

2022-2028年中国移动互联网+医疗旅游行业发展趋势与市场需求预测报告

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

《2022-2028年中国移动互联网+医疗旅游行业发展趋势与市场需求预测报告》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/202201/262953.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

医疗旅游不只属于小众市场，各国已经积极制定各项措施推进医疗旅游发展，使得这项服务变得更具普适性，成为了针对群体广泛的国家型产业，开始繁荣与全球。综合来看，各项举措主要分为制定发展计划、设立政府部门、成立行业组织和举办宣传活动四种类型。政府层面的强势介入，在提升医疗旅游公信力的同时，其背后滚滚而来的各路资源也自不言而喻，自是为市场注入一剂强心剂，根据国际医疗旅游协会预测，2017年全球医疗旅游规模6785亿美元，占全球旅游收入的16%，医疗旅游或将成长为全球增长最快的一个新产业。

2017年中国医疗旅游市场规模1291亿元，预计2019年将突破2000亿元，2021年市场规模有望达到2643亿元。2017-2021年中国医疗旅游市场规模走势

中企顾问网发布的《2022-2028年中国移动互联网+医疗旅游行业发展趋势与市场需求预测报告》共十一章。首先介绍了中国移动互联网+医疗旅游行业市场发展环境、移动互联网+医疗旅游整体运行态势等，接着分析了中国移动互联网+医疗旅游行业市场运行的现状，然后介绍了移动互联网+医疗旅游市场竞争格局。随后，报告对移动互联网+医疗旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动互联网+医疗旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对移动互联网+医疗旅游产业有个系统的了解或者想投资中国移动互联网+医疗旅游行业，本报告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：第一章 中国移动互联网+医疗旅游行业发展综述第一节 “移动互联网+医疗旅游”概念界定一、“移动互联网+”的提出二、“移动互联网+”的内涵第二节 “移动互联网+医疗旅游”行业的内涵第三节 本报告的研究范围 第二章 医疗旅游行业发展现状与前景分析第一节 医疗旅游行业概况一、医疗旅游行业概念及分类二、全球医疗旅游行业概况三、中国医疗旅游行业概况

国内拥有大量旅游资源，很多市民节假日选择到周边旅游、度假、养老。结合旅游资源，打造品种多样、高中低端有机结合的医疗旅游产品，整合、优化相关资源配置，可以从单纯的观光旅游转型为集休闲、度假、美食、疗养、养老为一体的医疗旅游产业。

发展医疗旅游，不仅可以推动健康服务业和旅游业，还将带动其他相关产业的发展，如餐饮、住宿、交通、会展、娱乐、购物、医疗器械制造、医药制造、建筑等，能够有效拉动宏观经济增长。

