

2020-2026年中国移动医疗 市场深度分析与投资前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国移动医疗市场深度分析与投资前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202006/170712.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2015年中国移动医疗市场规模为48.8亿元，同比增长62.0%；2018年中国移动医疗市场规模达到291.5%。2016年移动医疗用户规模于4季度达到1707.3万人。 2011-2018年中国移动医疗市场规模分析

中企顾问网发布的《2020-2026年中国移动医疗市场深度分析与投资前景报告》共七章。首先介绍了移动医疗相关概念及发展环境，接着分析了中国移动医疗规模及消费需求，然后对中国移动医疗市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国移动医疗面临的机遇及发展前景。您若想对中国移动医疗有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：移动医疗行业发展背景分析23

1.1移动医疗行业定义及分类23

1.1.1移动医疗行业定义23

1.1.2移动医疗用户分类24

1.2移动医疗行业发展环境分析24

1.2.1移动医疗行业政策环境分析25

（1）移动医疗行业监管体制分析25

（2）移动医疗行业相关政策规范28

（3）移动医疗行业发展规划分析29

（4）政策环境对移动医疗的影响30

1.2.2移动医疗行业技术环境分析31

（1）移动医疗行业技术专利申请31

（2）移动医疗行业技术专利分布32

（3）移动医疗行业技术发展案例32

1.2.3移动医疗行业产业环境分析33

（1）智能手机用户数量增长分析33

(2) 移动增值服务用户覆盖分析35

(3) 互联网行业发展分析38

1.2.4移动医疗行业社会环境分析41

(1) 我国人口老龄化加剧41

(2) 慢性病年轻化，患病时间长45

(3) 健康管理需求日益强烈48

(4) 家庭人均医疗费用支出增长48

(5) 我国医疗社会保障覆盖提升49

1.2.5移动医疗行业经济环境分析52

(1) 中国GDP增长情况52

(2) 居民收入增长情况54

(3) 中国宏观经济预测55

第2章：移动医疗行业发展前景分析58

2.1移动医疗行业发展阶段分析58

2.1.1移动医疗行业市场规模分析58

(1) 移动医疗（服务类）市场规模58

(2) 可穿戴便携移动医疗设备市场规模60

2.1.2移动医疗行业发展周期分析65

(1) 移动医疗APP数量突破两千65

(2) 移动医疗解决方案在探索阶段69

2.2移动医疗行业参与主体分析71

2.2.1移动医疗行业主要参与主体71

2.2.2移动医疗企业融资案例归纳75

(1) 移动医疗投融资现状概述75

(2) 移动医疗企业融资案例归纳78

2.2.3移动医疗参与主体市场预测82

2.3移动医疗行业发展阻碍分析84

2.3.1现有医疗支付体系不支持84

2.3.2新进入者成移动医疗寄托89

2.3.3我国移动医疗新进入者服务案例89

(1) sari的高血压监护项目89

(2) 睿医的医学文献应用软件	90
(3) 四维医学科技的远程心电图诊断	91
2.4 移动医疗行业发展现状分析	91
2.4.1 医疗大数据市场规模分析	91
2.4.2 移动医疗行业市场规模	93
(1) 移动医疗市场规模	93
(2) 移动医疗健康市场用户规模	94
(3) 移动医疗健康应用在手机网民中的渗透率	95
2.4.3 移动医疗细分行业发展分析	97
(1) 移动医疗设备行业发展分析	97
(2) 移动医疗APP行业发展分析	98
(3) 移动医疗服务行业发展分析	100
2.5 移动医疗需求市场发展分析	101
2.5.1 移动医疗需求细分市场分布	101
2.5.2 移动医疗慢性病管理需求分析	105
(1) 我国慢性病防治发展现状	105
(2) 移动医疗慢性病管理市场规模分析	108
(3) 移动医疗慢性病管理需求前景分析	108
2.5.3 移动医疗诊断服务需求分析	111
(1) 移动医疗诊断服务现状分析	111
(2) 移动医疗诊断服务市场规模分析	112
(3) 移动医疗诊断服务需求前景分析	112
2.5.4 移动医疗治疗服务需求分析	113
(1) 移动医疗治疗服务现状分析	113
(2) 移动医疗治疗服务市场规模分析	114
2014年-2023年中国移动医疗(服务类)市场规模预测	
(3) 移动医疗治疗服务需求前景分析	114
2.5.5 移动医疗其他需求分析	115

