

2016-2022年中国互联网医疗产业竞争现状调研及 十三五投资决策分析报告

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《2016-2022年中国互联网医疗产业竞争现状调研及十三五投资决策分析报告》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/yiliaoqixie/241973241973.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

互联网医疗是革命而不是工具，医疗产业将被改变并颠覆，医疗产业价值的核心将转移至互联网医疗运营平台。其核心价值在运营平台未来的大数据能力，将彻底颠覆诊断与医疗科研模式，互联网医疗将使得用户通过案例数据智能自诊断成为可能，并改变医疗资源分配不均的现状。在中国，老龄化、90后、病患群体基数庞大等因素将使得中国互联网医疗加速应用，有望领先全球。互联网将能突破医院资源、数据的围墙，改变并大幅优化医疗健康产业。

目前从国内外较为领先的互联网医疗公司来看，主要由两种类型的公司：第一类是从医疗穿戴研发入手发展客户继而形成平台的公司；第二类是搭建平台集成医生资源、社群沟通等资源，通过平台吸引用户成为医疗服务互动平台。

过去三年，我国互联网医疗市场规模保持超过28%的增长速度向前发展，2013年，我国互联网医疗市场规模为85.9亿元，同比增长28.02%；2014年，我国互联网医疗市场规模为114亿元，同比增长32.71%。

医疗资源的紧缺使得患者、医院、医生等产业参与者痛点众多，而互联网正是解决这些痛点的契机。互联网医疗产业将使得产业链价值重新分配，患者、医院、保险公司、医药器械公司都将成为产业价值的贡献者，尤其看好从保险公司和医药器械公司获得价值的互联网医疗商业模式。互联网医疗本身也将衍生出新的产业价值如领先的医疗健康穿戴产品、新模式的诊断服务等。互联网医疗产业价值来源主要为互联网医疗运营平台和移动互联医疗健康穿戴设备，考虑到相对稳定的医疗信息化需求，预计产业规模有望在未来会有新的突破。

未来，随着互联网的不断渗透，我国互联网医疗市场将进一步发展，预计到2016年，我国互联网医疗市场规模达到257.9亿元，预计到2022年，则有可能超过800亿元。

《2016-2022年中国互联网医疗产业竞争现状调研及十三五投资决策分析报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一章 互联网医疗发展背景 12

第一节 互联网医疗的定义 12

第二节 互联网医疗消费背景 12

一、中国老龄化的背景分析 12

- (一) 中国进入老龄化社会 12
- (二) 老龄化推动医疗需求 13
- (三) 医疗费用有望快速增加 14
- 二、中国90后群体崛起分析 15
 - (一) 90后已成互联网的主力军 15
 - (二) 90后更易接受互联网医疗 16
 - (三) 90后将成为家庭中坚力量 16
- 三、可应用病患群体基数庞大 17
 - (一) 高血压患病率高 17
 - (二) 糖尿病患者基数大 18
 - (三) 冠心病的隐蔽性强 18
 - (四) 脑血管疾病防治需重视 18
- 第二章 中国互联网医疗发展现状分析 20
 - 第一节 中国医疗信息化发展分析 20
 - 一、医疗信息化的总花费规模 20
 - 二、医疗行业信息化市场规模 20
 - 三、医疗信息化行业结构分析 21
 - 第二节 互联网医疗市场规模分析 21
 - 一、互联网医疗的发展现状 21
 - 二、互联网医疗的市场规模 22
 - 三、在线医疗市场规模统计 23
 - 四、移动医疗市场规模统计 24
 - 第三节 互联网医疗发展分析 24
 - 一、互联网医疗利益相关方 24
 - 二、互联网医疗涉及四方 25
 - 三、互联网医疗平台的分类 26
 - 四、互联网医疗APP的发展 26
 - 第四节 中国移动医疗行业发展概况 27
 - 一、中国移动医疗行业发展现状 27
 - 二、中国移动医疗行业需求分析 28
 - 三、移动医疗的产业链开始扩展 28
 - 四、中国移动医疗实践模式分析 29
 - 五、中国移动医疗现实困境分析 30
 - 第五节 互联网医疗硬件发展分析 31
 - 一、可穿戴医疗的优势分析 31

