

2024-2030年中国互联网医院行业前景展望与投资策略报告

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年中国互联网医院行业前景展望与投资策略报告》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/202404/455693.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

“互联网医院”，就是在线咨询、智能问药、药品快递到家。

“互联网医院”带有咨询、随访、慢病管理等功能，它有实体医院作强有力的支撑，线上方便病人，就是简单的问题不需要到医院，在网上就可以进行。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国互联网医院行业前景展望与投资策略报告》共六章。首先介绍了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1章：中国互联网医院行业发展必然性分析

1.1 传统医疗行业痛点分析

1.1.1 医院痛点分析

1.1.2 用户痛点分析

1.2 互联网医院发展的利好环境

1.2.1 政策环境

1.2.2 经济环境

1.2.3 社会环境

1.2.4 技术环境

(1) 智能终端的普及

(2) 移动互联网发展

1.3 互联网家装的核心竞争要素

1.3.1 服务

1.3.2 速度

1.3.3 流程

第2章：中国互联网医院行业发展现状分析

2.1 传统医院行业发展现状

2.1.1 传统医院行业发展概况

2.1.2 传统医院行业市场规模

2.1.3 传统医院行业市场供需

2.1.4 传统医院行业发展问题

2.2 互联网医院行业发展现状

2.2.1 互联网医院行业发展概况

2.2.2 互联网医院行业市场规模

2.2.3 互联网医院行业市场供需

2.2.4 互联网医院行业业务模式

2.2.5 互联网医院行业经营情况

2.3 互联网医院行业市场布局

2.3.1 互联网医院区域分布

2.3.2 互联网医院性质结构

2.3.3 互联网医院业务结构

2.4 互联网医院市场竞争结构

2.4.1 医院信息化梯队

2.4.2 网络&线上医院

2.4.3 纯互联网医院

2.5 互联网医院竞争排名分析

2.5.1 竞争力排名指标

2.5.2 医院竞争力排名

2.6 互联网家装行业面临的挑战

2.6.1 偏远地区患者医保障碍

2.6.2 医疗机构信息化不透明

2.6.3 监管政策不完善

2.6.4 商业模式难以制定

第3章：中国互联网医院行业商业模式分析

3.1 网络医院模式

- 3.1.1 客户群体定位
- 3.1.2 网络医院模式服务流程
- 3.1.3 网络医院模式患者就医模式分析
- 3.1.4 网络医院模式资源共享模式分析
- 3.1.5 网络医院模式盈利分析
- 3.1.6 网络医院模式优劣势分析
- 3.1.7 网络医院模式核心竞争力
- 3.1.8 网络医院模式典型案例——微医集团
- 3.2 分级诊疗服务平台模式
 - 3.2.1 客户群体定位
 - 3.2.2 分级诊疗服务平台模式线上线下合作模式
 - 3.2.3 分级诊疗服务平台模式患者就医模式分析
 - 3.2.4 分级诊疗服务平台模式资源共享模式分析
 - 3.2.5 分级诊疗服务平台模式盈利分析
 - 3.2.6 分级诊疗服务平台模式优劣势分析
 - 3.2.7 分级诊疗服务平台模式核心竞争力
 - 3.2.8 分级诊疗服务平台模式典型案例——郑州五附院
- 3.3 区域联合建平台模式
 - 3.3.1 客户群体定位
 - 3.3.2 区域联合建平台模式线上线下合作模式
 - 3.3.3 区域联合建平台模式患者就医模式分析
 - 3.3.4 区域联合建平台模式资源共享模式分析
 - 3.3.5 区域联合建平台模式盈利分析
 - 3.3.6 区域联合建平台模式优劣势分析
 - 3.3.7 区域联合建平台模式核心竞争力
 - 3.3.8 区域联合建平台模式典型案例——就医160
- 3.4 创新医院O2O模式
 - 3.4.1 客户群体定位
 - 3.4.2 创新医院O2O模式线上线下合作模式
 - 3.4.3 创新医院O2O模式患者就医模式分析
 - 3.4.4 创新医院O2O模式资源共享模式分析
 - 3.4.5 创新医院O2O模式盈利分析

- 3.4.6 创新医院O2O模式优劣势分析
- 3.4.7 创新医院O2O模式核心竞争力
- 3.4.8 创新医院O2O模式典型案例——广东佛山三水医院
- 3.5 患者定制化服务模式模式
 - 3.5.1 客户群体定位
 - 3.5.2 患者定制化服务模式线上线下合作模式
 - 3.5.3 患者定制化服务模式患者就医模式分析
 - 3.5.4 患者定制化服务模式资源共享模式分析
 - 3.5.5 患者定制化服务模式盈利分析
 - 3.5.6 患者定制化服务模式优劣势分析
 - 3.5.7 患者定制化服务模式核心竞争力
 - 3.5.8 患者定制化服务模式典型案例——武汉普仁医院
- 3.6 远程诊疗模式
 - 3.6.1 客户群体定位
 - 3.6.2 远程诊疗模式线上线下合作模式
 - 3.6.3 远程诊疗模式患者就医模式分析
 - 3.6.4 远程诊疗模式资源共享模式分析
 - 3.6.5 远程诊疗模式盈利分析
 - 3.6.6 远程诊疗模式优劣势分析
 - 3.6.7 远程诊疗模式核心竞争力
 - 3.6.8 远程诊疗模式典型案例——徐汇中心医院“云医院”
- 3.7 医院互联网升级服务模式
 - 3.7.1 客户群体定位
 - 3.7.2 医院互联网升级服务模式线上线下合作模式
 - 3.7.3 医院互联网升级服务模式患者就医模式分析
 - 3.7.4 医院互联网升级服务模式资源共享模式分析
 - 3.7.5 医院互联网升级服务模式盈利分析
 - 3.7.6 医院互联网升级服务模式优劣势分析
 - 3.7.7 医院互联网升级服务模式核心竞争力
 - 3.7.8 医院互联网升级服务模式典型案例——什邡市中医院

