

2024-2030年中国在线医疗 行业发展趋势与行业竞争对手分析报告

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

《2024-2030年中国在线医疗行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》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/202310/412018.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

在线医疗，又称互联网医疗，是互联网在医疗行业的新应用，其包括了以互联网为载体和技术手段的健康教育、医疗信息查询、电子健康档案、疾病风险评估、在线疾病咨询、电子处方、远程会诊、及远程治疗和康复等多种形式的健康医疗服务。

基于医疗刚性需求的不断扩大，互联网医疗正以前所未有的速度快速发展。一方面，我国人口老龄化进程加快，2022年末，全国60岁及以上人口为28004万人，占19.8%，其中65岁及以上人口为20978万人，占14.9%。与2021年相比，60岁及以上人口增加1268万人，比重上升0.9个百分点；65岁及以上人口增加922万人，比重上升0.7个百分点。人口老龄化的加剧将带来老年群体的医疗、保健需求的急剧增长。另一方面，我国医疗资源供需严重失衡，这一缺口为互联网与医疗行业的结合提供了切入点。

互联网医疗，代表了医疗行业新的发展方向，有利于解决中国医疗资源不平衡和人们日益增加的健康医疗需求之间的矛盾，是卫生部积极引导和支持的医疗发展模式，近年来中国互联网医疗市场飞速发展，2021年中国互联网医疗市场规模达2230亿元，同比增长43.87%。

中国互联网络信息中心发布的第51次《中国互联网络发展状况统计报告》称，我国互联网医疗规范化水平持续提升：截至2022年12月互联网医疗用户规模达3.63亿，占网民整体的34%，同比增长21.7%，成为当年用户规模增长最快的应用。截至2022年12月，我国网民规模达10.67亿，同比增长3549万，互联网普及率达75.6%；互联网医疗领域相关监管政策框架日益完善，引导互联网医疗行业规范化发展。防疫期间的就诊需求催生互联网医疗迅猛发展，在线服务让患者看病越来越便利。随着我国银发群体规模逐年增长，对老年健康服务的关注，成为各互联网平台在在线医疗领域切入的重点方向。此外，智能化养老不断发展，智能设备成为该领域发展新的突破口。

政策方面，2022年11月9日，国家卫生健康委、国家中医药局、国家疾控局联合印发《“十四五”全民健康信息化规划》，到2025年，建成若干区域健康医疗大数据中心与“互联网+医疗健康”示范省，基本形成卫生健康行业机构数字化、资源网络化、服务智能化、监管一体化的全民健康信息服务体系。2022年12月11日，国务院应对新型冠状病毒肺炎疫情联防联控机制医疗救治组印发《关于做好新冠肺炎互联网医疗服务的通知》，提出县级及以上地方卫生健康行政部门应当加强对互联网诊疗服务的监管，医疗机构应当落实互联网诊疗服务的医疗质量安全责任，确保线上线下医疗服务一体化、医疗质量安全同质化。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国在线医疗行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》共十三章。首先介绍了在线医疗相关概念以及互联网环境下医疗行业发展情况；然后，报告深入

分析了国内外在线医疗行业的发展状况，并详细阐述了移动医疗、互联网医院以及医药电商的发展情况；随后，对在线医疗行业的发展模式、国内外企业的布局做了详细解析；最后，报告重点分析了中国在线医疗行业的投融资状况，并对其发展前景进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、国家工业和信息化部、国家商务部、国家卫生健康委员会、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您若想对在线医疗行业有个系统的了解或者想投资在线医疗相关行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章 在线医疗行业相关概述

