

2022-2028年中国互联网医院行业发展态势与投资分析报告

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

《2022-2028年中国互联网医院行业发展态势与投资分析报告》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/202204/286570.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

2014年9月我国第一家互联网医院广东省网络医院成功建设，2019年互联网医院建设进入加速期，截止到2019年11月底，国内依托于实体医院的、具有牌照的互联网医院共有294家。预计全年将超过300家。

假设二级医院建设费50万左右，三级医院150万左右（参照采招网相关订单），则国内三级、二级医院潜在的建设端的市场规模约为90亿元。假设疫情后政策催化，预计在2025年之前所有的三级、二级医院均建设互联网医院平台，则19-25年市场增速有望达到58.28%。如果再考虑各省市建立的互联网医院监管平台，市场空间可能将超过90亿元。2014-2019年我国互联网医院数量情况(单位：家)

对比2019年和2018年借助互联网获得健康疾病服务的用户数量，2019年单月的用户数量同比增加59.9%。从互联网医院的问诊量来看，互联网医院的年问诊量测算值达2.7亿次。2016-2019年中国互联网医院的年问诊量情况 中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网医院行业发展态势与投资分析报告》共八章。首先介绍了中国互联网医院行业市场发展环境、互联网医院整体运行态势等，接着分析了中国互联网医院行业市场运行的现状，然后介绍了互联网医院市场竞争格局。随后，报告对互联网医院做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网医院行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网医院产业有个系统的了解或者想投资中国互联网医院行业，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：

第一章中国互联网医院行业发展必然性分析

第一节传统医疗行业痛点分析

一、医院痛点分析

二、用户痛点分析

第二节互联网医院发展的利好环境

一、政策环境

（一）行业监管体制分析

（二）行业相关政策与规范

（三）行业地区发展目标分析

二、经济环境

（一）国内宏观经济现状

（二）卫生资源配置差异大

三、社会环境

（一）人口老龄化加剧

（二）慢病患病率上升

四、技术环境

（一）移动互联网发展

（二）医疗技术的进步

第三节互联网医院的核心竞争要素

一、服务

二、流程

三、盈利模式

四、相关角色

第四节当前互联网医院的发展困境

一、偿付模式的定价困境

二、医保方与需求方支付困境

三、行业的准入与监管困境

四、现行网络系统技术困境

五、供给侧动力困境

六、医改中社会层次潜在困境

第五节当前互联网医院的优化路径

一、互联网医院目标体系的发展与建设

二、互联网医院政策标准的统筹与深化

三、互联网医院资源模式的利用与提升

第二章中国互联网医院行业发展现状分析

第一节传统医院行业发展现状

一、医院投资建设状况分析

（一）医疗卫生机构数量

（二）医院数量规模统计

(三) 医院数量分布情况

(四) 医院床位数量统计

(五) 医院人员情况分析

(六) 医院房屋建筑面积

二、医院运营服务情况分析

(一) 医院门诊服务分析

(二) 医院住院服务分析

(三) 医院床位利用分析

(四) 医院服务质量与效率

三、中国卫生总费用规模分析

四、传统医院行业发展问题分析

第二节 互联网医院行业发展现状

关数据显示，在用户性别特征方面，医疗电商平台的男性用户占比最大，男性用户比例达到68.5%，挂号问诊及医疗知识平台女性用户偏好度较高，女性用户占比分别为54.4%和53.5%。互联网医疗五大平台用户性别特征(单位：%)

在用户学历特征方面，医生助手用户硕士比例较高，达到近6成，医疗知识和医药电商平台专科用户比例较高，分别为43%和35.6%。互联网医疗五大平台用户学历特征(单位：%)

一、互联网医院行业发展阶段

二、互联网医院行业市场规模

三、互联网医院行业市场供需

(一) 互联网医院行业市场供给分析

(二) 互联网医院行业市场需求分析

四、互联网医院问诊量情况分析

五、互联网医院行业业务模式

第三节 互联网医院行业市场布局

一、互联网医院区域分布

二、互联网医院性质结构

第四节 互联网医院行业面临的挑战

一、受硬件条件限制

二、行业政策限制

三、远程医疗的诊断准确性

四、医疗资源的分配问题

第三章中国互联网医院行业商业模式分析

第一节网络医院模式

- 一、网络医院模式简述
- 二、网络医院作用分析
- 三、网络医院建设分析
- 四、网络医院模式核心竞争力
- 五、网络医院模式典型案例——微医集团

第二节分级诊疗服务平台模式

- 一、分级诊疗服务平台模式简述
- 二、分级诊疗服务平台模式核心竞争力
 - (一) 精耕社区，发挥网点价值
 - (二) 强化网点服务，深入社区，推进分级诊疗
 - (三) 切入“家庭医生”等服务，搭建分级诊疗服务平台
- 三、分级诊疗服务平台模式典型案例——郑州五附院