从产品规模来看，春雨国际也占据首位，2016年占比达到26.4%；其次是盛诺一家，占比

为12.6%。随着发展空间扩大，预计会有更多企业涌入医疗旅游市场，产品多样性及规模有望提高。医疗旅游行业主要企业产品规模统计（单位：%）

四、中国医疗旅游行业所处周期

第二节 全球及我国医疗旅游行业发展前景展望

一、全球医疗旅游行业发展趋势展望

二、我国医疗旅游行业发展趋势展望

三、我国医疗旅游行业发展前景展望

第三节 中国医疗旅游行业产业链发展趋势

一、中国医疗旅游行业产业链二、医疗旅游产业链利润分布三、医疗旅游上游产业链分析四、下游产业——医疗旅游机构分析第三章 移动互联网+的作用——重构行业生态、促进产业链升级第一节 传统医疗旅游行业的痛点与缺陷一、医疗旅游行业痛点及根源二、医疗旅游营销受极大约束三、缺少精准营销的平台第二节 移动互联网有望重构医疗旅游行业生态一、移动医疗旅游助力解决行业痛点二、互联网催生渠道价值三、医疗旅游服务商的发展趋势第三节 产业链升级：互联网医疗旅游推动行业科学化、市场化一、精准营销改善行业痛点二、互联网医疗旅游推动产业链升级三、互联网医疗旅游模式的核心思路四、互联网医疗旅游未来趋势第四章 中国移动互联网+医疗旅游行业发展背景第一节 中国移动互联网+医疗旅游行业政策背景分析一、行业管理体制分析二、行业发展规划分析三、行业政策动向分析四、政策环境对行业的影响第二节 中国移动互联网+医疗旅游行业经济背景分析一、宏观经济环境分析二、国际宏观经济运行分析三、国内宏观经济运行分析四、宏观经济发展对行业的影响第三节 关联产业发展背景一、中国电子商务发展状况分析二、中国大数据产业发展状况分析三、中国互联网产业发展状况分析四、关联产业发展对行业的影响第四节 中国移动互联网+医疗旅游行业技术背景分析一、云计算技术发展现状及投资前景调研分析二、物联网技术发展现状及投资前景调研分析三、通信技术的发展现状及投资前景调研分析四、互联网相关技术对行业的影响总结第五章 中国移动互联网+医疗旅游所属行业发展现状分析第一节 中国移动互联网+医疗旅游行业市场发展阶段分析一、对移动互联网+医疗旅游行业发展阶段的研究二、中国移动互联网+医疗旅游行业细分阶段发展特点第二节 互联网给医疗旅游行业带来的冲击和变革分析一、互联网时代医疗旅游行业大环境变化分析二、互联网给医疗旅游行业带来的突破机遇分析三、互联网给医疗旅游行业带来的挑战分析四、移动互联网+医疗旅游行业融合创新机会分析第三节 中国移动互联网+医疗旅游行业市场发展现状分析一、中国移动互联网+医疗旅游行业投资布局分析（1）中国移动互联网+医疗旅游行业投资切入方式（2）中国移动互联网+医疗旅游行业投资规模分析（3）中国移动互联网+医疗旅游行业投资业务布局二、医疗旅游行业目标客户互联网渗透率分析三、中国移动互联网+医疗旅游行业市场规模分析四、中国移动互联网+医疗旅游行业竞争格局分析（1）中国移动互联网+医疗旅游行业参与者结构（2）中国移动互联网+医疗旅游行业竞争者类型（3）中国移动互联网+医疗旅游行业市场占有率第六章 中国移动互联网+医疗旅游行业商业模式创新策略第一节 关于商业模式研究的基本思想介绍一、商业模式的定义及与其他

模式的比较二、商业模式的核心构成要素及构建流程

第二节 中国移动互联网+医疗旅游行业市场定位创新分析

一、中国医疗旅游行业消费者特征分析二、中国医疗旅游行业企业主流的市场定位分析三、互联网对医疗旅游行业市场定位的变革分析四、互联网下医疗旅游行业市场定位优秀案例分析

第三节 中国移动互联网+医疗旅游行业价值主张创新分析

一、中国医疗旅游行业主要的客户价值主张要素分析二、移动互联网+医疗旅游行业价值主张创新策略分析

(1) 医疗旅游行业企业如何利用互联网升级产品使用体验 (2) 医疗旅游行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验 (3) 医疗旅游行业企业如何利用互联网节约客户成本三、移动互联网+医疗旅游行业价值主张创新优秀案例

第四节 中国移动互联网+医疗旅游行业渠道通路创新分析

一、中国医疗旅游行业渠道通路的主要类别及特点分析 (1) 价值传递通路的定义及特点 (2) 产品销售渠道的定义及特点 (3) 现有渠道通路特点的优势及不足 (4) 互联网对渠道通路的改造分析二、互联网对医疗旅游行业渠道通路的颠覆性变革分析三、移动互联网+医疗旅游行业网络媒体医疗旅游宣传策略分析四、移动互联网+医疗旅游行业电商渠道构建策略分析五、移动互联网+医疗旅游行业渠道通路创新优秀案例

第五节 中国移动互联网+医疗旅游行业客户关系创新分析

一、中国医疗旅游行业客户关系的类别及关系成本分析 (1) 医疗旅游行业客户关系的类别分析 (2) 医疗旅游行业客户关系成本分析二、中国移动互联网+医疗旅游行业客户关系创新路径分析三、中国移动互联网+医疗旅游行业客户关系创新优秀案例

第六节 中国移动互联网+医疗旅游行业收入来源创新分析

一、中国医疗旅游行业收入的主要来源渠道及特点二、中国移动互联网+医疗旅游行业收入来源的创新分析三、中国移动互联网+医疗旅游行业收入来源创新优秀案例

第七节 中国移动互联网+医疗旅游行业合作伙伴创新分析

一、中国医疗旅游行业主要的合作伙伴及其特点分析二、互联网如何改变医疗旅游行业合作伙伴结构三、互联网下医疗旅游行业新增合作伙伴的特点四、互联网下医疗旅游行业新增合作伙伴优秀案例

