

2020-2026年中国移动医疗 市场评估与投资战略咨询报告

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评估与投资战略咨询报告》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/202007/174794.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

由于中国医疗资源配置不合理，优质资源过度集中于大城市，导致了大量的医疗健康市场长尾需求，在此背景下，互联网的“连接”属性得以发挥，有效提高了长尾市场的信息流通，催生了广阔的移动医疗市场。中企顾问网发布的《2020-2026年中国移动医疗市场评估与投资战略咨询报告》分析了移动医疗行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国移动医疗行业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：第一章 移动医疗的基本概述1.1 互联网医疗的简述1.1.1 互联网医疗的本质1.1.2 互联网医疗的特性1.1.3 互联网医疗的模式1.2 移动医疗概念阐释1.2.1 移动医疗的概念1.2.2 移动医疗的特点1.2.3 移动医疗的分类1.3 移动医疗的产业链1.3.1 产业链结构分析1.3.2 移动运营服务商1.3.3 信息平台系统提供商1.3.4 医疗设备商1.3.5 APP应用程序开发 第二章 国外移动医疗行业发展状况及经验借鉴2.1 全球移动医疗行业总体概况2.1.1 行业整体概述2.1.2 市场规模现状2.1.3 行业格局概况2.1.4 典型商业案例2.2 全球移动医疗技术专利发展趋势2.2.1 技术专利总体态势2.2.2 技术专利信息主题2.2.3 技术专利区域布局2.2.4 技术专利申请人分析2.3 国外科技巨头布局移动医疗市场2.3.1 Apple(苹果)2.3.2 Google(谷歌)2.3.3 Microsoft(微软)2.3.4 IBM(国际商业机器公司)2.3.5 Samsung(三星)2.4 美国移动医疗行业发展分析2.4.1 行业发展基础2.4.2 国家政策支持2.4.3 行业发展态势2.4.4 企业布局概况2.4.5 文化驱动因素2.4.6 面临挑战分析2.4.7 中美差异对比2.5 日本移动医疗行业发展分析2.5.1 行业发展路径2.5.2 市场发展现状2.5.3 行业发展动态2.5.4 典型企业解析2.5.5 产品研发状况2.5.6 市场前景广阔2.6 国外移动医疗企业的商业模式分析2.6.1 Epocrates2.6.2 Zocdoc2.6.3 Vocera2.6.4 WellDoc2.6.5 Zeo 第三章 2016-2019年中国移动医疗行业发展的市场环境分析3.1 经济环境3.1.1 国际宏观经济表现3.1.2 中国经济运行现状3.1.3 中国经济发展展望3.2 消费环境3.2.1 全国居民收入水平3.2.2 全国医疗消费状况3.2.3 全国医疗服务状况3.3 社会环境3.3.1 人口老龄化加剧3.3.2 医疗卫生资源状况3.3.3 新型医疗服务需求3.4 技术环境3.4.1 移动网络迅猛发展3.4.2 移动互联网用户增多3.4.3 可穿戴设备快速发展 第四章 2016-2019年中国移动医疗行业发展的政策环境分析4.1 “互联网+医疗”新政分析4.1.1 产业发展指导意见4.1.2 “互联网+”益民服务4.1.3 “互联网+”电子商务4.1.4 “互联网+”人工智能4.1.5 互联网医疗管理办法4.2 移动医疗其他重点政策分析4.2.1 推动开展移动医疗4.2.2 鼓励农村移动医疗发展4.2.3 远程医疗信息系统规范4.2.4 移动健康成为发展重点4.3 移动医疗相关政策

