模式的互联网医疗市场空间预测
图表24 2015-2020年面向险企收费模式的互联网医疗市场敏感性分析
略……

详细请访问：https://www.icandata.com/view/247599.html

三、研究方法

1、系统分析方法
2、比较分析方法
3、具体与抽象方法
4、分析与综合方法
5、归纳与演绎方法
6、定性分析与定量分析方法
7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数

据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 http://www.stats.gov.cn

中华人民共和国国家工商行政管理总局 http://www.saic.gov.cn

中华人民共和国海关总署 http://www.customs.gov.cn

中华人民共和国商务部 http://www.mofcom.gov.cn

中国证券监督管理委员会 http://www.csrc.gov.cn

中华人民共和国商务部 http://www.mofcom.gov.cn

世界贸易组织 https://www.wto.org

联合国统计司 http://unstats.un.org

联合国商品贸易统计数据库 http://comtrade.un.org

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。