第八节 中国移动互联网+医疗旅游行业成本结构优化分析

一、中国医疗旅游行业主要成本结构及特点分析二、互联网如何改变医疗旅游行业成本结构三、互联网下医疗旅游行业成本结构的优化路径四、互联网下医疗旅游行业成本结构优化优秀案例

第九节 国外移动互联网+医疗旅游行业商业模式创新经验

一、国外移动互联网+医疗旅游行业商业模式优秀案例剖析 (1) 案例一1) 案例一基本信息分析2) 案例一经营情况分析3) 案例一盈利模式分析4) 案例一商业模式评价 (2) 案例二1) 案例二基本信息分析2) 案例二经营情况分析3) 案例二盈利模式分析4) 案例二商业模式评价 (3) 案例三1) 案例三基本信息分析2) 案例三经营情况分析3) 案例三盈利模式分析4) 案例三商业模式评价二、国外移动互联网+医疗旅游行业商业模式创新经验借鉴

第七章 中国医疗旅游行业企业电商战略规划及模式选择

第一节 中国医疗旅游行业企业电商战略规划分析

一、医疗旅游企业电商如何正确定位二、医疗旅游电商核心业务确定策略三、医疗旅游企业电商化组织变革策略

第二节 中国医疗旅游行业典型电商

发展模式总体分析一、中国电子商务主流模式分析二、B2B电商模式及其优劣势分析（1）B2B电商模式的特点（2）B2B电商模式的适用范围（3）B2B电商模式的优秀案例（4）B2B电商模式的优劣势三、B2C电商模式及其优劣势分析（1）B2C电商模式的特点（2）B2C电商模式的适用范围（3）B2C电商模式的优秀案例（4）B2C电商模式的优劣势四、C2C电商模式及其优劣势分析（1）C2C电商模式的特点（2）C2C电商模式的适用范围（3）C2C电商模式的优秀案例（4）C2C电商模式的优劣势五、O2O电商模式及其优劣势分析（1）O2O电商模式的特点（2）O2O电商模式的适用范围（3）O2O电商模式的优秀案例（4）O2O电商模式的优劣势六、中国医疗旅游行业最优电商模式的选择第三节 中国医疗旅游行业企业电商切入模式及发展路径一、模式一（1）模式一的特点及优劣势（2）模式一的业务布局分析（3）模式一的渠道通路分析（4）模式一的收入来源分析（5）模式一的关键资源能力分析（6）模式一的经营风险分析（7）模式一的优秀案例分析二、模式二（1）模式二的特点及优劣势（2）模式二的业务布局分析（3）模式二的渠道通路分析（4）模式二的收入来源分析（5）模式二的关键资源能力分析（6）模式二的经营风险分析（7）模式二的优秀案例分析三、模式三（1）模式三的特点及优劣势（2）模式三的业务布局分析（3）模式三的渠道通路分析（4）模式三的收入来源分析（5）模式三的关键资源能力分析（6）模式三的经营风险分析（7）模式三的优秀案例分析第四节 中国医疗旅游行业移动电商切入路径及典型产品一、中国医疗旅游行业移动电商的商业价值分析（1）移动电商的商业价值分析（2）中国移动互联网发展现状（3）中国移动互联网趋势分析二、中国医疗旅游行业移动电商市场发展现状三、中国医疗旅游行业移动电商市场切入路径四、中国医疗旅游行业移动电商典型产品形式五、中国医疗旅游行业移动电商发展趋势及前景第八章 中国移动互联网+医疗旅游商业模式创新优秀案例剖析第一节 案例一一、案例一基本信息分析二、案例一经营情况分析三、案例一产品服务分析四、案例一盈利模式分析五、案例一渠道通路分析六、案例一合作伙伴分析七、案例一融资情况分析八、案例一商业模式评价第二节 案例二一、案例二基本信息分析二、案例二经营情况分析三、案例二产品服务分析四、案例二盈利模式分析五、案例二渠道通路分析六、案例二合作伙伴分析七、案例二融资情况分析八、案例二商业模式评价第三节 案例三一、案例三基本信息分析二、案例三经营情况分析三、案例三产品服务分析四、案例三盈利模式分析五、案例三渠道通路分析六、案例三合作伙伴分析七、案例三融资情况分析八、案例四商业模式评价第四节 案例四一、案例四基本信息分析二、案例四经营情况分析三、案例四产品服务分析四、案例四盈利模式分析五、案例四渠道通路分析六、案例四合作伙伴分析七、案例四融资情况分析八、案例四商业模式评价第五节 案例五一、案例五基本信息分析二、案例五经营情况分析三、案例五产品服务分析四、案例五盈利模式分析五、案例五渠道通路分析六、案例五合作伙伴分析七、案例五融资情况分析八、案例五商业模式评价第九章 中国重点企业移动互联

