

2018年中国医疗信息化行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国医疗信息化行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》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://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/342449342449.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

第一，市场卡位——可用市占率、客户数，以及合同额的成长能力去衡量。客户资源是医疗信息化市场的壁垒之一，具备市占率优势的企业拥有广泛且深入合作的医疗卫生机构客户，在提供持续性的产品升级和运维服务的基础上，客户粘性较高。（1）东软集团、卫宁健康、东华软件、创业软件、万达信息位列第一梯队，其中东软集团、卫宁健康、创业软件均保持着良好的成长趋势，维护自身的市场地位；麦迪科技、和仁科技、思创医惠正在快速成长，挤占中小医疗信息化厂商的生存空间。（2）在社保信息化，东软集团、久远银海占据市场优势；在医保控费领域，海虹控股的业务已覆盖149个统筹区，按照服务的基金规模计算，市占率约37%。

图：2016年各公司医疗信息化业务的毛利率

数据来源：公开数据整理

图：2017年各公司整体净利率 数据来源：公开数据整理

第二，产品力——可观察各公司医疗信息化业务中的软件与服务占比，而毛利率是一个普遍可得且可比的指标。一般来说，纯软件的毛利率可以超过70%，服务的毛利率也可以超过50%，而硬件销售的毛利率只有10%~30%。所以我们以50%为界进行观察，可以发现在医院与区域卫生信息化服务商中，卫宁健康、创业软件、麦迪科技、和仁科技、思创医惠、荣科科技、中元股份的软件与服务产品收入占比较高，产品化能力较强；而社保相关业务自身的硬件占比较高、定制化内容多，所以普遍毛利率较低，其中久远银海、易联众的毛利率相对较高。值得一提的是：（1）东软集团虽然在医疗健康与社保信息化业务方面具备卡位优势，但其相关业务占总收入的比重不到25%，智慧城市、企业互联等业务占比仍超过50%；未来东软集团收入结构的改善仍有赖于智能汽车互联业务的高速发展。（2）思创医惠2017年开始传统的EAS与RFID显著下滑，拖累了整体业绩的成长，且公司的股权结构与激励体系有待进一步完善。

图：2016年各公司的人均产出 数据来源：公开数据整理

图：2016年各公司的人均归属扣非净利润 数据来源：公开数据整理

第三，人效——我们使用人均产出、人均净利润作为衡量指标。（1）纯粹的医疗信息化企业的人均产出均不高，而其他行业一般优质产品公司的人均产出在120万元左右。这主要是由于行业前期定制化项目、运维服务多，导致单一项目的参与人数多，但随着项目中软件占比的提升以及企业在创新业务模式中的尝试，优质公司人员数量的增长要显著低于收入的增长。（2）从人均归属扣非净利润来看，卫宁健康、东华软件、麦迪科技、和仁科技、思创医惠、荣科科技、中元股份等均超过5万元。受股权激励费用、业务属性的影响，创业软件、久远银海等2016年未能达到5万元，但具备快速上升的潜力。

图：2016年各公司的研发投入占收入比例 数据来源：公开数据整理

图：2016 年各公司的研发投入同比增速 数据来源：公开数据整理

第四，研发——我们使用研发投入占营业收入的比例以及研发投入同比增速两个指标进行衡量。研发投入是在当前行业趋势下提升自身产品化能力并与竞争对手拉开差距的关键。大部分医疗信息化企业的研发投入占比均超过10%，久远银海、思创医惠等公司虽然2016年研发投入占比不高，但增速都超过40%。根据已披露的数据，创业软件等公司2017年又进一步加大研发投入，并重新梳理了自身的产品体系。另外，研发方向上也需要考虑对创新业务模式的布局，我们在第三章已经进行了较为详细的阐述。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国医疗信息化行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国医疗信息化行业发展概述

第一节 医疗信息化行业发展情况概述

- 一、医疗信息化行业相关定义
- 二、医疗信息化行业基本情况介绍
- 三、医疗信息化行业发展特点分析

第二节 中国医疗信息化行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、医疗信息化行业产业链条分析
- 三、中国医疗信息化行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国医疗信息化行业生命周期分析

- 一、医疗信息化行业生命周期理论概述
- 二、医疗信息化行业所属的生命周期分析

第四节 医疗信息化行业经济指标分析

- 一、医疗信息化行业的赢利性分析
- 二、医疗信息化行业的经济周期分析
- 三、医疗信息化行业附加值的提升空间分析

第五节 中国医疗信息化行业进入壁垒分析

- 一、医疗信息化行业资金壁垒分析
- 二、医疗信息化行业技术壁垒分析
- 三、医疗信息化行业人才壁垒分析
- 四、医疗信息化行业品牌壁垒分析
- 五、医疗信息化行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球医疗信息化行业市场发展现状分析