1.1 “互联网+”的概念及特征

1.1.1 “互联网+”的概念

1.1.2 “互联网+”的意义

1.1.3 “互联网+”主要特征

1.2 在线医疗相关介绍

1.2.1 在线医疗行业定义

1.2.2 在线医疗建设产生背景

1.2.3 在线医疗行业类别

1.2.4 在线医疗行业发展阶段

1.2.5 在线医疗建设可行性分析

1.3 在线医疗行业优势分析

1.3.1 药剂师送药上门

1.3.2 随时随地咨询医生

1.3.3 节约排队等候时间

1.3.4 线上缴费节约时间

1.3.5 充分利用医疗资源

1.3.6 智能硬件实时监测

1.3.7 高效管理疾病

1.4 在线医疗用户个人健康信息保护机制

1.4.1 个人健康信息的主要特点

1.4.2 个人健康信息保护中的问题

1.4.3 个人健康信息保护机制构建

第二章 2020-2022年互联网环境下医疗健康行业发展分析

2.1 中国互联网网民基本情况

2.1.1 总体网民规模分析

2.1.2 手机网民规模分析

2.1.3 城乡网民规模分析

2.1.4 网民属性结构分析

2.2 中国网民互联网应用状况

2.2.1 基础应用类应用情况

2.2.2 商务交易类应用情况

2.2.3 网络娱乐类应用情况

2.2.4 公共服务类应用情况

2.3 互联网环境下医疗行业的机会与挑战

2.3.1 互联网时代行业大环境的变化

2.3.2 互联网直击传统行业消费痛点

2.3.3 互联网助力企业开拓市场

2.3.4 电商成为传统企业突破口

2.4 互联网环境下医疗行业的改造与重构

2.4.1 互联网重构行业的供应链格局

2.4.2 互联网改变生产厂商营销模式

2.4.3 互联网导致行业利益重新分配

2.4.4 互联网改变行业未来生态格局

2.4.5 互联网推动下医疗服务发展趋势

第三章 2020-2022年国际在线医疗行业发展状况及经验借鉴

3.1 全球在线医疗行业发展分析

3.1.1 市场规模分析

3.1.2 区域增速分析

3.1.3 细分市场占比

3.2 美国在线医疗行业发展综述

3.2.1 整体发展状况

- 3.2.2 行业信息安全
- 3.2.3 行业融资规模
- 3.2.4 投资机构布局
- 3.2.5 行业变革因素
- 3.3 美国移动医疗行业发展模式分析
 - 3.3.1 商业模式分析
 - 3.3.2 盈利模式分析
- 3.4 各国在线医疗发展经验借鉴
 - 3.4.1 美国经验
 - 3.4.2 英国经验
 - 3.4.3 丹麦经验
 - 3.4.4 加拿大经验

第四章 2020-2022年中国在线医疗行业发展PEST分析

- 4.1 政策环境（Political）
 - 4.1.1 相应监管制度
 - 4.1.2 医保支付政策
 - 4.1.3 相关促进政策
- 4.2 经济环境（Economic）
 - 4.2.1 宏观经济概况
 - 4.2.2 固定资产投资
 - 4.2.3 服务业运行状况
 - 4.2.4 社会消费规模
 - 4.2.5 宏观经济展望
- 4.3 社会环境（Socio-cultural）
 - 4.3.1 人口规模构成
 - 4.3.2 居民健康素养水平
 - 4.3.3 大健康格局构建
 - 4.3.4 新冠肺炎疫情影响
- 4.4 技术环境（Technological）
 - 4.4.1 MEMS传感器技术
 - 4.4.2 第五代移动通信技术

- 4.4.3 大数据和云计算
- 4.4.4 智能可穿戴设备
- 4.4.5 机器深度学习技术

第五章 2020-2022年中国在线医疗行业发展分析

5.1 中国在线医疗行业发展总体概述

- 5.1.1 行业发展历程
- 5.1.2 产业链发展分析
- 5.1.3 行业分类概况

5.2 2020-2022年中国在线医疗行业运行分析

- 5.2.1 行业发展特征
- 5.2.2 行业发展现状
- 5.2.3 市场规模分析
- 5.2.4 市场用户规模
- 5.2.5 用户使用情况

5.3 中国在线医疗发展SWOT分析

- 5.3.1 优势（Strengths）
- 5.3.2 劣势（Weaknesses）
- 5.3.3 机会（Opportunities）
- 5.3.4 威胁（Threats）