分析4.3.1 推进分级诊疗4.3.2 医师执业注册4.3.3 养老政策利好4.3.4 药品交易新规4.3.5 医改相关政策 第五章 2016-2019年中国移动医疗发展的总体现状分析5.1 中国移动医疗发展总体概述5.1.1 移动医疗发展历程5.1.2 移动医疗行业特征5.1.3 移动医疗市场参与者5.1.4 移动医疗产业链5.2 2016-2019年中国移动医疗行业现状分析5.2.1 市场规模现状5.2.2 用户规模分析5.2.3 细分市场动态5.2.4 内容产业布局5.3 2016-2019年中国移动医疗市场竞争态势分析5.3.1 市场竞争格局5.3.2 市场竞争态势5.3.3 进入跨界竞争时代5.3.4 进军海外竞争市场5.3.5 移动医疗应用市场竞争5.4 中国移动医疗发展存在的问题5.4.1 医师资源匮乏5.4.2 行业监管风险5.4.3 行业政策壁垒5.4.4 盈利模式缺失5.5 中国移动医疗快速发展策略5.5.1 拓宽医师资源5.5.2 制定行业规范5.5.3 探索盈利模式 第六章 移动医疗行业的商业模式分析6.1 中国移动医疗商业模式发展综述6.1.1 商业模式现状分析6.1.2 商业模式发展阶段6.1.3 商业模式探索动态6.2 移动医疗的盈利模式分析6.2.1 为医生提供手机临床信息6.2.2 为企业提供远程医疗服务6.2.3 导医服务提供健康咨询6.2.4 医院联网6.2.5 慢病管理6.2.6 可穿戴医疗6.2.7 健康大数据6.3 移动医疗项目的付费变现方式6.3.1 患者付费6.3.2 企业付费6.3.3 医院医生付费6.3.4 药企药店付费6.3.5 银行付费6.3.6 保险公司付费6.3.7 数据及文献付费6.3.8 电子商务6.4 移动医疗的主要商业模式案例分析6.4.1 医疗健康平台类6.4.2 智能硬件销售类6.4.3 自查问诊模式类6.4.4 其他模式类型 第七章 移动医疗行业的服务模式分析7.1 移动医疗服务模式的核心意义7.1.1 重塑医疗服务流程7.1.2 优化医院资源配置7.1.3 融入互联网生态体系7.2 院前服务模式分析7.2.1 移动诊寻服务7.2.2 社交服务平台7.2.3 健康监测服务7.2.4 院前检查服务7.2.5 移动智能云服务7.2.6 O2O闭环服务7.2.7 结合商业保险7.3 院中服务模式分析7.3.1 面向患者群体的服务模式7.3.2 面向医师群体的服务模式7.3.3 面向医院的移动服务模式7.4 院后服务模式分析7.4.1 满意度反馈互动服务7.4.2 远程监测服务 第八章 2016-2019年中国移动医疗APP发展状况分析8.1 2016-2019年移动医疗App发展现状8.1.1 发展背景分析8.1.2 整体发展概况8.1.3 核心功能评价8.1.4 产品作用分析8.1.5 媒体营销推广8.1.6 主要应用领域8.2 移动医疗App的盈利模式分析8.2.1 向医院收费模式8.2.2 向药企收费模式8.2.3 向医械企业收费模式8.2.4 向私人诊所收费模式8.2.5 向保险公司收费模式8.2.6 向消费者收费模式8.3 移动医疗App的线上线下推广分析8.3.1 移动互联网的线上推广8.3.2 面向医院医生线下推广8.3.3 面向用户的线下推广8.4 移动医疗APP建设方向分析8.4.1 基本认识8.4.2 产品定位8.4.3 新技术增值8.4.4 升级发展8.5 国内移动医疗App的发展阻碍8.5.1 诊断风险问题8.5.2 隐私保护问题8.5.3 信息验证问题8.5.4 虚假广告问题8.5.5 纠纷侵权问题8.6 中国移动医疗App发展对策及趋势分析8.6.1 行业发展建议8.6.2 市场应用趋势8.6.3 产品功能趋势 第九章 2016-2019年中国移动医疗用户行为调研分析9.1 中国移动互联网用户特征分析9.1.1 网民规模9.1.2 用户属性9.1.3 上网设备9.1.4 使用场所9.1.5 上网时长9.2 中国移动医疗用户特征分析9.2.1 用户设备品牌分布9.2.2 用户不同地域分布9.2.3 用户活跃时段分布9.3 中国移动医疗慢病管理应用用户调查9.3.1 用户产品