- 二、可穿戴医疗供应链分析 34
- 三、可穿戴医疗的发展模式 35
- 四、可穿戴医疗的市场规模 35
- 五、可穿戴医疗的发展潜力 36
- 第六节 远程监护公司盈利模式 40
 - 一、四维医学科技：与社区医院和诊所共生 40
 - 二、新元素医疗：健康小屋+会员制服务 40
 - 三、中卫莱康：坚持做服务商 42
 - 四、优加利企业：远程监护服务医院客户 44
- 第七节 互联网医疗平台典型代表 45
 - 一、百度医疗 45
 - (一) 百度医疗定位 45
 - (二) 百度医疗模式 46
 - (三) 未来拓展方向 47
 - 二、美柚 47
 - (一) 美柚市场定位 47
 - (二) 美柚发展模式 48
 - (三) 未来拓展方向 48
 - 三、丁香园 49
 - (一) 丁香园的定位 49
 - (二) 丁香园的模式 49
 - (三) 未来拓展方向 50
 - 四、春雨医生 50
 - (一) 春雨医生定位 50
 - (二) 春雨医生模式 51
 - (三) 未来拓展方向 52
 - 五、九安医疗 53
 - (一) 九安医疗定位 53
 - (二) 未来拓展方向 54
- 第三章 互联网医疗需求分析 55
 - 第一节 患者需求与痛点分析 55
 - 一、患者需求分析 55
 - (一) 核心需求 55
 - (二) 便利需求 55
 - (三) 辅助需求 56

二、患者就医痛点 57

(一) 导诊痛点分析 57

(二) 诊断痛点分析 58

(三) 院外康复痛点 58

第二节 医生需求与痛点分析 59

一、医生需求分析 59

二、医生痛点分析 59

(一) 工作强度与收入不符 59

(二) 提高诊断准确性痛点 60

(三) 跟踪患者康复的痛点 60

第三节 医院需求与痛点分析 61

一、医院需求分析 61

(一) 信息化需求 61

(二) 平台化需求 61

二、医院痛点分析 61

(一) 数据大集中的痛点 61

(二) 医疗资源共享痛点 62

第四节 药企需求与痛点分析 62

一、药企需求分析 62

二、药企痛点分析 63

(一) 特定药品不能进行精准营销 63

(二) 大病用药疗效无法有效跟踪 63

第五节 险企需求与痛点分析 63

一、保险公司需求分析 63

二、保险公司痛点分析 64

(一) 保费佣金比例高 64

(二) 无法降低赔付成本 64

第四章 互联网医疗盈利模式分析 66

第一节 向患者收费模式 66

一、基于患者的商业模式 66

二、国外案例分析——Zeo 66

(一) 产品功能 66

(二) 盈利模式 67

(三) 未来发展模式 68

第二节 向医生收费模式 69

- 一、向医生收费模式 69
- 二、国外案例分析——Zocdoc 69
 - (一) 提供服务 69
 - (二) 盈利模式 71
 - (三) 经验总结 71
- 第三节 向医院收费模式 72
 - 一、向医院收费模式 72
 - 二、国外案例分析——Vocera 72
 - (一) 产品功能 72
 - (二) 主要优势 74
 - (三) 盈利模式 74
 - (四) 未来发展模式 74
- 第四节 向药企收费模式 75
 - 一、向药企收费模式 75
 - 二、国外案例分析——Epocrates 75
 - (一) 公司简介 75
 - (二) 产品功能 76
 - (三) 盈利模式 76
 - (四) 未来发展模式 77
- 第五节 向险企收费模式 77
 - 一、向保险公司收费模式 77
 - 二、国外案例分析——WellDoc 78
 - (一) 产品形式和功能 78
 - (二) 盈利模式 78
 - (三) 未来发展方向 79
- 第五章 药品销售与电子商务融合发展分析 80
 - 第一节 医药电子商务相关概述 80
 - 第二节 医药电子商务四大应用领域 80
 - 一、预防领域 80
 - 二、诊断领域 80
 - 三、治疗领域 80
 - 四、康复领域 81
 - 第三节 美国药品电子商务发展分析 81
 - 一、美国药品流通现状分析 81
 - 二、美国药品电子商务分析 81

