

2020年中国互联网医疗市场分析报告- 产业规模现状与发展规划趋势

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《2020年中国互联网医疗市场分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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/yiliaoxie/485923485923.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

我国互联网医院主要有两种商业模式，第一种模式是互联网医院自建模式，以医疗机构为主体，即线下医院的互联网化；第二种模式是以平安好医生、微医为代表的单家或整合多家医疗机构的在线医疗服务平台，该平台可整合多家医疗机构的资源，满足患者不同层次的医疗需求。其中微医集团是在互联网医院体系下最活跃的互联网企业，其旗下有21家互联网医院。我国互联网医疗行业主要商业模式对比分析

互联网医院自建模式

互联网医院平台模式

定义

以医疗机构为提供主体，利用互联网信息技术来拓展服务时间和空间，把互联网医院作为医疗机构的第二名称

互联网公司和企业申办互联网医院，支持符合条件的第三方机构搭建互联网信息平台，开展远程医疗

运营目标

线下医院的延伸:三级医院从线上筛选对症且高质量的病人；新医院从线上引流，提高门诊量

盈利为导向:解决患者需求，提供对应诊疗服务，患者教育，帮助患者进行健康管理

医生

大多自设网络科室，医生排班线上执医；问诊费先结算到医院，由医院再分配给医生

不受线下医院的束缚，有较高的自主权；靠自己经营品牌，不依赖医院；医生利用个人时间多点执医

主要代表

宁波云医院，湖北省互联网医院，广东省网络医院等

微医、京东互联网医院，春雨医生，平安好医生 数据来源：公开资料整理 目前，我国互联网医疗产业链逐步成形，在线挂号及问诊企业已从流量争夺进入到了医疗资源扩张的比拼阶段。根据相关数据显示，2018年我国互联网医疗行业市场规模达到491亿元，同比增长51.08%。

