

2020-2025年中国互联网医疗行业市场调研分析及 投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国互联网医疗行业市场调研分析及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/510176.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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管家服务。

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 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）90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、医疗信息化

第二章 互联网医疗发展现状调研

第一节 互联网医疗硬件发展分析

一、可穿戴医疗优势分析

- (一) 实现长时间的动态监测，提供全面的临床诊断数据
- (二) 有利于寻找病因，实现防病和早期治疗
- (三) 提升诊疗水平，持续跟踪患者状况分析

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调研

- (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）建设状况分析
- (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）典型应用
- (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）建设状况分析

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及盈利模式

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

1、安全监管

2、盈利模式

3、核心医疗服务

4、信息沟通

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）高效跟踪患者康复状况分析

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) 发展历程和现状调研
 - (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) 发展现状调研

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) 发展历程和现状调研

(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) 药品电子商务趋势预测分析

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、九安医疗

- (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) 公司互联网医疗发展战略

三、三诺生物

- (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

四、邦讯技术

- (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

五、乐普医疗

- (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) 公司互联网医疗发展战略

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) 公司互联网医疗发展战略

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) 公司互联网医疗发展战略

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) 公司互联网医疗发展战略

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) 公司互联网医疗发展战略

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调研

(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调研

(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调研
- (五) 公司医药电子商务发展战略

第七章 2020-2025年互联网医疗行业发展趋势与前景

第一节 2020-2025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、其他

第二节 2020-2025年互联网医疗发展趋势预测分析

- 一、行业方面趋势预测分析
- 二、商业模式方面趋势预测分析
- 三、资本介入趋势预测分析
- 四、政策发展趋势预测分析

第三节 2020-2025年互联网医疗趋势预测分析

- 一、2020-2025年向药企收费模式规模预测分析
- 二、2020-2025年向患者收费模式规模预测分析
- 三、2020-2025年向医生收费模式规模预测分析
- 四、2020-2025年向医院收费模式规模预测分析
- 五、2020-2025年向险企收费模式规模预测分析

第八章 2020-2025年互联网医疗行业投融资策略分析

第一节 2020-2025年互联网医疗行业投资前景

- 一、政策风险 (AK LT)
- 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 2020-2025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 2020-2025年互联网医疗行业投资前景研究

一、互联网医疗行业投资壁垒

二、移动互联网医疗投资前景研究

第四节 2020-2025年互联网医疗行业融资策略

一、互联网医疗项目融资状况分析

（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 日本医疗卫生支出

图表 2 我国卫生总费用快速增加

图表 3 中国公共医疗卫生支出及占GDP比重

图表 4 日本公共医疗卫生支出及占GDP比重

图表 5 中国手机网民规模及其占网民比例

图表 6 中国网民年龄结构

图表 7 手机网民使用互联网医疗的状况分析

图表 8 全球各种医疗移动化的需求比例

图表 9 德国各年龄段在各途径进行过互联网医疗的比例

图表 10 20岁及25岁以上90后人数预测分析

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/510176.html>