三、美国药品电商竞争格局	82
第四节 国内外医药电子商务B2B模式分析	82
一、医药电子商务B2B模式分析	82
(一) 医药电子商务B2B模式相关概述	82
(二) 中国医药电子商务B2B发展现状	82
(三) 国外医药电子商务B2B模式分析	83
(四) 中国医药电子商务B2B模式分析	84
(五) 中国医药电子商务B2B可选模式	87
二、中国医药电子商务B2C模式分析	88
(一) 中国B2C网店的发展现状分析	88
(二) 国内获医药B2C牌照的网上药店	90
(三) B2C平台与医药企业结盟模式分析	91
第五节 中国医药电子商务发展运行分析	92
一、中国医药电子商务发展历程分析	92
二、中国医药电子商务发展现状分析	93
三、中国医药电子商务市场规模分析	94
四、中国医药电子商务现存问题分析	95
五、中国医药电子商务发展主要瓶颈	96
第六节 中国医药电子商务的发展趋势	97
第六章 中国互联网医疗重点企业及平台分析	99
第一节 互联网医疗优秀平台分析	99
一、好大夫在线	99
(一) 平台发展简介	99
(二) 平台商业模式	100
(三) 平台盈利模式	101
(四) 平台的影响力	101
二、39健康网	101
(一) 平台发展简介	101
(二) 平台商业模式	102
(三) 平台的影响力	102
(四) 平台发展战略	103
三、宜康网	103
(一) 平台发展简介	103
(二) 平台主要业务	103
(三) 平台商业模式	104

- (四) 平台发展战略 104
- 四、医通无忧网 104
 - (一) 平台发展简介 104
 - (二) 平台主要业务 105
 - (三) 平台商业模式 105
 - (四) 平台的影响力 106
- 第二节 互联网医疗硬件企业分析 107
 - 一、广东宝莱特医用科技股份有限公司 107
 - (一) 公司的基本情况 107
 - (二) 互联网医疗产品 107
 - (三) 公司经营状况分析 108
 - (四) 企业销售网络分析 109
 - (五) 公司的产品优势 109
 - 二、天津九安医疗电子股份有限公司 110
 - (一) 公司的基本情况 110
 - (二) 互联网医疗产品 110
 - (三) 公司经营状况分析 111
 - (四) 企业销售网络分析 112
 - (五) 公司的产品优势 112
 - 三、三诺生物传感股份有限公司 113
 - (一) 公司的基本情况 113
 - (二) 互联网医疗产品 113
 - (三) 公司经营状况分析 114
 - (四) 企业销售网络分析 115
 - (五) 公司的产品优势 116
 - 四、邦讯技术股份有限公司 116
 - (一) 公司的基本情况 116
 - (二) 互联网医疗产品 117
 - (三) 公司经营状况分析 117
 - (四) 企业销售网络分析 118
 - (五) 公司的产品特点 119
 - 五、乐普(北京)医疗器械股份有限公司 120
 - (一) 公司的基本情况 120
 - (二) 互联网医疗产品 120
 - (三) 公司经营状况分析 121