5.4 2020-2022年中国在线医疗硬件发展分析

- 5.4.1 可穿戴医疗设备市场规模
- 5.4.2 可穿戴医疗设备优势分析
- 5.4.3 可穿戴医疗设备关键技术
- 5.4.4 可穿戴医疗设备潜力分析
- 5.4.5 可穿戴医疗设备发展方向
- 5.4.6 可穿戴医疗设备产品趋势

5.5 2020-2022年中国在线医疗软件发展分析

- 5.5.1 医院信息管理系统的发展阶段
- 5.5.2 医院信息管理系统的应用分析
- 5.5.3 医院信息化系统建设存在问题
- 5.5.4 医院信息管理系统的发展趋势

5.6 中国在线医疗行业问题分析

5.6.1 行业面临问题

5.6.2 行业发展阻力

5.6.3 行业潜在问题

5.6.4 行业运营瓶颈

5.6.5 企业发展障碍

5.7 中国在线医疗行业发展对策

5.7.1 行业监管建议

5.7.2 行业发展建议

5.7.3 行业发展路径

5.7.4 行业保障机制

第六章 2020-2022年中国移动医疗行业发展分析

6.1 中国移动医疗发展总体概述

6.1.1 移动医疗行业特征

6.1.2 移动医疗市场参与者

6.1.3 移动医疗产业链

6.2 2020-2022年中国移动医疗行业现状分析

6.2.1 市场发展状况

6.2.2 市场竞争格局

6.2.3 发展模式分析

6.2.4 运营模式分析

6.2.5 商业路径分析

6.3 中国移动医疗发展存在的问题

6.3.1 医师资源匮乏

6.3.2 行业监管风险

6.3.3 行业政策壁垒

6.3.4 盈利模式缺失

6.4 中国移动医疗快速发展策略

6.4.1 拓宽医师资源

6.4.2 制定行业规范

6.4.3 探索盈利模式

第七章 2020-2022年中国互联网医院建设状况分析

7.1 2020-2022年中国医院行业发展分析

7.1.1 医疗机构规模

7.1.2 医疗服务规模

7.1.3 医院费用情况

7.1.4 基层卫生服务

7.1.5 从业人员规模

7.2 2020-2022年中国互联网医院行业发展综述

7.2.1 行业建设进度

7.2.2 质量建设体系

7.2.3 行业实践状况

7.2.4 企业布局状况

7.3 中国互联网医院主要运营模式分析

7.3.1 H模式

7.3.2 H+I模式

7.3.3 I模式

7.3.4 对比分析

7.4 中国互联网医院盈利模式分析

7.4.1 药品销售

7.4.2 医院引流

7.4.3 平台入驻

7.4.4 广告盈利

7.4.5 大数据分析

7.5 中国互联网医院发展存在的问题及对策建议

7.5.1 发展存在的问题

7.5.2 发展面临的风险

7.5.3 关键对策分析

7.6 中国互联网医院发展前景分析

7.6.1 发展前景展望

7.6.2 医院建设趋势

7.6.3 行业发展方向

7.6.4 未来发展趋势

第八章 2020-2022年中国医药电商行业发展分析

8.1 医药电商发展必要性

8.1.1 健康管理转型

8.1.2 产业融合加速

8.1.3 行业战略意义

8.2 2020-2022年中国医药电商行业发展综述

8.2.1 医药电商发展历程

8.2.2 医药电商产业链结构

8.2.3 医药供应链管理模式

8.2.4 医药电商市场规模

8.2.5 医药电商药店形式

8.2.6 医药电商商业模式

8.2.7 医药电商主要问题

8.2.8 医药电商运营对策

8.3 中国医药电商市场竞争格局

8.3.1 行业竞争态势

8.3.2 企业竞争状况

8.3.3 区域竞争状况

8.3.4 企业竞争力评价

8.4 中国医药物流行业发展分析

8.4.1 市场参与主体

8.4.2 行业发展成就

8.4.3 直报企业发展

8.4.4 行业发展特点

8.4.5 行业存在问题

8.4.6 行业发展建议

8.4.7 未来发展趋势

8.5 中国医药电商投资机遇

8.5.1 消费机遇分析

8.5.2 医改机遇分析

- 8.5.3 行业政策机遇
- 8.5.4 其他利好因素
- 8.6 中国医药电商发展前景展望
- 8.6.1 医药电商发展方向
- 8.6.2 医药电商模式转变
- 8.6.3 医药电商未来前景

