

# 2020-2026年中国移动医疗 app市场分析与市场需求预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国移动医疗app市场分析与市场需求预测报告》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/ruanjian/X050432WC5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

移动医疗app是基于移动终端的医疗类应用软件，目前已有2000多款移动医疗app，主要提供寻医问诊、预约挂号、购买医药产品以及查询专业信息等服务。

目前国内的移动医疗App已达2000多款，主要分为5种：医药产品电商应用;满足专业人士了解专业信息和查询医学参考资料需求的应用，;满足寻医问诊需求的应用，如怡成健康小秘书;预约挂号及导医、咨询和点评服务平台;细分功能产品。

其中，寻医问诊需求，是很多用户乃至病患最为直接和迫切的需求，怡成健康小秘书正基于这一需求应运而生。在健康和医疗类信息在互联网上更轻松获得的今天，用户更需要的不仅仅是垂手可得的互联网资讯，更深层次的需求是需要和医生，直接的沟通和交流。

根据卫健委数据显示2019年公立医院全年诊疗人次达29.5亿、民营医院则为4.9亿，截至2019年上半年平安好医生的累计咨询量是3.08亿人次，单2019年上半年咨询量接近1亿。由此可见，大众通过互联网手段获取医疗服务的渗透还非常低，目前绝大多数资源和用户还是封闭在传统医院内部。互联网医疗的月活人数虽在增加，但是离流量爆发还相去甚远。

对互联网诊疗行为的合规性建设：如建立健全相关的管理制度、促动医疗机构本身参与互联网医疗服务的热情，才是保证互联网医疗领域流量持续增加的关键。同时，需求也会遍布医疗服务的各个环节（比如挂号、咨询、查询、会诊、复诊、随诊等），而且可能拓宽现有医疗服务的深度和广度。（2019年9月-2019年7月）医疗行业活跃人数全网渗透率趋势分析

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国移动医疗app市场分析与市场需求预测报告》共十一章。首先介绍了中国移动医疗app行业市场发展环境、移动医疗app整体运行态势等，接着分析了中国移动医疗app行业市场运行的现状，然后介绍了移动医疗app市场竞争格局。随后，报告对移动医疗app做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动医疗app行业发展趋势与投资预测。您若想对移动医疗app产业有个系统的了解或者想投资中国移动医疗app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：

第一章移动医疗App行业相关概述

1.1 服务的内涵与特征

- 1.1.1 服务的内涵
- 1.1.2 服务的特征
- 1.2 移动医疗App行业相关概述
  - 1.2.1 移动医疗App行业的定义
  - 1.2.2 移动医疗App行业的分类
  - 1.2.3 移动医疗App行业的产业链结构
  - 1.2.4 移动医疗App行业在国民经济中的地位
- 1.3 移动医疗App行业统计标准介绍
  - 1.3.1 行业统计部门和统计口径
  - 1.3.2 行业研究机构智研介绍
  - 1.3.3 行业主要统计方法介绍
  - 1.3.4 行业涵盖数据种类介绍

## 第二章中国移动医疗App行业发展环境

- 2.1 中国移动医疗App行业政策法律环境分析
  - 2.1.1 行业管理体制分析
  - 2.1.2 行业主要法律法规
  - 2.1.3 政策环境对行业的影响
- 2.2 中国移动医疗App行业经济环境分析
  - 2.2.1 宏观经济形势分析
  - 2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析
- 2.3 中国移动医疗App行业社会环境分析
  - 2.3.1 行业社会环境分析
  - 2.3.2 社会发展对行业的影响分析
- 2.4 中国移动医疗App行业消费环境分析
  - 2.4.1 行业消费驱动分析
  - 2.4.2 行业消费需求特点
  - 2.4.3 行业消费群体分析
  - 2.4.4 消费环境对行业的影响分析

## 第三章中国移动医疗App行业发展概述

- 3.1 中国移动医疗App行业发展状况分析

- 3.1.1 中国移动医疗App行业发展阶段
- 3.1.2 中国移动医疗App行业发展总体概况
- 3.1.3 中国移动医疗App行业发展特点分析
- 3.1.4 中国移动医疗App行业商业模式分析
- 3.2 2014-2019年移动医疗App行业发展现状