- (四) 企业销售网络分析 123
- (五) 公司的产品优势 123
- 第三节 互联网医疗软件企业分析 124
- 一、北京春雨天下软件有限公司 124
 - (一) 公司的基本情况 124
 - (二) 互联网医疗产品 124
 - (三) 公司的最新动态 125
 - (四) 公司的发展战略 125
- 二、东软医疗系统有限公司 126
 - (一) 公司的基本情况 126
 - (二) 互联网医疗产品 127
 - (三) 公司经营状况分析 127
 - (四) 公司的产品优势 128
- 三、上海金仕达卫宁软件股份有限公司 128
 - (一) 公司的基本情况 128
 - (二) 互联网医疗产品 129
 - (三) 公司经营状况分析 130
 - (四) 企业销售网络分析 132
 - (五) 公司的产品优势 132
- 四、东华软件股份公司 132
 - (一) 公司的基本情况 132
 - (二) 产品发展新动态 133
 - (三) 公司经营状况分析 133
 - (四) 企业销售网络分析 135
 - (五) 公司核心竞争力 135
- 五、上海金蝶医疗卫生软件有限公司 136
 - (一) 公司的基本情况 136
 - (二) 互联网医疗业务 137
 - (三) 互联网医疗现状 138
 - (四) 公司的发展战略 139
- 第四节 药品电子商务企业分析 139
- 一、九州通医药集团股份有限公司 139
 - (一) 公司的基本情况 139
 - (二) 互联网医疗平台 140
 - (三) 公司经营状况分析 140

(四) 企业销售网络分析	142
(五) 公司核心竞争力	142
二、海虹企业(控股)股份有限公司	143
(一) 公司的基本情况	143
(二) 互联网医疗产品	143
(三) 公司经营状况分析	144
(四) 企业销售网络分析	144
(五) 公司核心竞争力	145
三、上海华源大药房连锁经营有限公司	145
(一) 公司的基本情况	145
(二) 互联网医疗平台	145
(三) 产品的商业模式	146
(四) 公司的最新动态	146
第七章 2016-2022年互联网医疗行业发展趋势与前景	147
第一节 2016-2022年互联网医疗发展动因	147
一、医疗信息化建设为互联网医疗奠定基础	147
二、政策层面推动医疗信息化建设迅速发展	148
三、4G通信使互联网医疗具备全面普及可能性	148
四、医疗器械技术发展推动实际应用普及性增强	149
第二节 2016-2022年互联网医疗发展趋势	149
第三节 2016-2022年互联网医疗发展前景及预测	150
一、2016-2022年中国互联网医疗发展前景	150
二、2016-2022年互联网医疗市场规模预测	150
三、2016-2022年在线医疗市场规模预测	151
四、2016-2022年移动医疗市场规模预测	151
第八章 2016-2022年互联网医疗行业投融资策略分析	153
第一节 2016-2022年互联网医疗行业投资风险	153
一、政策法规风险	153
二、市场竞争风险	153
三、技术发展风险	154
第二节 2016-2022年互联网医疗行业投资机会	154
一、中国互联网医疗投资机会概述	154
二、互联网医疗院前环节投资机会	155
三、互联网医疗院中环节投资机会	156
四、互联网医疗院后环节投资机会	157