第九章 2020-2022年中国在线医疗行业发展模式分析

- 9.1 在线医疗建设模式分析
 - 9.1.1 公司自建模式
 - 9.1.2 医院自建模式
 - 9.1.3 医院与公司联合开发模式
- 9.2 在线医疗企业发展模式分析
 - 9.2.1 医院互联网医疗服务模式
 - 9.2.2 互联网医药电商模式
 - 9.2.3 第三方互联网医院模式
 - 9.2.4 在线问诊平台模式
 - 9.2.5 医生线上服务平台模式
- 9.3 在线医疗应用模式分析
 - 9.3.1 药店+云诊所
 - 9.3.2 药店+云医院
 - 9.3.3 药店+智慧医疗服务
 - 9.3.4 分级诊疗
- 9.4 在线医疗服务模式分析
 - 9.4.1 云端服务
 - 9.4.2 O2O服务
 - 9.4.3 个性化服务
 - 9.4.4 自服务
 - 9.4.5 第三方服务
- 9.5 在线医疗盈利模式分析
 - 9.5.1 循环补贴模式
 - 9.5.2 向用户收费模式

9.5.3 转移支付模式

第十章 2020-2022年国内外巨头在线医疗布局分析

10.1 电子领军企业在线医疗领域布局状况

10.1.1 苹果

10.1.2 华为

10.1.3 小米

10.1.4 联想

10.2 BAT在线医疗领域布局状况

10.2.1 百度

10.2.2 腾讯

10.2.3 阿里巴巴

10.3 中国其它上市公司在线医疗领域布局状况

10.3.1 美团

10.3.2 搜狗

10.3.3 京东

10.3.4 字节跳动

第十一章 2020-2023年中国在线医疗行业重点企业及平台分析

11.1 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 经营效益分析

11.1.3 业务经营分析

11.1.4 财务状况分析

11.1.5 核心竞争力分析

11.1.6 公司发展战略

11.1.7 未来前景展望

11.2 广东宝莱特医用科技股份有限公司

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 经营效益分析

11.2.3 业务经营分析

11.2.4 财务状况分析

- 11.2.5 核心竞争力分析
- 11.2.6 公司发展战略
- 11.2.7 未来前景展望
- 11.3 天津九安医疗电子股份有限公司
 - 11.3.1 企业发展概况
 - 11.3.2 经营效益分析
 - 11.3.3 业务经营分析
 - 11.3.4 财务状况分析
 - 11.3.5 核心竞争力分析
 - 11.3.6 公司发展战略
 - 11.3.7 未来前景展望
- 11.4 乐普（北京）医疗器械股份有限公司
 - 11.4.1 企业发展概况
 - 11.4.2 经营效益分析
 - 11.4.3 业务经营分析
 - 11.4.4 财务状况分析
 - 11.4.5 核心竞争力分析
 - 11.4.6 公司发展战略
 - 11.4.7 未来前景展望
- 11.5 九州通医药集团股份有限公司
 - 11.5.1 企业发展概况
 - 11.5.2 经营效益分析
 - 11.5.3 业务经营分析
 - 11.5.4 财务状况分析
 - 11.5.5 核心竞争力分析
 - 11.5.6 公司发展战略
 - 11.5.7 未来前景展望
- 11.6 卫宁健康科技集团股份有限公司
 - 11.6.1 企业发展概况
 - 11.6.2 行业布局状况
 - 11.6.3 经营效益分析
 - 11.6.4 业务经营分析