第三节区域联合建平台模式

- 一、平台整合型互联网医院
- 二、区域联合建平台模式核心竞争力
 - (一) 推动区域联合预约挂号等协同服务
 - (二) 推进医院业务流程上线，改进异地就医结算等服务
- 三、区域联合建平台模式典型案例——就医160

第四节创新医院O2O模式

- 一、O2O医疗服务的主要内容
- 二、创新医院O2O模式核心竞争力
- 三、创新医院O2O模式典型案例——广东佛山三水医院

第五节患者定制化服务模式

- 一、患者定制化服务模式核心竞争力
- 二、患者定制化服务模式典型案例——武汉普仁医院

第六节远程诊疗模式

- 一、远程诊疗模式简述
- 二、远程诊疗模式核心竞争力
- 三、远程诊疗模式典型案例——徐汇中心医院“云医院”

第七节 医院互联网升级服务模式

一、医院互联网升级服务模式核心竞争力

- (一) 推进诊疗服务“最后一公里”;
- (二) 集成式信息服务
- (三) 完善电子病历、健康档案等医疗服务要素

二、医院互联网升级服务模式典型案例——什邡市中医院

第四章 中国互联网医院重点案例分析

第一节 企业主导综合型互联网医院——微医互联网医院

一、基本情况

二、运营模式

- (一) 微医互联网医院平台
- (二) 互联网家庭医生签约服务平台
- (三) 微医处方共享平台
- (四) 微医分级诊疗平台

三、经营情况

第二节 公立医院主导综合型互联网医院——浙大附一互联网医院

一、基本情况

二、运营模式

- (一) 八大服务体系
- (二) 四大技术平台

三、经营情况

第三节 信息化企业运营综合性互联网医院——39

互联网医院

一、基本情况

二、运营模式

三、经营情况

第四节 医生社区综合性互联网医院——银川丁香互联网医院

一、基本情况

二、运营模式

三、经营情况

第五节 慢病专科互联网医院——石榴云医

一、基本情况

二、运营模式

三、经营情况

第六节精神心理专科互联网医院——暖心壹疗互联网医院

一、基本情况

二、运营模式

三、经营情况

第七节平台型互联网医院——桃子互联网医院

一、基本情况

二、运营模式

第五章中国互联网医院竞争企业经营分析

第一节卫宁健康科技集团股份有限公司

一、企业基本发展情况

二、企业主营业务分析

三、互联网医院情况分析

四、企业经营情况分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第二节珠海和佳医疗设备股份有限公司

一、企业基本发展情况

二、企业主营业务分析

三、互联网医院情况分析

四、企业经营情况分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第三节创业慧康科技股份有限公司

一、企业基本发展情况

二、企业主营业务分析

三、互联网医院情况分析

四、企业经营情况分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第四节浙江和仁科技股份有限公司

- 一、企业基本发展情况
- 二、企业主营业务分析
- 三、互联网医院情况分析
- 四、企业经营情况分析
- 五、企业竞争优势分析

第六章中国互联网医疗服务价格管理问题及对策建议

第一节互联网医疗服务价格管理现状

- 一、中国互联网医疗服务价格管理的相关政策
- 二、中国互联网医疗服务项目的构成
- 三、中国互联网医疗服务价格的主要管理方式

第二节互联网医疗服务价格管理难点

- 一、互联网医疗服务涉及医院、医生、患者及第三方企业，价格管理对象较复杂
- 二、互联网医疗服务项目繁多，但目前纳入管理的项目较少，管理存在缺失
- 三、互联网医疗服务价格管理手段不健全，价格监督机制函待完善

第三节互联网医疗服务价格管理对策

- 一、依据互联网医疗服务目的及对象的不同进行分类管理
- 二、构建互联网医疗服务价格层级管理制度，完善定价机制
- 三、细化互联网医疗服务项目定价标准与服务内容，推进按病种付费
- 四、加强互联网医疗服务价格的监督管理，发挥政府主导作用