第三节 2016-2022年互联网医疗行业投资策略 157

一、挖掘互联网医疗产品核心价值 157

二、提升互联网医疗价值链的价值 158

三、从资本价值出发进行资本运作 158

第四节 2016-2022年互联网医疗行业融资策略 158

一、互联网医疗项目融资情况 158

二、互联网医疗行业融资渠道 160

三、互联网医疗行业融资策略 160

图表目录

图表 1 2011-2022年中国65岁以上人口统计及预测 13

图表 2 2011-2015年中国卫生总费用及占GDP比重 14

图表 3 2013-2014年中国网民年龄结构 15

图表 4 手机网民使用互联网医疗的情况 16

图表 5 成人不同性别基线年龄段八年高血压累计发病率 17

图表 6 城市地区不同性别、年龄组人群脑血管死亡率比较 19

图表 7 2011-2014年中国医疗信息化总花费规模统计 20

图表 8 2010-2015年中国医疗行业信息化市场规模 20

图表 9 2011-2017年中国医疗信息化行业各解决方案收入结构图 21

图表 10 互联网化程度 22

图表 11 医疗互联网化的分类与方向 22

图表 12 2011-2015年中国互联网医疗市场规模 23

图表 13 2011-2015年在线医疗市场规模及趋势统计 23

图表 14 2011-2015年移动医疗市场规模及趋势统计 24

图表 15 互联网医疗利益相关方 25

图表 16 医疗过程中的四方主体，以患者为中心示意图 26

图表 17 2010-2015年我国互联网医疗APP数量预测 27

图表 18 传统的动态监测设备 32

图表 19 医生期待移动医疗能够改善的方面 33

图表 20 2011-2014年中国可穿戴便携移动医疗设备市场规模统计 35

图表 21 2014年中国老年人口数量及其占比情况统计 36

图表 22 男性健康主要问题构成 37

图表 23 女性健康主要问题构成 37

图表 24 全球范围内针对移动医疗服务效果的临床研究 38

图表 25 患者期待移动医疗能够改善的方面 38

图表 26 消费者对移动医疗的付费调查 39

- 图表 27 美国股权投资基金投资领域分布 39
- 图表 28 美国股权投资基金投资医疗细分行业 40
- 图表 29 深圳新元素医疗的运营模式 41
- 图表 30 新元素医疗的三个盈利来源 42
- 图表 31 中卫莱康-保健版远程心电监测仪 43
- 图表 32 中卫莱康-腕式心电监测仪 43
- 图表 33 优加利企业的第四代“心安宝” 44
- 图表 34 优加利企业的心脏实时监护网络 45
- 图表 35 百度医疗产业链布局 45
- 图表 36 健康云三层架构 46
- 图表 37 百度医疗未来产业链延伸 47
- 图表 38 美柚医疗产业链布局 47
- 图表 39 美柚未来产业链拓展 48
- 图表 40 丁香园产业链布局 49
- 图表 41 丁香园两大盈利板块 50
- 图表 42 丁香园未来发展方向 50
- 图表 43 春雨医生产业链布局 51
- 图表 44 春雨医生盈利模式 52
- 图表 45 春雨医生未来产业链拓展 52
- 图表 46 iHealth产业链布局 53
- 图表 47 九安医疗未来产业链拓展 54
- 图表 48 患者需求高低与第三方机构介入程度对比 56
- 图表 49 患者痛点 57
- 图表 50 Zeo产品示意图 67
- 图表 51 Zeo在互联网医疗产业链中的关系 67
- 图表 52 Zeo在互联网医疗产业链中的关系 68
- 图表 53 Zeo未来可能的发展方向 69
- 图表 54 Zocdoc在互联网医疗产业链中的关系 70
- 图表 55 Zocdoc网站界面 71
- 图表 56 Zocdoc未来可能的发展方向 72
- 图表 57 Vocera产品可戴在脖子上 73
- 图表 58 Vocera产品可挂在衣服上 73
- 图表 59 Vocera未来可能的发展方向 75
- 图表 60 Epocrates在互联网医疗产业链中的关系 76
- 图表 61 Epocrates未来可能的发展方向 77

