

2019年中国医疗互联网市场分析报告- 行业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《2019年中国医疗互联网市场分析报告-行业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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/372496372496.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: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

医疗行业的痛点明显。虽然医疗健康产业通过几十年的发展取得了空前的成就，但是我国医疗体系存在的很多问题仍让我们难以忽视：(1)就医院而言，三甲等大医院病患集中，处于超负荷运行状态，而非三甲医院缺乏优秀医生资源，缺少病患资源，医疗资源存在浪费，运行效率不高，这种医疗资源分布不均、基层医疗水平及体系建设不完善的问题短时间内无法得到解决。(2)就医生而言，低年资医生工作量大，而收入低；高年资医生病患不匹配，缺少匹配的疑难杂症病患。(3)就用户而言，看病难、看病贵和用户体验差是突出痛点，过高的医疗支出正在影响着家庭的生活质量甚至影响到企业的正常运转，种种因素导致医患矛盾越来越严重等等。

图：医疗领域痛点及相应解决方案示意图 资料来源：互联网

医疗行业的痛点，为医疗信息化的产业发展带来了新机遇。医疗信息化企业可以结合医改、药改，通过分级诊疗、远程医疗、预约诊疗、简历临床信息系统（CIS）、医保智能审核结算系统、大数据+医疗等产品，缓解医疗领域的痛点，而这也为医疗信息化行业的发展带来了新的机遇。

细数近年来我国医疗改革中关于医疗信息化方面的内容，我们可以发现政策关注的重点从最初的以医院为中心的医院数字化建设，逐步向以病人临床为中心的 CIS 系统建设和区域信息化建设过渡，而最近两年医疗大数据和互联网医疗成为国家医疗改革的重点和大力发展的方向。

表：2015 年至今医疗信息化政策梳理 资料来源：公开资料整理

而聚焦本轮的“互联网+”建设与“区域平台”建设具体政策指导方向，“健康中国 2030”战略定位起始于 2016 年，自上而下看，“医疗互联网+”的配套落实文件便不断落地。从顶层规划——执行战略——落地要求细则三个维度看，现阶段已经进入医疗服务线上推进建设阶段，在线消费制度突破有望在 2018H2 落地。

图：历次医疗改革中医疗信息化政策重点 资料来源：互联网

为促进和规范全国医院信息化建设，明确医院信息化建设的基本内容和建设要求，国家研究制定了《全国医院信息化建设标准与规范》。针对目前医院信息化建设现状，着眼未来 5-10 年全国医院信息化应用发展要求，针对二级医院、三级乙等医院和三级甲等医院的临床业务、医院管理等工作，覆盖医院信息化建设的主要业务和建设要求，从软硬件建设、安全保障、新兴技术应用等方面严格规范了医院信息化建设的主要内容和要求，这将为医院内部信息化市场的稳步扩大带来持续驱动力。

2016 年我国三级医院基本达到 HIS 全覆盖，而二级及以下也基本达到 80%覆盖，大中型医院的信息化建设中心已逐步由 HIS 转至以病人和临床为中心的数字化医院建设，将对 PACS 系统和电子病历系统、移动医疗的搭建和应用进行重点投资，中小型医院也将逐渐启动 CIS 部署。

图：《全国医院信息化建设标准与规范》指标体系图 资料来源：互联网（WW）

观研天下发布的《2019年中国医疗互联网市场分析报告-行业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年中国医疗互联网行业发展概述

第一节 医疗互联网行业发展情况概述

- 一、医疗互联网行业相关定义
- 二、医疗互联网行业基本情况介绍
- 三、医疗互联网行业发展特点分析

第二节 中国医疗互联网行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、医疗互联网行业产业链条分析
- 三、中国医疗互联网行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国医疗互联网行业生命周期分析

- 一、医疗互联网行业生命周期理论概述
- 二、医疗互联网行业所属的生命周期分析

第四节 医疗互联网行业经济指标分析

- 一、医疗互联网行业的赢利性分析
- 二、医疗互联网行业的经济周期分析
- 三、医疗互联网行业附加值的提升空间分析

第五节 国中医疗互联网行业进入壁垒分析

- 一、医疗互联网行业资金壁垒分析
- 二、医疗互联网行业技术壁垒分析
- 三、医疗互联网行业人才壁垒分析
- 四、医疗互联网行业品牌壁垒分析
- 五、医疗互联网行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球医疗互联网行业市场发展现状分析

第一节 全球医疗互联网行业发展历程回顾

第二节 全球医疗互联网行业市场区域分布情况

第三节 亚洲医疗互联网行业地区市场分析

- 一、亚洲医疗互联网行业市场现状分析
- 二、亚洲医疗互联网行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲医疗互联网行业市场前景分析