第4章：中国传统医院向互联网医院升级渠道

4.1 利用专业平台做线上引流渠道

4.1.1 利用专业平台做线上引流渠道优劣势分析

4.1.2 利用专业平台做线上引流渠道医疗服务分析

4.1.3 利用专业平台做线上引流渠道成本分析

4.1.4 利用专业平台做线上引流渠道效益分析

4.1.5 利用专业平台做线上引流渠道竞争分析

4.1.6 利用专业平台做线上引流渠道策略分析

4.1.7 利用专业平台做线上引流渠道典型案例

(1) 各大医院利用就医160平台案例分析

(2) 各大医院利用华康平台案例分析

4.2 跨界深度合作渠道

4.2.1 跨界深度合作渠道优劣势分析

4.2.2 跨界深度合作渠道医疗服务分析

4.2.3 跨界深度合作渠道成本分析

4.2.4 跨界深度合作渠道效益分析

4.2.5 跨界深度合作渠道竞争分析

4.2.6 跨界深度合作渠道策略分析

4.2.7 跨界深度合作渠道典型案例

(1) 阿里健康网络医院案例分析

(2) 广东云医院

4.3 医院互联网升级渠道

4.3.1 医院互联网升级渠道优劣势分析

4.3.2 医院互联网升级渠道医疗服务分析

4.3.3 医院互联网升级渠道成本分析

4.3.4 医院互联网升级渠道效益分析

4.3.5 医院互联网升级渠道竞争分析

4.3.6 医院互联网升级渠道策略分析

4.3.7 医院互联网升级渠道典型案例

(1) 浙一互联网医院案例分析

(2) 菩提医疗云案例分析

第5章：中国医院互联网化建设典型案例分析

5.1 中国医科大学附属盛京医院

5.1.1 医院线上渠道分析

5.1.2 医院侧重互联网化方式

5.1.3 医院互联网产品开发模式

5.1.4 医院互联网化产品定位

5.1.5 医院互联网化核心功能

5.1.6 医院互联网产品特色分析

5.2 广州市妇女儿童医疗中心

5.2.1 医院线上渠道分析

5.2.2 医院侧重互联网化方式

5.2.3 医院互联网产品开发模式

5.2.4 医院互联网化产品定位

5.2.5 医院互联网化核心功能

5.2.6 医院互联网产品特色分析

5.3 温州医学院附属第一医院

5.3.1 医院线上渠道分析

5.3.2 医院侧重互联网化方式

5.3.3 医院互联网产品开发模式

5.3.4 医院互联网化产品定位

5.3.5 医院互联网化核心功能

5.3.6 医院互联网产品特色分析

第6章：中国互联网医院行业发展趋势与投资建议 ()

6.1 互联网医院行业发展趋势及前景预测

6.1.1 互联网医院行业发展趋势分析

6.1.2 互联网医院行业发展前景预测

6.2 中国互联网医院行业投资现状分析

6.2.1 中国互联网医院行业投资主体分析

(1) 医院主体互联网化分析

(2) BAT主体进入医院行业

(3) 其他产业资本进入互联网医院行业

6.2.2 中国互联网医院行业投资模式分析

(1) 互联网企业共建

(2) IT服务商共建

(3) 医药类企业共建

(4) 政府自建

(5) 医疗机构自建

6.2.3 中国互联网医院行业投资规模分析

6.2.4 中国互联网医院行业成功投资案例

6.3 中国互联网医院行业融资分析

6.3.1 互联网医院市场融资金额分布

6.3.2 互联网医院市场融资轮次分布

6.3.3 互联网医院市场融资次数分布

6.4 中国互联网医院行业投资建议

6.4.1 互联网医院行业投资方向建议

6.4.2 互联网医院行业投资方式建议

6.4.3 互联网医院行业互联网产品建议

部分图表目录：

图表1：2018-2023年我国GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表2：2018-2023年我国电子商务市场交易规模（单位：万亿元，%）

图表3：2020年中国电子商务市场细分行业构成

图表4：中国电子商务细分市场未来发展预期

图表5：2018-2023年中国城镇人口规模发展趋势图（单位：万人）

图表6：2018-2023年全球移动设备出货量（单位：亿台，%）

图表7：2018-2023年智能手机保有量（单位：亿台，%）

图表8：2018-2023年我国网民数量及互联网普及率（单位：亿人，%）

图表9：2018-2023年我国移动网民规模及占网民比例（单位：亿人，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/455693.html>