- 图表 62 WellDoc未来可能的发展方向 79
- 图表 63 持有国A证—第三方交易服务平台牌照的厂商情况 83
- 图表 64 2011-2017年中国B2C医药电商市场规模预测 90
- 图表 65 持有国A证—第三方交易服务平台牌照的厂商情况 91
- 图表 66 2011-2015年中国医药电子商务市场规模统计 95
- 图表 67 拜欧B2B2C模式 98
- 图表 68 “好大夫在线”的业务流程示意图 101
- 图表 69 医通无忧网在线医疗服务模式图示 106
- 图表 70 医通无忧网在线广告营销图示 106
- 图表 71 2015年广东宝莱特医用科技股份有限公司分产品情况表 108
- 图表 72 2015年广东宝莱特医用科技股份有限公司业务结构情况 108
- 图表 73 2011-2015年广东宝莱特医用科技股份有限公司收入及利润统计 109
- 图表 74 2014年广东宝莱特医用科技股份有限公司分地区情况表 109
- 图表 75 iHealth BPM产品功能图 110
- 图表 76 2015年天津九安医疗电子股份有限公司分产品情况表 111
- 图表 77 2015年天津九安医疗电子股份有限公司业务结构情况 111
- 图表 78 2011-2015年天津九安医疗电子股份有限公司收入及利润统计 112
- 图表 79 2015年天津九安医疗电子股份有限公司分地区情况表 112
- 图表 80 三诺糖护士手机血糖仪 114
- 图表 81 2015年三诺生物传感股份有限公司分产品情况表 114
- 图表 82 2015年三诺生物传感股份有限公司业务结构情况 115
- 图表 83 2011-2015年三诺生物传感股份有限公司收入及利润统计 115
- 图表 84 2015年三诺生物传感股份有限公司分地区情况表 115
- 图表 85 2015年邦讯技术股份有限公司分产品情况表 118
- 图表 86 2015年邦讯技术股份有限公司业务结构情况 118
- 图表 87 2011-2015年邦讯技术股份有限公司收入及利润统计 118
- 图表 88 2014年邦讯技术股份有限公司分地区情况表 119
- 图表 89 乐普（北京）医疗器械股份有限公司移动医疗产业链 121
- 图表 90 2015年乐普（北京）医疗器械股份有限公司分产品情况表 122
- 图表 91 2015年乐普（北京）医疗器械股份有限公司业务结构情况 122
- 图表 92 2011-2015年乐普（北京）医疗器械股份有限公司收入及利润统计 123
- 图表 93 2015年乐普（北京）医疗器械股份有限公司分地区情况表 123
- 图表 94 北京春雨天下软件有限公司基本情况表 124
- 图表 95 东软医疗系统有限公司基本情况表 126
- 图表 96 2012-2014年东软医疗系统有限公司收入及利润情况 128

- 图表 97 2012-2014年东软医疗系统有限公司盈利能力指标 128
- 图表 98 2015年上海金仕达卫宁软件股份有限公司分产品情况表 131
- 图表 99 2015年上海金仕达卫宁软件股份有限公司业务结构情况 131
- 图表 100 2011-2015年上海金仕达卫宁软件股份有限公司收入及利润统计 131
- 图表 101 2015年上海金仕达卫宁软件股份有限公司分地区情况表 132
- 图表 102 2015年东华软件股份公司分产品情况表 134
- 图表 103 2015年东华软件股份公司业务结构情况 134
- 图表 104 2011-2015年东华软件股份公司收入及利润统计 135
- 图表 105 2015年东华软件股份公司分地区情况表 135
- 图表 106 上海金蝶医疗卫生软件有限公司基本情况表 137
- 图表 107 金蝶医疗移动挂号手机APP界面图 138
- 图表 108 2015年九州通医药集团股份有限公司分产品情况表 141
- 图表 109 2015年九州通医药集团股份有限公司业务结构情况 141
- 图表 110 2011-2015年九州通医药集团股份有限公司收入及利润统计 142
- 图表 111 2015年九州通医药集团股份有限公司分地区情况表 142
- 图表 112 2015年海虹企业（控股）股份有限公司分产品情况表 144
- 图表 113 2011-2015年海虹企业（控股）股份有限公司收入及利润统计 144
- 图表 114 2015年海虹企业（控股）股份有限公司分地区情况表 145
- 图表 115 中国医疗信息化过程 147
- 图表 116 互联网医疗得到政策鼓励支持情况表 148
- 图表 117 2016-2022年互联网医疗市场规模预测 150
- 图表 118 2016-2022年在线医疗市场规模预测 151
- 图表 119 2016-2022年移动医疗市场规模预测 152
- 图表 120 2014年中国互联网医疗融资前20家企业排行榜 159
- 图表 121 企业巨头互联网医疗融资布局各有侧重 160
- 图表详见正文•••••(GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/241973241973.html>