第四节 北美医疗互联网行业地区市场分析

- 一、北美医疗互联网行业市场现状分析
- 二、北美医疗互联网行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美医疗互联网行业市场前景分析

第五节 欧盟医疗互联网行业地区市场分析

- 一、欧盟医疗互联网行业市场现状分析
- 二、欧盟医疗互联网行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟医疗互联网行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界医疗互联网行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球医疗互联网行业市场规模预测

第三章 中国医疗互联网产业发展环境分析

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、全社会消费品医疗互联网总额

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 中国医疗互联网行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国医疗互联网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 中国医疗互联网行业运行情况

第一节 中国医疗互联网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 中国医疗互联网行业市场规模分析

第三节 中国医疗互联网行业供应情况分析

第四节 中国医疗互联网行业需求情况分析

第五节 中国医疗互联网行业供需平衡分析

第六节 中国医疗互联网行业发展趋势分析

第五章 中国医疗互联网所属行业运行数据监测

第一节 中国医疗互联网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 中国医疗互联网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 中国医疗互联网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年中国医疗互联网市场格局分析

第一节 中国医疗互联网行业竞争现状分析

一、中国医疗互联网行业竞争情况分析

二、中国医疗互联网行业主要品牌分析

第二节 中国医疗互联网行业集中度分析

一、中国医疗互联网行业市场集中度分析

二、中国医疗互联网行业企业集中度分析

第三节 中国医疗互联网行业存在的问题

第四节 中国医疗互联网行业解决问题的策略分析

第五节 中国医疗互联网行业竞争力分析

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年中国医疗互联网行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国医疗互联网行业消费特点

第二节 中国医疗互联网行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 医疗互联网行业成本分析

第四节 医疗互联网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 中国医疗互联网行业价格现状分析

第六节 中国医疗互联网行业平均价格走势预测

一、中国医疗互联网行业价格影响因素

二、中国医疗互联网行业平均价格走势预测

三、中国医疗互联网行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国医疗互联网行业区域市场现状分析

第一节 中国医疗互联网行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区医疗互联网市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区医疗互联网市场规模分析

四、华东地区医疗互联网市场规模预测

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、华中地区医疗互联网市场规模分析

四、华中地区医疗互联网市场规模预测

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、华南地区医疗互联网市场规模分析

第九章 2016-2018年中国医疗互联网行业竞争情况

第一节 中国医疗互联网行业竞争结构分析（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 中国医疗互联网行业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 中国医疗互联网行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 医疗互联网行业企业分析（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 2019-2025年中国医疗互联网行业发展前景分析与预测

第一节 中国医疗互联网行业未来发展前景分析

一、医疗互联网行业国内投资环境分析

二、中国医疗互联网行业市场机会分析

三、中国医疗互联网行业投资增速预测

第二节中国医疗互联网行业未来发展趋势预测

第三节中国医疗互联网行业市场发展预测

一、中国医疗互联网行业市场规模预测

二、中国医疗互联网行业市场规模增速预测

三、中国医疗互联网行业产值规模预测

四、中国医疗互联网行业产值增速预测

五、中国医疗互联网行业供需情况预测

第四节中国医疗互联网行业盈利走势预测

一、中国医疗互联网行业毛利润同比增速预测

二、中国医疗互联网行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国医疗互联网行业投资风险与营销分析

第一节 医疗互联网行业投资风险分析

一、医疗互联网行业政策风险分析

二、医疗互联网行业技术风险分析

三、医疗互联网行业竞争风险

四、医疗互联网行业其他风险分析

第二节 医疗互联网行业企业经营发展分析及建议

一、医疗互联网行业经营模式

二、医疗互联网行业销售模式

三、医疗互联网行业创新方向

第三节 医疗互联网行业应对策略

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2019-2025年中国医疗互联网行业发展策略及投资建议

第一节 中国医疗互联网行业品牌战略分析

一、医疗互联网企业品牌的重要性

二、医疗互联网企业实施品牌战略的意义

三、医疗互联网企业品牌的现状分析

四、医疗互联网企业的品牌战略

五、医疗互联网品牌战略管理的策略

第二节中国医疗互联网行业市场的关键客户战略实施

- 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 中国医疗互联网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 2019-2025年中国医疗互联网行业发展策略及投资建议

第一节 中国医疗互联网行业产品策略分析

- 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 中国医疗互联网行业定价策略分析

第三节 中国医疗互联网行业营销渠道策略

- 一、医疗互联网行业渠道选择策略
- 二、医疗互联网行业营销策略

第四节 中国医疗互联网行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国医疗互联网行业重点投资区域分析
- 二、中国医疗互联网行业重点投资产品分析

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/372496372496.html>