第3章：移动医疗行业商业模式构建设计策略119

3.1 移动医疗行业商业模式发展现状119

3.1.1 消费者对移动医疗充满憧憬119

3.1.2可行商业模式依然屈指可数	120
3.2移动医疗行业商业模式构建设计流程	121
3.2.1商业模式中九大要素相互关系	121
(1) 价值主张统领其它要素	121
(2) 收入来源决定要素	122
(3) 成本结构决定要素	122
(4) 盈利公式的形成	122
3.2.2移动医疗行业模式构建流程	123
3.3移动医疗行业客户定位策略	125
3.3.1移动医疗行业主要客户分类	125
3.3.2移动医疗行业客户定位策略	130
(1) 利基市场定位	130
(2) 医疗专业人士或机构定位	131
(3) 老年人群定位	132
(4) 慢性病患者定位	132
3.4移动医疗行业价值主张构建策略	133
3.4.1用户对移动医疗的需求分类	133
3.4.2消费者对移动医疗的需求分析	139
(1) 消费者期待移动医疗帮助决策	139
(2) 消费者愿意对移动医疗服务付费	140
(3) 消费使用移动医疗服务的阻碍	142
3.4.3医生对移动医疗的需求分析	143
(1) 医生期待移动医疗改善内部沟通	143
(2) 医生对改善与医院互动服务的选择	145
(3) 医生对改善与患者互动服务的选择	147
3.4.4移动医疗行业价值主张构建策略	148
(1) 传播医疗知识帮助消费者决策	148
(2) 提供平台加强医生与患者沟通	148
(3) 解决方案协调统一各方面利益	148
3.5移动医疗行业渠道通路构建策略	148
3.5.1消费者对接受移动医疗服务形式选择	148
3.5.2移动医疗行业渠道通路构建策略	149

(1) 移动互联网为移动医疗应用主要渠道149

(2) 解决方案以传统的医院渠道为主151

3.6移动医疗行业盈利模式构建策略152

3.6.1移动医疗行业盈利模式尚未清晰152

3.6.2移动医疗行业盈利模式构建策略153

(1) 移动医疗服务应用盈利模式构建策略153

(2) 移动医疗解决方案盈利模式构建策略157

3.7移动医疗行业核心资源构建158

3.7.1不同参与主体核心资源有所差异158

3.6.3国内移动医疗盈利模式前景预测158

(1) 直接消费端盈利模式分析158

(2) 间接消费端盈利模式分析161

3.7.2移动医疗行业核心资源构建策略164

(1) 移动医疗服务应用用户数量最关键164

(2) 移动医疗解决方案渠道资源最关键166

3.8移动医疗行业合作伙伴选择策略167

3.8.1移动医疗行业进入门槛较高167

3.8.2移动医疗行业复合人才缺乏169

3.8.3移动医疗行业需要多方合作171

第4章：国外移动医疗典型商业模式案例分析173

4.1国外移动医疗服务应用典型商业模式案例173

4.1.1面向医生的付费APP——eprocrates173

4.1.2Welldoc的糖尿病管理APP173

4.1.3I-Triage——患者的掌上自诊工具174

4.1.4Zocdoc——医生推荐、挂号服务平台175

4.2国外移动医疗解决方案典型商业模式案例175

4.2.1默克雪兰诺的Easypod175

4.2.2高通公司的2nethub生态系统176

4.2.3可穿戴医疗盈利新模式——Cardionet176

4.3国外移动医疗商业模式在国内的可行性177

4.3.1Cardionet商业模式可复制性分析177

4.3.2国内移动医疗操作的复杂性分析	178
(1) 国内未出现上市医疗企业原因剖析	178
(2) 国内医疗产业链剖析：医院、患者与保险	179
(3) 国内移动医疗行业的机遇与威胁	180
4.4国内移动医疗服务应用与解决方案案例	180
4.4.1国内移动医疗服务应用案例	180
(1) 医药产品电商APP——“掌上药店”	180
(2) 专业信息查询APP——“杏树林”	184
(3) 寻医问诊APP——“春雨掌上医生”	184
(4) 导医服务平台APP——“就医160”	190
(5) 细分功能APP——“大姨吗”	191
4.4.2国内移动医疗解决方案案例	192
(1) 四维医学科技——与社区医院和诊所共生	192
(2) 新元素医疗——健康小屋+会员制服务	192
(3) 中卫莱康——从医院开始，坚持做服务商	193
(4) 优加利企业——远程监护服务医院客户	194
4.5国际移动医疗产业发展现状分析	194
4.5.1全球移动医疗产业规模分析	194
4.5.2全球移动医疗产业地区分布	195
4.5.3全球移动医疗应用领域分布	196
4.5.4全球移动医疗产业前景分析	197
4.5.5全球移动医疗产业经验借鉴	197