在线问诊这个词的内涵和外延一直都在发展中：从医生和患者的撮合中介到承担诸如远程诊疗、会诊、复诊和随诊等医疗业务。用户的需求场景逐渐丰富，厂商在其中扮演的角色也越发多元。2019年7月移动医疗类应用TOP10 APP名称 月度活跃用户规模：万人 人均单日启动次数：次 人均单日使用时长：分钟

|            |         |      |      |
|------------|---------|------|------|
| 平安好医生(问诊)  | 1710.05 | 3.73 | 3.73 |
| 好大夫在线(问诊)  | 278.07  | 3.26 | 3.26 |
| 微医(挂号)     | 258.22  | 2.19 | 2.19 |
| 春雨医生(问诊)   | 121.34  | 2.81 | 2.81 |
| 丁香园(医疗学术)  | 96.95   | 2.23 | 2.23 |
| 微脉(自诊自查)   | 91.63   | 2.12 | 2.12 |
| 1药网(医药电商)  | 90.39   | 2.39 | 2.39 |
| 健康之路(问诊)   | 68.21   | 2.19 | 2.19 |
| 华医通(导诊平台)  | 66.84   | 2.91 | 2.91 |
| 用药助手(医疗资讯) | 66.51   | 2.17 | 2.17 |

- 3.2.1 2014-2019年中国移动医疗App行业市场规模
- 3.2.2 2014-2019年中国移动医疗App行业发展分析
- 3.2.3 2014-2019年中国移动医疗App企业发展分析
- 3.3 2014-2019年中国移动医疗App行业市场供需分析
- 3.3.1 中国移动医疗App行业供给分析
- 3.3.2 中国移动医疗App行业需求分析
- 3.3.3 中国移动医疗App行业供需平衡

## 第四章中国移动医疗App行业发展前景分析

- 4.1 2020-2026年中国移动医疗App市场发展前景
- 4.1.1 2020-2026年移动医疗App市场发展潜力
- 4.1.2 2020-2026年移动医疗App市场发展前景展望
- 4.1.3 2020-2026年移动医疗App细分行业发展前景分析
- 4.2 2020-2026年中国移动医疗App市场发展趋势预测
- 4.2.1 2020-2026年移动医疗App行业发展趋势
- 4.2.2 2020-2026年移动医疗App市场规模预测
- 4.2.3 2020-2026年移动医疗App行业应用趋势预测
- 4.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测
- 4.3 2020-2026年移动医疗App行业投资风险分析

