

2018-2024年中国互联网医疗市场需求态势展望及投资风险研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国互联网医疗市场需求态势展望及投资风险研究报告》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.abaogao.com/b/qita/3384773S6J.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

截至2016年12月，中国互联网医疗用户规模为1.95亿人，占网民的26.6%，相比于其他网络应用，互联网医疗的使用习惯仍有待培养。

在互联网医院的不断建设、国家《“健康中国2030”规划纲要》等政策、在线医疗需求的不断助推下，未来我国互联网医院的渗透率将会不断提高。预计到2022年，中国互联网医院用户规模将达到4.27亿人，如果以人均60元的诊疗费测算，2022年互联网医院市场规模约为256亿元。

报告目录：

第一章 世界互联网医院行业发展综述

第一节 世界互联网医院行业发展状况

一、世界互联网医院市场发展现状

二、世界互联网医院需求分析

三、世界互联网医院市场规模

第二节 世界互联网医院行业技术分析

一、世界互联网医院行业技术现状

二、世界互联网医院行业技术发展趋势

第二章 中国互联网医院行业发展环境分析及展望

第一节 中国宏观经济运行情况

一、国民生产总值（GDP）

二、工业生产与效益情况

三、固定资产投资情况

第二节 中国宏观经济发展环境展望

一、中国GDP预测

二、中国固定资产投资预测

三、中国对外贸易总额预测

四、影响中国工业经济发展的主要因素

第三章 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、传统医院行业发展概况

- (1) 中国医院以非营利公立医院为主体
- (2) 中国民营医院是公立医院的有效补充

二、传统医院行业市场规模

- (1) 医疗机构建设规模分析
- (2) 医疗机构投资规模分析

三、传统医院行业市场供需

- (1) 医疗机构行业供给分析
 - 1) 医疗机构数量统计
 - 2) 医疗机构人员统计
- (2) 卫生总费用规模

四、传统医院行业发展问题

- (1) 中国对营利性医院缺乏政策支持
- (2) 中国目前公立医院体制缺乏效率

第二节 互联网医院行业发展现状

一、互联网医院行业发展概况

二、互联网医院行业市场规模

三、互联网医院行业市场供需

- (1) 互联网医院行业市场供给分析
- (2) 互联网医院行业市场需求分析

四、互联网医院行业业务模式

五、互联网医院行业经营情况

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

三、互联网医院业务结构

第四节 互联网医院市场竞争结构

一、医院信息化梯队

二、网络&线上医院

三、纯互联网医院

第五节 互联网医院竞争排名分析

一、竞争力排名指标

二、医院竞争力排名

第六节 互联网医院行业面临的挑战

一、偏远地区患者医保障碍

二、医疗机构信息化不透明

三、监管政策不完善

四、商业模式难以制定

第四章 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、客户群体定位

二、网络医院模式服务流程

三、网络医院模式患者就医模式分析

四、网络医院模式资源共享模式分析

五、网络医院模式盈利分析

(1) 药品销售

(2) 医院引流

(3) 健康管理

(4) 平台入驻

(5) 广告盈利

(6) 大数据分析

六、网络医院模式优劣势分析

(1) 缺乏完善的标准规范

(2) 隐私及信息安全问题

七、网络医院模式核心竞争力

八、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、客户群体定位

二、分级诊疗服务平台模式线上线下合作模式

三、分级诊疗服务平台模式患者就医模式分析

四、分级诊疗服务平台模式资源共享模式分析

五、分级诊疗服务平台模式盈利分析

(1) 基药市场扩容

(2) 医疗信息化建设的推进

(3) 第三方检测兴起

六、分级诊疗服务平台模式优劣势分析

七、分级诊疗服务平台模式核心竞争力

(1) 精耕社区，发挥网点价值

(2) 强化网点服务，深入社区，推进分级诊疗

(3) 切入“家庭医生”等服务，搭建分级诊疗服务平台

八、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、客户群体定位

二、区域联合建平台模式线上线下合作模式

三、区域联合建平台模式患者就医模式分析

四、区域联合建平台模式资源共享模式分析

五、区域联合建平台模式盈利分析

六、区域联合建平台模式优劣势分析

七、区域联合建平台模式核心竞争力

(1) 推动区域联合预约挂号等协同服务

(2) 推进医院业务流程上线，改进异地就医结算等服务

八、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、客户群体定位

二、创新医院O2O模式线上线下合作模式

三、创新医院O2O模式患者就医模式分析

四、创新医院O2O模式资源共享模式分析

五、创新医院O2O模式盈利分析

六、创新医院O2O模式优劣势分析

七、创新医院O2O模式核心竞争力

八、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模式

一、客户群体定位

二、患者定制化服务模式线上线下合作模式

三、患者定制化服务模式盈利分析

四、患者定制化服务模式优劣势分析

五、患者定制化服务模式核心竞争力

六、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、客户群体定位

二、远程诊疗模式线上线下合作模式

三、远程诊疗模式患者就医模式分析

四、远程诊疗模式资源共享模式分析

五、远程诊疗模式盈利分析

六、远程诊疗模式优劣势分析

七、远程诊疗模式核心竞争力

八、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、客户群体定位

二、医院互联网升级服务模式线上线下合作模式

三、医院互联网升级服务模式患者就医模式分析

四、医院互联网升级服务模式资源共享模式分析

五、医院互联网升级服务模式盈利分析

六、医院互联网升级服务模式核心竞争力

(1) 推进诊疗服务“最后一公里”