第5章：不同参与主体商业模式构建设计要点203

5.1移动运营商移动医疗商业模式构建要点203

5.1.1现阶段移动运营商提供的服务203

5.1.2移动运营商移动医疗商业模式构建要点204

(1) 短信服务未来将受到重大挑战204

(2) 移动互联网将成主要服务方式206

(3) 服务平台建设可带动移动医疗207

5.2医疗器械商移动医疗商业模式构建要点210

5.2.1现阶段医疗器械商提供的服务210

- (1) 医疗器械商提供的服务210
- (2) 移动医疗器械行业现存问题212
- 5.2.2 医疗器械商移动医疗商业模式构建要点214
 - (1) 健康监测是最有潜力的领域214
 - (2) 客户细分与客户定位须明确216
 - (3) 与移动运营商合作实现移动化217
 - (4) 用户体验是商业模式的中心220
- 5.3 医院移动医疗商业模式构建要点224
 - 5.3.1 现阶段医院提供的服务224
 - 5.3.2 医院移动医疗商业模式构建要点224
 - (1) 语音预约将逐步被替代224
 - (2) “松绑”医生提供在线服务225
- 5.4 医院IT方案提供商商业模式构建要点228
 - 5.4.1 现阶段医院IT方案提供商提供的服务228
 - 5.4.2 医院IT方案提供商移动医疗商业模式构建要点231
 - (1) 消费者数据搜集与整合是核心业务231
 - (2) 医生远程数据处理与诊断决策是重点233
- 5.5 互联网企业移动医疗商业模式构建要点234
 - 5.5.1 现阶段互联网企业提供的服务234
 - (1) 移动医疗APP发展规模分析234
 - (2) 移动医疗APP应用主要分类235
 - (3) 移动医疗APP现有盈利模式236
 - (4) 移动医疗APP应用现存问题241
 - 5.5.2 互联网企业移动医疗商业模式构建要点242
 - (1) 移动医疗APP以用户体验为中心242
 - (2) 移动医疗APP盈利模式要可持续242
 - (3) 用户认知度需要适当培育246
 - 5.5.3 互联网企业在移动医疗的布局247
 - (1) 百度与“北京健康云”247
 - (2) 阿里支付宝与“未来医院”259
 - (3) 腾讯微信与“全流程就诊平台”264