2012-2018年我国互联网医疗市场规模统计情况

数据来源：卫健委

随着新型肺炎疫情爆发，互联网医疗的供给端出现激增，需求端规模也呈爆发式增长。行业的供需双增，对互联网医疗行业进一步加速发展起到非常积极的驱动作用。

新型肺炎疫情影响对互联网医疗供需影响分析

影响

医院端

为减少患者间的交叉感染和提高医疗资源运营效率，更多的实体医院选择建设互联网医院，提供线上问诊服务

医生端

疫情爆发后，不少医生主动提供线上诊疗服务，为患者提供新型肺炎及其他疾病的线上咨询和诊治服务

消费者

受疫情影响，越来越多的居民选择使用线上问诊。根据各家公司披露的问诊量信息，疫情爆发以来，全网针对新型肺炎疫情的问诊量超千万次，相当于普通三甲医院约10年的门诊量

数据来源：公开资料整理WYD【报告大纲】

第一章 互联网医疗发展背景

第一节 互联网医疗的定义

第二节 互联网医疗消费背景

一、中国老龄化的背景分析

- （一）中国进入老龄化社会
- （二）老龄化推动医疗需求
- （三）医疗费用有望快速增加

二、中国90后群体崛起分析

- （一）90后已成互联网的主力军
- （二）90后更易接受互联网医疗
- （三）90后将成为家庭中坚力量

三、可应用病患群体基数庞大

- （一）高血压患病率高
- （二）糖尿病患者基数大
- （三）冠心病的隐蔽性强
- （四）脑血管疾病防治需重视

第二章 中国互联网医疗发展现状分析

第一节 中国医疗信息化发展分析

一、医疗信息化的总花费规模

二、医疗行业信息化市场规模

三、医疗信息化行业结构分析

第二节 互联网医疗市场规模分析

一、互联网医疗的发展现状

二、互联网医疗的市场规模

三、在线医疗市场规模统计

四、移动医疗市场规模统计

第三节 互联网医疗发展分析

一、互联网医疗利益相关方

二、互联网医疗涉及四方

三、互联网医疗平台的分类

四、互联网医疗APP的发展

第四节 中国移动医疗行业发展概况

一、中国移动医疗行业发展现状

二、中国移动医疗行业需求分析

三、移动医疗的产业链开始扩展

四、中国移动医疗实践模式分析

五、中国移动医疗现实困境分析

第五节 互联网医疗硬件发展分析

一、可穿戴医疗的优势分析

二、可穿戴医疗供应链分析

三、可穿戴医疗的发展模式

四、可穿戴医疗的市场规模

五、可穿戴医疗的发展潜力

第六节 远程监护公司盈利模式

一、四维医学科技：与社区医院和诊所共生

二、新元素医疗：健康小屋+会员制服务

三、中卫莱康：坚持做服务商

四、优加利企业：远程监护服务医院客户

第七节 互联网医疗平台典型代表

一、百度医疗

（一）百度医疗定位

（二）百度医疗模式

（三）未来拓展方向

二、美柚

（一）美柚市场定位

（二）美柚发展模式

（三）未来拓展方向

三、丁香园

（一）丁香园的定位

（二）丁香园的模式

（三）未来拓展方向

四、春雨医生

（一）春雨医生定位

（二）春雨医生模式

（三）未来拓展方向

五、九安医疗

（一）九安医疗定位

（二）未来拓展方向

第三章 互联网医疗需求分析

第一节 患者需求与痛点分析

一、患者需求分析

（一）核心需求

（二）便利需求

（三）辅助需求

二、患者就医痛点

（一）导诊痛点分析

（二）诊断痛点分析

（三）院外康复痛点

第二节 医生需求与痛点分析

一、医生需求分析

二、医生痛点分析

（一）工作强度与收入不符

（二）提高诊断准确性痛点

（三）跟踪患者康复的痛点

第三节 医院需求与痛点分析

一、医院需求分析

（一）信息化需求

（二）平台化需求

二、医院痛点分析

（一）数据大集中的痛点

（二）医疗资源共享痛点

第四节 药企需求与痛点分析

一、药企需求分析

二、药企痛点分析

（一）特定药品不能进行精准营销

（二）大病用药疗效无法有效跟踪

第五节 险企需求与痛点分析

一、保险公司需求分析

二、保险公司痛点分析

（一）保费佣金比例高

（二）无法降低赔付成本

第四章 互联网医疗盈利模式分析

第一节 向患者收费模式

一、基于患者的商业模式

二、国外案例分析——Zeo

（一）产品功能

（二）盈利模式

（三）未来发展模式

第二节 向医生收费模式

一、向医生收费模式

二、国外案例分析——Zocdoc

（一）提供服务

（二）盈利模式

（三）经验总结

第三节 向医院收费模式

一、向医院收费模式

二、国外案例分析——Vocera

（一）产品功能

（二）主要优势

（三）盈利模式

（四）未来发展模式

第四节 向药企收费模式

一、向药企收费模式

二、国外案例分析——Epocrates

（一）公司简介

（二）产品功能

（三）盈利模式

（四）未来发展模式

第五节 向险企收费模式

一、向保险公司收费模式

二、国外案例分析——WellDoc

（一）产品形式和功能

（二）盈利模式

（三）未来发展方向

第五章 药品销售与电子商务融合发展分析

第一节 医药电子商务相关概述

第二节 医药电子商务四大应用领域

一、预防领域

二、诊断领域

三、治疗领域

四、康复领域

第三节 美国药品电子商务发展分析

一、美国药品流通现状分析

二、美国药品电子商务分析

三、美国药品电商竞争格局

第四节 国内外医药电子商务B2B模式分析

一、医药电子商务B2B模式分析

（一）医药电子商务B2B模式相关概述

（二）中国医药电子商务B2B发展现状

（三）国外医药电子商务B2B模式分析

（四）中国医药电子商务B2B模式分析

（五）中国医药电子商务B2B可选模式

二、中国医药电子商务B2C模式分析

（一）中国B2C网店的发展现状分析

（二）国内获医药B2C牌照的网上药店

（三）B2C平台与医药企业结盟模式分析

第五节 中国医药电子商务发展运行分析

- 一、中国医药电子商务发展历程分析
 - 二、中国医药电子商务发展现状分析
 - 三、中国医药电子商务市场规模分析
 - 四、中国医药电子商务现存问题分析
 - 五、中国医药电子商务发展主要瓶颈
- ## 第六节 中国医药电子商务的发展趋势