- 11.6.5 财务状况分析
- 11.6.6 核心竞争力分析
- 11.6.7 公司发展战略
- 11.6.8 未来前景展望
- 11.7 阿里健康信息技术有限公司
 - 11.7.1 企业发展概况
 - 11.7.2 企业主要业务
 - 11.7.3 2022财年企业经营状况分析
 - 11.7.4 2023财年企业经营状况分析
 - 11.7.5 2023财年企业经营状况分析
- 11.8 优秀平台介绍
 - 11.8.1 微医
 - 11.8.2 丁香园
 - 11.8.3 春雨医生
 - 11.8.4 平安好医生
 - 11.8.5 好大夫在线

第十二章 中国在线医疗行业投融资分析及建议

- 12.1 在线医疗行业投融资分析
 - 12.1.1 行业投资规模分析
 - 12.1.2 行业投资轮次分布
 - 12.1.3 行业融资细分领域
 - 12.1.4 行业融资交易动态
- 12.2 中国在线医疗行业投资价值评估分析
 - 12.2.1 投资价值综合评估
 - 12.2.2 市场投资机会分析
 - 12.2.3 市场进入时机判断
- 12.3 中国在线医疗行业发展驱动因素分析
 - 12.3.1 政策因素
 - 12.3.2 技术因素
 - 12.3.3 社会需求
 - 12.3.4 资本因素

12.4 中国在线医疗行业投资风险提示

12.4.1 政策法规风险

12.4.2 潜在医疗风险

12.4.3 主观意识风险

12.4.4 行业经营风险

12.4.5 其他衍生风险

12.5 2024-2030年中国在线医疗行业的投资建议

第十三章 2024-2030年中国在线医疗行业前景及趋势预测分析

13.1 中国在线医疗行业发展前景分析

13.1.1 医疗信息化市场空间广阔

13.1.2 在线医疗前景展望

13.1.3 在线医疗发展方向

13.2 中国在线医疗行业发展趋势分析

13.2.1 行业发展变革

13.2.2 政策发展趋势

13.2.3 商业模式趋势

13.2.4 资本市场趋势

13.3 2024-2030年中国在线医疗行业预测分析

13.3.1 2024-2030年中国在线医疗行业影响因素分析

13.3.2 2024-2030年中国互联网医疗市场规模预测

13.3.3 2024-2030年中国互联网医疗用户规模预测

图表目录

图表1 我国当前互联网医疗行业类别

图表2 我国互联网医疗发展阶段

图表3 2020-2022年网民规模和互联网普及率

图表4 2020-2022年中国手机网民规模及其占网民比例

图表5 2021-2022年中国网民城乡结构

图表6 2020-2022年城乡地区互联网普及率

图表7 2022年中国网民性别结构

图表8 2022年中国网民年龄结构

- 图表9 2020-2022年即时通信用户规模及使用率
- 图表10 2020-2022年搜索引擎用户规模及使用率
- 图表11 2020-2022年网络新闻用户规模及使用率
- 图表12 2020-2022年在线办公用户规模及使用率
- 图表13 2020-2022年网络支付用户规模及使用率
- 图表14 2020-2022年网络购物用户规模及使用率
- 图表15 2020-2022年在线旅行预订用户规模及使用率
- 图表16 2020-2022年网络视频（含短视频）用户规模及使用率
- 图表17 2020-2022年网络直播用户规模及使用率
- 图表18 2020-2022年网络游戏用户规模及使用率
- 图表19 2020-2022年网约车用户规模及使用率
- 图表20 百度三大闭环
- 图表21 阿里健康云医院平台——医蝶谷
- 图表22 腾讯智慧医疗未来计划
- 图表23 患者入口切入点
- 图表24 2015-2026年全球互联网医疗市场规模
- 图表25 2019-2024年全球互联网医疗增速图
- 图表26 2013-2023年全球互联网医疗产品占比
- 图表27 2011-2021美国数字健康市场投融资总额和交易数量
- 图表28 2017-2021年美国数字健康市场超大型交易数量
- 图表29 2021年美国数字健康市场前四位超大型投融资交易
- 图表30 2021年美国数字健康市场按企业价值主张和临床适用症分类的领域表现

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412018.html>