网+医疗旅游投资布局分析第一节 阿里巴巴一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业互联网+医疗旅游投资布局四、企业互联网+医疗旅游产品/服务分析五、企业最新发展动向第二节 百度公司一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业互联网+医疗旅游投资布局四、企业互联网+医疗旅游产品/服务分析第三节 腾讯公司一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业互联网+医疗旅游投资布局四、企业互联网+医疗旅游产品/服务分析 第十章 2022-2028年中国移动互联网+医疗旅游行业市场发展趋势预测第一节 2022-2028年中国移动互联网+医疗旅游行业市场趋势预测分析一、中国移动互联网+医疗旅游行业市场增长动力分析二、中国移动互联网+医疗旅游行业市场发展瓶颈剖析三、中国移动互联网+医疗旅游行业市场发展趋势分析第二节 2022-2028年中国医疗旅游行业电商发展现状及趋势分析一、中国医疗旅游行业电商总体开展情况二、中国医疗旅游行业电商交易规模分析三、中国医疗旅游行业电商产品服务品类四、中国医疗旅游行业电商盈利情况分析五、中国医疗旅游行业电商市场现存问题六、中国医疗旅游行业电商市场趋势分析七、中国医疗旅游行业电商市场规模预测 第十一章 2022-2028年中国移动互联网+医疗旅游行业市场投资机会及建议（）第一节 2022-2028年中国移动互联网+医疗旅游行业投资特性及风险一、移动互联网+医疗旅游行业投资壁垒分析（1）政策壁垒（2）技术壁垒（3）市场壁垒二、移动互联网+医疗旅游行业投资特性分析三、移动互联网+医疗旅游行业投资前景分析第二节 2022-2028年中国移动互联网+医疗旅游行业投融资现状及趋势一、中国移动互联网+医疗旅游行业投资现状及趋势（1）中国移动互联网+医疗旅游行业投资主体结构（2）各投资主体核心资源分析（3）各投资主体投资方式分析（4）各投资主体投资规模分析（5）2019年主要投资事件分析（6）各投资主体投资前景分析二、中国移动互联网+医疗旅游行业融资现状及趋势（1）中国移动互联网+医疗旅游行业融资主体构成（2）各融资主体核心资源分析（3）各融资主体融资方式分析（4）各融资主体融资规模分析（5）2019年主要融资事件及用途（6）各融资主体融资趋势分析第三节 2022-2028年中国移动互联网+医疗旅游行业投资机会及建议一、中国移动互联网+医疗旅游行业投资机会分析()二、关于移动互联网+医疗旅游行业的投资建议 图表目录：
图表：医疗旅游分类图表：大医疗旅游市场分类图表：中国医疗旅游市场消费者的性别分布图表：中国医疗旅游市场消费者的年龄分布图表：中国医疗旅游市场消费者的职业分布图表：中国医疗旅游市场消费者的学历分布图表：中国医疗旅游市场消费者收入分布图表：中国医疗旅游市场消费者的地域分布图表：中国医疗旅游行业前景图表：医疗旅游客户生命周期图表：主要整型消费人群图表：医疗旅游行业产业链图表：医疗旅游产业是一个交叉产业图表：我国医疗旅游市场地域分布特点图表：医疗旅游行业痛点溯源图表：医疗旅游行业获客渠道图表：移动医疗旅游助力解决行业痛点图表：新兴医疗旅游平台一览图表：医疗旅游价值链——移动医疗旅游的作用图表：互联网医疗旅游平台信息图表：医疗旅游行

业产业链目前呈现的“再分工”趋势图表：医疗旅游行业产业链结构出现变化：传统模式与互联网模式交织的状态图表：理想状态下互联网医疗旅游产业链格局图表：医疗旅游宣传方式在进化图表：互联网医疗旅游平台商业模式比较图表：国内互联网医疗旅游平台比较图表：整形医疗旅游医院招揽顾客的主要方式图表：“互联网+医疗旅游”项目的类型分布图表：“互联网+医疗旅游”项目的地域分布图表：“互联网+医疗旅游”项目的融资方式分布图表：“互联网+医疗旅游”项目的阶段分布图表：移动互联网+医疗旅游行业发展规划汇总表图表：移动互联网+医疗旅游行业主要政策汇总表更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/262953.html>