(2) 集成式信息服务

(3) 完善电子病历、健康档案等医疗服务要素

七、医院互联网升级服务模式典型案例——什邡市中医院

第五章 中国互联网医院产业总体发展状况

第一节 中国互联网医院产业规模情况分析

一、产业单位规模情况分析

二、产业人员规模状况分析

三、产业资产规模状况分析

四、产业市场规模状况分析

第二节 市场壁垒

第三节 竞争情况分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

第四节 国际竞争力比较

第五节 市场集中度分析

第六章 中国互联网医院行业区域市场营销策略分析

第一节 华北地区

一、互联网医院行业区域营销环境分析

二、互联网医院行业区域市场发展概况

三、互联网医院行业区域营销优劣势分析

四、互联网医院行业区域重点企业营销现状

五、互联网医院行业区域重点品牌营销现状

第二节 华东地区

一、互联网医院行业区域营销环境分析

二、互联网医院行业区域市场发展概况

三、互联网医院行业区域营销优劣势分析

四、互联网医院行业区域重点企业营销现状

五、互联网医院行业区域重点品牌营销现状

第三节 华南地区

一、互联网医院行业区域营销环境分析

二、互联网医院行业区域市场发展概况

三、互联网医院行业区域营销优劣势分析

四、互联网医院行业区域重点企业营销现状

五、互联网医院行业区域重点品牌营销现状

第四节 东北地区

一、互联网医院行业区域营销环境分析

二、互联网医院行业区域市场发展概况

三、互联网医院行业区域营销优劣势分析

四、互联网医院行业区域重点企业营销现状

五、互联网医院行业区域重点品牌营销现状

第五节 西南地区

- 一、互联网医院行业区域营销环境分析
- 二、互联网医院行业区域市场发展概况
- 三、互联网医院行业区域营销优劣势分析
- 四、互联网医院行业区域重点企业营销现状
- 五、互联网医院行业区域重点品牌营销现状

第六节 西北地区

- 一、互联网医院行业区域营销环境分析
- 二、互联网医院行业区域市场发展概况
- 三、互联网医院行业区域营销优劣势分析
- 四、互联网医院行业区域重点企业营销现状
- 五、互联网医院行业区域重点品牌营销现状

第七节 重点城市

第七章 互联网医院行业上下游产业分析

第一节 互联网医院上游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、行业新动态及其对互联网医院行业的影响
- 四、行业竞争状况及其对互联网医院行业的意义

第二节 互联网医院下游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、行业新动态及其对互联网医院行业的影响
- 四、行业竞争状况及其对互联网医院行业的意义

第八章 互联网医院企业竞争策略分析

第一节 互联网医院市场竞争策略分析

第二节 互联网医院企业竞争策略分析

- 一、2018-2024年中国互联网医院市场竞争趋势
- 二、2018-2024年互联网医院行业竞争策略分析

第九章 中国互联网医院行业重点企业产品营销状况对比分析（3-5家企业）

一、行行行企业

- 1、企业基本介绍
- 2、产品结构分析
- 3、产品价格分析
- 4、销售渠道分析
- 5、市场营销区域分析
- 6、主要客户分析
- 7、未来营销策略发展趋势

二、行行行企业

- 1、企业基本介绍
- 2、产品结构分析
- 3、产品价格分析
- 4、销售渠道分析
- 5、市场营销区域分析
- 6、主要客户分析
- 7、未来营销策略发展趋势

……

第十章 互联网医院行业发展策略分析

第一节 互联网医院市场策略分析

- 一、互联网医院价格策略分析
- 二、互联网医院渠道策略分析

第二节 互联网医院销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高互联网医院企业竞争力的策略

- 一、影响互联网医院企业核心竞争力的因素及提升途径
- 二、提高互联网医院企业核心竞争力的策略

第四节 对我国互联网医院品牌的战略思考

- 一、互联网医院实施品牌战略的意义

二、互联网医院企业品牌现状分析

三、互联网医院品牌战略管理策略

第十一章 中国互联网医院行业投资价值与投资策略分析

第一节 互联网医院行业SWOT模型分析

一、互联网医院优势分析

二、互联网医院劣势分析

三、互联网医院机会分析

四、互联网医院风险分析

第二节 互联网医院行业投资价值

一、互联网医院行业发展前景分析

二、互联网医院投资机会分析

第三节 互联网医院行业投资风险分析

一、互联网医院市场竞争风险

二、互联网医院未来市场需求

三、互联网医院技术风险分析

四、互联网医院政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第四节 互联网医院行业投资策略分析

一、互联网医院行业重点投资品种分析

二、互联网医院行业重点投资地区分析

第十二章 专家投资建议

图表目录详见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/3384773S6J.html>