第六章 中国互联网医疗重点企业及平台分析

第一节 互联网医疗优秀平台分析

一、好大夫在线

- (一) 平台发展简介
- (二) 平台商业模式
- (三) 平台盈利模式
- (四) 平台的影响力

二、39健康网

- (一) 平台发展简介
- (二) 平台商业模式
- (三) 平台的影响力
- (四) 平台发展战略

三、宜康网

- (一) 平台发展简介
- (二) 平台主要业务
- (三) 平台商业模式
- (四) 平台发展战略

四、医通无忧网

- (一) 平台发展简介
- (二) 平台主要业务
- (三) 平台商业模式
- (四) 平台的影响力

第二节 互联网医疗硬件企业分析

一、广东宝莱特医用科技股份有限公司

- (一) 公司的基本情况
- (二) 互联网医疗产品
- (三) 公司经营状况分析

（四）企业销售网络分析

（五）公司的产品优势

二、天津九安医疗电子股份有限公司

（一）公司的基本情况

（二）互联网医疗产品

（三）公司经营状况分析

（四）企业销售网络分析

（五）公司的产品优势

三、三诺生物传感股份有限公司

（一）公司的基本情况

（二）互联网医疗产品

（三）公司经营状况分析

（四）企业销售网络分析

（五）公司的产品优势

四、邦讯技术股份有限公司

（一）公司的基本情况

（二）互联网医疗产品

（三）公司经营状况分析

（四）企业销售网络分析

（五）公司的产品特点

五、乐普（北京）医疗器械股份有限公司

（一）公司的基本情况

（二）互联网医疗产品

（三）公司经营状况分析

（四）企业销售网络分析

（五）公司的产品优势

第三节 互联网医疗软件企业分析

一、北京春雨天下软件有限公司

（一）公司的基本情况

（二）互联网医疗产品

（三）公司的最新动态

（四）公司的发展战略

二、东软医疗系统有限公司

（一）公司的基本情况

（二）互联网医疗产品

(三) 公司经营状况分析

(四) 公司的产品优势

三、上海金仕达卫宁软件股份有限公司

(一) 公司的基本情况

(二) 互联网医疗产品

(三) 公司经营状况分析

(四) 企业销售网络分析

(五) 公司的产品优势

四、东华软件股份公司

(一) 公司的基本情况

(二) 产品发展新动态

(三) 公司经营状况分析

(四) 企业销售网络分析

(五) 公司核心竞争力

五、上海金蝶医疗卫生软件有限公司

(一) 公司的基本情况

(二) 互联网医疗业务

(三) 互联网医疗现状

(四) 公司的发展战略

第四节 药品电子商务企业分析

一、九州通医药集团股份有限公司

(一) 公司的基本情况

(二) 互联网医疗平台

(三) 公司经营状况分析

(四) 企业销售网络分析

(五) 公司核心竞争力

二、海虹企业(控股)股份有限公司

(一) 公司的基本情况

(二) 互联网医疗产品

(三) 公司经营状况分析

(四) 企业销售网络分析

(五) 公司核心竞争力

三、上海华源大药房连锁经营有限公司

(一) 公司的基本情况

(二) 互联网医疗平台

(三) 产品的商业模式

(四) 公司的最新动态

第七章 2021-2026年互联网医疗行业发展趋势与前景

第一节 2021-2026年互联网医疗发展动因

- 一、医疗信息化建设为互联网医疗奠定基础
- 二、政策层面推动医疗信息化建设迅速发展
- 三、4G通信使互联网医疗具备全面普及可能性
- 四、医疗器械技术发展推动实际应用普及性增强

第二节 2021-2026年互联网医疗发展趋势

第三节 2021-2026年互联网医疗发展前景及预测

- 一、2021-2026年中国互联网医疗发展前景
- 二、2021-2026年互联网医疗市场规模预测
- 三、2021-2026年在线医疗市场规模预测
- 四、2021-2026年移动医疗市场规模预测

第八章 2021-2026年互联网医疗行业投融资策略分析

第一节 2021-2026年互联网医疗行业投资风险

- 一、政策法规风险
- 二、市场竞争风险
- 三、技术发展风险

第二节 2021-2026年互联网医疗行业投资机会

- 一、中国互联网医疗投资机会概述
- 二、互联网医疗院前环节投资机会
- 三、互联网医疗院中环节投资机会
- 四、互联网医疗院后环节投资机会

第三节 2021-2026年互联网医疗行业投资策略

- 一、挖掘互联网医疗产品核心价值
- 二、提升互联网医疗价值链的价值
- 三、从资本价值出发进行资本运作

第四节 2021-2026年互联网医疗行业融资策略

- 一、互联网医疗项目融资情况
- 二、互联网医疗行业融资渠道
- 三、互联网医疗行业融资策略

图表目录

图表 1 2021-2026年中国65岁以上人口统计及预测

图表 2 2017-2020年中国卫生总费用及占GDP比重

图表 3 2017-2020年中国网民年龄结构

图表 4 手机网民使用互联网医疗的情况

图表 5 成人不同性别基线年龄段八年高血压累计发病率

图表 6 城市地区不同性别、年龄组人群脑血管死亡率比较

图表 7 2017-2020年中国医疗信息化总花费规模统计

图表 8 2017-2020年中国医疗行业信息化市场规模

图表 9 2017-2020年中国医疗信息化行业各解决方案收入结构图

图表 10 互联网化程度

图表 11 医疗互联网化的分类与方向

图表 12 2017-2020年中国互联网医疗市场规模

图表 13 2017-2020年在线医疗市场规模及趋势统计

图表 14 2017-2020年移动医疗市场规模及趋势统计

图表 15 互联网医疗利益相关方

图表 16 医疗过程中的四方主体，以患者为中心示意图

图表 17 2017-2020年我国互联网医疗APP数量预测

图表 18 传统的动态监测设备

图表 19 医生期待移动医疗能够改善的方面

图表 20 2017-2020年中国可穿戴便携移动医疗设备市场规模统计

图表 21 2020年中国老年人口数量及其占比情况统计

图表 22 男性健康主要问题构成

图表 23 女性健康主要问题构成

图表 24 全球范围内针对移动医疗服务效果的临床研究

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国互联网医疗市场分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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。

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家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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoxie/485923485923.html>