4.3.1 行业政策风险

4.3.2 宏观经济风险

4.3.3 市场竞争风险

4.3.4 关联产业风险

4.3.5 其他投资风险

4.4 2020-2026年中国移动医疗App行业面临的困境及对策

4.4.1 中国移动医疗App行业面临的困境及对策

1、中国移动医疗App行业面临困境

2、中国移动医疗App行业对策探讨

4.4.2 中国移动医疗App企业发展困境及策略分析

1、中国移动医疗App企业面临的困境

2、中国移动医疗App企业的对策探讨

4.4.3 国内移动医疗App企业的出路分析

第五章中国移动医疗App行业服务领域分析

5.1 移动医疗App行业服务领域概况

5.1.1 行业主要服务领域

5.1.2 行业服务结构分析

5.1.3 服务发展趋势分析

5.1.4 服务策略智研建议

5.2 服务领域一

5.2.1 市场发展现状概述

5.2.2 行业市场应用规模

5.2.3 行业市场需求分析

5.3 服务领域二

5.3.1 市场发展现状概述

5.3.2 行业市场应用规模

5.3.3 行业市场需求分析

5.4 服务领域三

5.4.1 市场发展现状概述

5.4.2 行业市场应用规模

5.4.3 行业市场需求分析

## 第六章中国移动医疗App行业市场竞争格局分析

### 6.1 移动医疗App行业竞争格局分析

#### 6.1.1 移动医疗App行业区域分布格局

#### 6.1.2 移动医疗App行业企业规模格局

#### 6.1.3 移动医疗App行业企业性质格局

### 6.2 移动医疗App行业竞争状况分析

#### 6.2.1 移动医疗App行业上游议价能力

#### 6.2.2 移动医疗App行业下游议价能力

#### 6.2.3 移动医疗App行业新进入者威胁

#### 6.2.4 移动医疗App行业替代产品威胁

#### 6.2.5 移动医疗App行业内部竞争分析

### 6.3 移动医疗App行业投资兼并重组整合分析

#### 6.3.1 投资兼并重组现状

#### 6.3.2 投资兼并重组案例

#### 6.3.3 投资兼并重组趋势

## 第七章中国移动医疗App行业企业经营分析

### 7.1 平安好医生

#### (1) 企业发展简况分析

#### (2) 企业经营情况分析

#### (3) 企业经营优劣势分析

### 7.2 好大夫在线

#### (1) 企业发展简况分析

#### (2) 企业经营情况分析

#### (3) 企业经营优劣势分析

### 7.3 微医(

#### (1) 企业发展简况分析

#### (2) 企业经营情况分析

#### (3) 企业经营优劣势分析

### 7.4 春雨医生

#### (1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

## 第八章互联网对移动医疗App行业的影响分析

### 8.1 互联网对移动医疗App行业的影响

#### 8.1.1 智能服务设备发展情况分析

1、智能服务设备发展概况

2、主要服务APP应用情况

#### 8.1.2 服务智能设备经营模式分析

1、智能硬件模式

2、服务APP模式

3、虚实结合模式

4、个性化资讯模式

#### 8.1.3 智能设备对移动医疗App行业的影响分析

1、智能设备对移动医疗App行业的影响

2、服务智能设备的发展趋势分析

### 8.2 互联网+服务发展模式分析

#### 8.2.1 互联网+服务商业模式解析

1、商业模式一

(1) 服务模式

(2) 盈利模式

2、商业模式二

(1) 服务模式

(2) 盈利模式

#### 8.2.2 互联网+服务案例分析

1、案例一

2、案例二

3、案例三

### 8.3 互联网背景下移动医疗App行业发展趋势分析

## 第九章移动医疗App企业市场营销策略探讨

### 9.1 服务营销的特点



- 9.1.1 服务产品的无形性
- 9.1.2 服务的不可分离性
- 9.1.3 服务产品的可变性
- 9.1.4 服务产品的易失性
- 9.2 移动医疗App企业的营销策略
  - 9.2.1 内部营销与交互作用营销
  - 9.2.2 差别化管理
  - 9.2.3 服务质量管理
  - 9.2.4 平衡供求的策略
- 9.3 移动医疗App企业提高服务质量的营销策略
  - 9.3.1 服务质量的主要影响因素模型
  - 9.3.2 服务质量影响因素关系分析
  - 9.3.3 移动医疗App企业提高服务质量的营销策略分析
- 9.4 移动医疗App企业的品牌营销
  - 9.4.1 移动医疗App企业品牌营销中存在的问题
    - 1、品牌营销处于初级阶段
    - 2、缺乏品牌塑造意愿
    - 3、服务品牌理念脱离实质
    - 4、品牌营销定位不具备持续价值
  - 9.4.2 移动医疗App企业品牌营销策略分析
    - 1、实行差异化的服务
    - 2、树立服务品牌营销意识
    - 3、提高顾客满意度与忠诚度
    - 4、打造高品质的企业服务文化

## 第十章研究结论及建议

- 10.1 研究结论
- 10.2 建议
  - 10.2.1 行业发展策略建议
  - 10.2.2 行业投资方向建议
  - 10.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：移动医疗App行业服务特点

图表：移动医疗App产业链分析

图表：移动医疗App行业生命周期

图表：移动医疗App行业商业模式

图表：投资建议

图表：2014-2019年中国移动医疗App行业市场规模分析

图表：2020-2026年中国移动医疗App行业市场规模预测

图表：移动医疗App行业营销策略建议

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/X050432WC5.html>