第一节 全球医疗信息化行业发展历程回顾

第二节 全球医疗信息化行业市场区域分布情况

第三节 亚洲医疗信息化行业地区市场分析

- 一、亚洲医疗信息化行业市场现状分析
- 二、亚洲医疗信息化行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲医疗信息化行业市场前景分析

第四节 北美医疗信息化行业地区市场分析

- 一、北美医疗信息化行业市场现状分析
- 二、北美医疗信息化行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美医疗信息化行业市场前景分析

第五节 欧盟医疗信息化行业地区市场分析

- 一、欧盟医疗信息化行业市场现状分析
- 二、欧盟医疗信息化行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟医疗信息化行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界医疗信息化行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球医疗信息化行业市场规模预测

第三章 中国医疗信息化产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品医疗信息化总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国医疗信息化行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国医疗信息化产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国医疗信息化行业运行情况

第一节 中国医疗信息化行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国医疗信息化行业市场规模分析

第三节 中国医疗信息化行业供应情况分析

第四节 中国医疗信息化行业需求情况分析

第五节 中国医疗信息化行业供需平衡分析

第六节 中国医疗信息化行业发展趋势分析

第五章 中国医疗信息化所属行业运行数据监测

第一节 中国医疗信息化所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国医疗信息化所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国医疗信息化所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国医疗信息化市场格局分析

第一节 中国医疗信息化行业竞争现状分析

一、中国医疗信息化行业竞争情况分析

二、中国医疗信息化行业主要品牌分析

第二节 中国医疗信息化行业集中度分析

一、中国医疗信息化行业市场集中度分析

二、中国医疗信息化行业企业集中度分析

第三节 中国医疗信息化行业存在的问题

第四节 中国医疗信息化行业解决问题的策略分析

第五节 中国医疗信息化行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国医疗信息化行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国医疗信息化行业消费特点

第二节 中国医疗信息化行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 医疗信息化行业成本分析

第四节 医疗信息化行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国医疗信息化行业价格现状分析

第六节 中国医疗信息化行业平均价格走势预测

一、中国医疗信息化行业价格影响因素

二、中国医疗信息化行业平均价格走势预测

三、中国医疗信息化行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国医疗信息化行业区域市场现状分析

第一节 中国医疗信息化行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区医疗信息化市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区医疗信息化市场规模分析

四、华东地区医疗信息化市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区医疗信息化市场规模分析

四、华中地区医疗信息化市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区医疗信息化市场规模分析

第九章 2016-2018年中国医疗信息化行业竞争情况

第一节 中国医疗信息化行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国医疗信息化行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国医疗信息化行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 医疗信息化行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国医疗信息化行业发展前景分析与预测

第一节 中国医疗信息化行业未来发展前景分析

一、医疗信息化行业国内投资环境分析

二、中国医疗信息化行业市场机会分析

三、中国医疗信息化行业投资增速预测

第二节中国医疗信息化行业未来发展趋势预测

第三节中国医疗信息化行业市场发展预测

一、中国医疗信息化行业市场规模预测

二、中国医疗信息化行业市场规模增速预测

三、中国医疗信息化行业产值规模预测

四、中国医疗信息化行业产值增速预测

五、中国医疗信息化行业供需情况预测

第四节中国医疗信息化行业盈利走势预测

一、中国医疗信息化行业毛利润同比增速预测

二、中国医疗信息化行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国医疗信息化行业投资风险与营销分析

第一节 医疗信息化行业投资风险分析

一、医疗信息化行业政策风险分析

二、医疗信息化行业技术风险分析

三、医疗信息化行业竞争风险

四、医疗信息化行业其他风险分析

第二节 医疗信息化行业企业经营发展分析及建议

一、医疗信息化行业经营模式

二、医疗信息化行业销售模式

三、医疗信息化行业创新方向

第三节 医疗信息化行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国医疗信息化行业发展策略及投资建议

第一节 中国医疗信息化行业品牌战略分析

一、医疗信息化企业品牌的重要性

二、医疗信息化企业实施品牌战略的意义

三、医疗信息化企业品牌的现状分析

四、医疗信息化企业的品牌战略

五、医疗信息化品牌战略管理的策略

第二节中国医疗信息化行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国医疗信息化行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国医疗信息化行业发展策略及投资建议

第一节 中国医疗信息化行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国医疗信息化行业定价策略分析

第三节 中国医疗信息化行业营销渠道策略

- 一、医疗信息化行业渠道选择策略
- 二、医疗信息化行业营销策略

第四节 中国医疗信息化行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国医疗信息化行业重点投资区域分析
- 二、中国医疗信息化行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/342449342449.html>