第七章中国互联网医院行业发展趋势与投资建议

第一节互联网医院行业发展趋势及前景预测

一、互联网医院行业发展趋势分析

未来，互联网医院业务开展中，常见病、慢性病在线复诊，线上轻问诊、家庭医生签约服务、药品配送和可医保结算的线上缴费更被看好。其中，常见病、慢性病在线复诊提及率74.0%，是未来互联网诊疗服务的核心业务。互联网医院未来看好业务方向提及率情况

尽管此次疫情为我国互联网医疗的发展带来了短期的大幅度流量提升，但长期发展还要看用户留存率和用户习惯的养成情况。不过，由于我国互联网医疗行业仍处于发展初期，其市场还有很大扩增的空间。

同时，医疗资源的紧缺和供给不均以及我国人口基数的背景都成为我国互联网医疗行业发展的长期驱动力，加之互联网医疗不受地理位置限制的优势，预期在疫情事件的催化下，行业利好政策还会加速出台。因此总体而言，我国互联网医疗行业发展前景向好。

二、互联网医院行业发展前景预测

三、互联网医院创新方向预测分析

第二节中国互联网医院行业融资分析

一、互联网医院市场融资金额

二、互联网医院市场融资次数

三、互联网医院市场融资轮次

第三节中国互联网医院行业发展策略

一、抓住市场机遇，发挥竞争优势

二、规避外来挑战，发挥竞争优势

三、加强管理水平，完善行业标准

四、加强行业监督，回避外部挑战

第八章中国“互联网+”医疗服务的难点及建议

第一节发展“互联网+”医疗服务面临难点问题分析()

一、“互联网+”医疗服务的社会认知不足

二、“互联网+”医疗服务的保障支持不足

三、“互联网+”医疗服务的授权使用不足

四、“互联网+”医疗服务的信息安全保护不足

五、相关单位在拓展“互联网+”医疗服务上的尝试不足

第二节推进“互联网+”医疗服务良性发展的对策建议

一、在清晰界定“互联网+”医疗服务具体概念的基础上，加强市场准入和质量监管

二、为“互联网+”医疗服务营造良好适宜的发展环境

三、充分挖掘医疗大数据的价值

四、防范数据泄露风险()

五、鼓励相关单位拓展“互联网+”医疗服务

图表目录

图表 1 2015-2019年我国互联网医院相关政策文件与规范

图表 2 中国各省市互联网医院发展目标

图表 3 2015-2019年中国国内生产总值变化趋势图

图表 4 2015-2019年中国国内生产总值及构成

图表 5 2015-2019年中国65岁及以上人口数量变化趋势图

图表 6 2015-2019年中国网民规模和互联网普及率

图表 7 2015-2019年中国手机网民规模及整体占比情况

图表 8 互联网医院的线下实体医院

图表 9 不同类型的互联网医院申办流程

图表 10 2015-2019年中国医疗卫生机构数量变化趋势图

图表 11 2015-2019年中国医院数量变化趋势图

图表 12 2019年中国各类型医院分布占比情况

图表 13 2015-2019年中国医疗卫生机构床位数量变化趋势图

图表 14 2015-2019年中国卫生人员数量变化趋势图

图表 15 中国医院各类房屋建筑面积统计

图表 16 2015-2019年中国医疗卫生机构诊疗人次变化图

图表 17 2015-2019年中国医院入院人数统计

图表 18 2015-2019年全国医院病床使用情况

图表 19 2015-2019年中国医疗卫生机构服务质量情况统计分析

图表 20 2015-2019年中国卫生总费用统计

图表 21 2015-2019年中国互联网医院行业市场规模变化趋势图

图表 22 中国互联网医院区域分布

图表 23 中国互联网医院性质结构占比

图表 24 微医互联网医院运营模式

图表 25 浙一互联网医院服务体系

图表 26 朗玛信息互联网医疗的商业模式

图表 27 “线上+线下”的互联网医医院业务体系

图表 28 石榴云医慢病复诊互联网医疗服务平台

图表 29 暖心壹疗打造“医+药+检+险”闭环商业模式

图表 30 卫宁健康科技股份有限公司主营产品一览表

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/286570.html>