使用率9.3.2 用户知悉度状况9.3.3 用户应用目的分析9.3.4 用户对应用的期待9.3.5 用户产品满意度9.4 中国移动医疗用户医疗应用覆盖率分析9.4.1 预约挂号类应用9.4.2 寻医问诊类应用9.4.3 医药服务类应用9.4.4 资讯文献类应用9.4.5 医疗信息化应用 第十章 2016-2019年中国移动医疗市场投融资状况分析10.1 2016-2019年中国移动医疗投融资总体现状10.1.1 投融资形势10.1.2 投融资参与者10.1.3 投融资规模10.1.4 市场融资动态10.2 BAT在移动医疗领域的布局10.2.1 百度10.2.2 阿里巴巴10.2.3 腾讯10.3 通信运营商在移动医疗领域的布局10.3.1 中国移动10.3.2 中国电信10.3.3 中国联通10.4 金融机构在移动医疗领域的布局10.4.1 工商银行10.4.2 中国平安10.4.3 北京银行10.4.4 民生银行10.4.5 中信银行10.4.6 浦发银行10.4.7 招商银行10.5 医药企业在移动医疗领域的布局10.5.1 鱼跃医疗10.5.2 九安医疗10.5.3 汤臣倍健10.5.4 乐普医疗10.5.5 复星医药10.5.6 尚荣医疗10.5.7 九州通10.6 HIS企业在移动医疗领域的布局10.6.1 东软熙康10.6.2 东华软件10.6.3 卫宁软件10.6.4 金蝶医疗10.7 房地产企业在移动医疗领域的布局10.7.1 恒大地产10.7.2 万达集团10.7.3 万科集团10.7.4 绿城集团10.7.5 运盛实业 第十一章 中国移动医疗市场的投资潜力分析11.1 投资机会分析11.1.1 市场催化11.1.2 政策催化11.1.3 需求催化11.1.4 技术支持11.2 细分市场投资机会11.2.1 智能医疗体系11.2.2 慢病管理领域11.2.3 可穿戴医疗设备11.2.4 移动医疗视频应用11.2.5 其他领域机会11.3 商业模式投资方向建议11.3.2 医药电商平台11.3.3 在线问诊模式11.3.4 挂号服务模式11.3.5 可穿戴设备 第十二章 中国移动医疗行业的投资风险预警12.1 市场制约因素12.1.1 隐私问题12.1.2 安全问题12.1.3 技术问题12.1.4 费用报销12.1.5 数据质量12.2 资本竞争风险12.2.1 院前服务市场12.2.2 院中信息化市场12.2.3 院后护理市场12.3 企业经营风险12.3.1 政策限制风险12.3.2 资源短缺风险12.3.3 数据安全风险12.3.4 市场认可风险12.4 App开发风险12.4.1 专业与法律风险12.4.2 人力资源风险12.4.3 市场风险 第十三章 2016-2019年中国移动医疗领域潜力企业竞争力分析13.1 北京春雨天下软件有限公司13.1.1 企业发展概况13.1.2 企业经营状况13.1.3 企业发展动向13.1.4 未来发展战略13.2 阿里健康信息技术有限公司13.2.1 企业发展概况13.2.2 企业经营状况13.2.3 企业发展动向13.3 恒大健康产业集团有限公司13.3.1 企业发展概况13.3.2 企业经营状况13.3.3 企业发展动向13.4 乐普(北京)医疗器械股份有限公司13.4.1 企业发展概况13.4.2 经营效益分析13.4.3 业务经营分析13.4.4 财务状况分析13.4.5 未来前景展望13.5 天津九安医疗电子股份有限公司13.5.1 企业发展概况13.5.2 经营效益分析13.5.3 业务经营分析13.5.4 财务状况分析13.5.5 未来前景展望13.6 东软集团股份有限公司13.6.1 企业发展概况13.6.2 企业医疗业务13.6.3 经营效益分析13.6.4 业务经营分析13.6.5 财务状况分析13.6.6 未来前景展望13.7 深圳市理邦精密仪器股份有限公司13.7.1 企业发展概况13.7.2 经营效益分析13.7.3 业务经营分析13.7.4 财务状况分析13.7.5 未来前景展望13.8 卫宁健康科技集团股份有限公司13.8.1 企业发展概况13.8.2 经营效益分析13.8.3 业务经营分析13.8.4 财务状况分析13.8.5 未来前景展望13.9 易联众信息技术股份有限公司13.9.1 企业发展概况13.9.2 经营效益分析13.9.3 业务

经营分析13.9.4 财务状况分析13.9.5 未来前景展望13.10 上市公司财务比较分析13.10.1 盈利能力分析13.10.2 成长能力分析13.10.3 营运能力分析13.10.4 偿债能力分析 第十四章 2020-2026年移动医疗行业前景及趋势预测14.1 全球移动医疗产业未来发展预测14.1.1 市场规模预测14.1.2 市场格局预测14.2 中国移动医疗产业未来发展展望14.2.1 发展前景展望14.2.2 未来发展路径14.2.3 发展潜力巨大14.2.4 未来增长态势14.3 2020-2026年中国移动医疗市场规模预测14.3.1 发展因素分析14.3.2 市场规模预测14.4 中国移动医疗的发展趋势预测14.4.1 跨领域合作竞争加剧14.4.2 移动信息共享平台发展14.4.3 分级诊疗体系逐步深化14.4.4 可穿戴设备备受市场关注——14.4.5 多渠道盈利模式带动发展 附录附录一：《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》附录二：《新一代人工智能发展规划》

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174794.html>