第6章：移动医疗行业商业模式案例点评266

6.1移动医疗解决方案商业模式案例点评266

6.1.1四维科技“与社区医院和诊所共生”商业模式点评266

(1) 移动医疗业务简介266

(2) 商业模式解构266

(3) 商业模式点评266

6.1.2新元素医疗“健康小屋+会员制服务”商业模式点评267

(1) 移动医疗业务简介267

(2) 商业模式解构267

(3) 商业模式点评267

6.1.3中卫莱康“定位服务商角色”商业模式点评267

(1) 移动医疗业务简介267

(2) 商业模式解构268

(3) 商业模式点评268

6.1.4优加利“定位医院客户”商业模式点评268

(1) 移动医疗业务简介268

(2) 商业模式解构269

(3) 商业模式点评269

6.2移动医疗服务应用商业模式案例点评269

6.2.1寻医问诊应用——“春雨掌上医生”商业模式点评269

(1) 移动医疗服务简介269

(2) 商业模式解构269

(3) 商业模式点评271

6.2.2家庭医生中介平台——“5u家庭医生”商业模式点评271

(1) 移动医疗服务简介271

(2) 商业模式解构272

(3) 商业模式点评273

6.2.3药品电商——“掌上药店”商业模式点评274

(1) 移动医疗服务简介274

(2) 商业模式解构275

(3) 商业模式点评276

6.2.4服务专业客户——“杏树林”商业模式点评277

- (1) 移动医疗服务简介277
- (2) 商业模式解构277
- (3) 商业模式点评279
- 6.2.5 导医服务平台——“就医160”商业模式点评279
 - (1) 移动医疗服务简介279
 - (2) 商业模式解构280
 - (3) 商业模式点评282
- 6.2.6 医患交流平台——“好大夫在线”商业模式点评284
 - (1) 移动医疗服务简介284
 - (2) 商业模式解构284
 - (3) 商业模式点评286
- 6.2.7 女性神器——“大姨妈”商业模式点评286
 - (1) 移动医疗服务简介286
 - (2) 商业模式解构287
 - (3) 商业模式点评290
- 6.2.8 专业信息平台——“丁香园”商业模式点评291
 - (1) 移动医疗服务简介291
 - (2) 商业模式解构291
 - (3) 商业模式点评293
- 6.2.9 医务工作者的应用——“全科医生”商业模式点评294
 - (1) 移动医疗服务简介294
 - (2) 商业模式解构294
 - (3) 商业模式点评297
- 6.2.10 医学文献平台——“睿医文献”商业模式点评297
 - (1) 移动医疗服务简介297
 - (2) 商业模式解构298
 - (3) 商业模式点评299

第7章：典型商业模式成功经验的借鉴301

7.1 “客户定位明确”——加多宝商业模式301

7.1.1 加多宝商业模式解析301

7.1.2 加多宝商业模式点评302

- (1) 与广药商标争端应吸收的教训302
- (2) 与广药商标争端之后商业模式的变化305
- (3) 与可口可乐的商业模式对比分析305
- 7.2“体验式营销”——百思买商业模式306
- 7.2.1思买商业模式解析306
- 7.2.2思买商业模式点评308
 - (1) 百思买的商业模式在北美取得成功的原因308
 - (2) 百思买的商业模式在中国失败的原因308
 - (3) 百思买商业模式与苏宁国美模式之比较312
- 7.3“以病患为中心”——明基医院商业模式322
- 7.3.1明基医院商业模式解析322
- 7.3.2明基医院商业模式点评323
- 7.4沃尔玛&宝洁合作共赢商业模式325
- 7.4.1沃尔玛&宝洁合作共赢商业模式解析325
- 7.4.2沃尔玛&宝洁合作共赢商业模式点评327
 - (1) 沃尔玛和宝洁实施合作共赢的商业模式的效果327
 - (2) “宝洁-沃尔玛模式”带给我们的启示334
- 7.5“产业链重塑”——松江新城泰晤士小镇商业模式336
- 7.5.1泰晤士小镇商业模式解析336
- 7.5.2泰晤士小镇商业模式点评337
- 7.6“1+n”模式——诚品书店商业模式338
- 7.6.1诚品书店商业模式解析338
- 7.6.2诚品书店商业模式点评339
 - (1) 弱势的二房东（台北信义模式）341
 - (2) 文化产业撬动房地产（苏州模式）341
 - (3) 强势包租公（上海中心模式）341
- 7.7Zara“快时尚”商业模式342
- 7.7.1Zara“快时尚”商业模式解析342
- 7.7.2Zara“快时尚”商业模式点评342
- 7.8“免费”——谷歌商业模式345
- 7.8.1谷歌商业模式解析345
- 7.8.2谷歌商业模式点评346

(1) 谷歌商业模式点评	346
(2) 谷歌商业模式与百度商业模式比较	348
(3) google具备完美的商业模式却无法进入中国市场原因分析	353
7.9“第三方经济”——夸克电影网商业模式	355
7.9.1夸克电影网商业模式解析	355
7.9.2夸克电影网商业模式点评	356
(1) 夸克电影网商业模式点评	356
(2) 夸克电影网广告经营模式点评	357
7.10“高速研发与营销”——娃哈哈商业模式	358
7.10.1娃哈哈商业模式解析	358
7.10.2娃哈哈商业模式点评	358

图表目录：

图表1移动医疗产业链	24
图表2宏观环境推动移动医疗向行业主流发展	24
图表3中国移动医疗行业相关政策	28
图表4医疗行为	31
图表5移动医疗行业技术专利数量	31
图表6移动医疗行业技术专利技术分布	32
图表7全球智能手机用户数量增长分析	34
图表8全球分国家智能手机用户数量增长分析	35
图表9中国网民规模和互联网普及率	38
图表10中国手机网民规模及其占网民比例	39
图表11中国网民城乡结构	40
图表12中国城乡互联网普及率	40
图表13农村非网民不上网原因	41
图表14中国60岁以上人口趋势及增速预测	42
图表15中国失能老年人口统计分析	42
图表16中国人口老年抚养比预测	43
图表172018年我国人口年龄结构	43
图表18联合国对我国预期寿命的预测	44
图表19中国男性主要健康问题	47

图表20中国女性主要健康问题47

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/170712.html>