

2016-2022年中国医疗O2O行业专项调研及“十三五”发展前景预测报告

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年中国医疗O2O行业专项调研及“十三五”发展前景预测报告》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/shengwuzhiyao/239519239519.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

在餐饮、旅游、电影领域线上线下模式不断成熟以来，在线医疗领域O2O市场成为商家必争之地。在线医疗平台纷纷获得巨头投资，并引发了在线医疗行业的投资风潮。

3月30日，宜生到家(传统线下足疗连锁店北京富侨的线上品牌)获得了洪泰基金300万美金天使融资，主要用于团队建设以及市场布局，让随叫随到的上门推拿成为可能。今年1月，医疗整形美容服务平台美尔贝宣布获得深圳同创伟业领投，竞技世界跟投的2000万人民币的A轮融资，医疗行业O2O布局开始侵入整形美容等高端化的服务。

布局在线医疗领域，BAT大佬们当然没有闲着。今年1月，百度与301医院合作，共建网上医疗服务平台，继而上线百度医生App，正式介入线上医疗领域。2月份，百度完成了对健康医疗类网站“健康之路”(医护网)的战略投资。百度将为医护网提供图像语音识别、技术交互、大数据和人工智能等技术支持，共同探索医疗领域O2O的服务模式及创新运营模式。

腾讯和阿里当然也不甘落后，腾讯投资了丁香园、挂号网，从医疗预约到后期诊断、跟踪全方位实现。阿里拥有医药电商业务，收购了中信21世纪，将其更名阿里健康，并制订了未来医院计划，主要围绕移动支付开展合作，打造在线医疗平台和医药电商平台生态圈。

我国移动医疗市场规模统计表

移动医疗：移动软件、硬件设备实现线上医疗咨询、诊断及健康管理

医药O2O：线上咨询支付、线下送药上门模式

资料来源：品途商业

中国报告网发布的《2016-2022年中国医疗O2O行业专项调研及“十三五”发展前景预测报告》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。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。

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。

第一章 中国O2O市场发展综述

1.1 O2O基本概念

1.1.1 O2O的定义

1.1.2 O2O模式简介

1.1.3 O2O发展阶段分析

(1) 信息搬运阶段

(2) 线上线下联动阶段

(3) 服务标准化时代

1.2 O2O市场发展概况

1.2.1 O2O产业结构图

1.2.2 O2O市场规模分析

1.2.3 O2O应用分布情况

1.2.4 O2O市场前景

1.3 中国O2O市场发展水平评估

第二章 医疗O2O市场发展现状分析

2.1 医疗O2O市场规模分析

2.1.1 用户市场规模

2.1.2 现阶段细分领域市场规模

2.1.3 市场前景分析

2.2 医疗O2O市场发展环境分析

2.2.1 社会经济环境分析

2.2.2 政策环境分析

2.2.3 技术环境分析

2.3 市场竞争分析

2.3.1 医疗O2O核心竞争力

2.3.2 垂直领域平台分析

2.3.3 重点企业区域竞争格局现状

2.3.4 未来竞争趋势分析

第三章 医疗O2O商业模式与生态系统搭建

3.1 医疗O2O不同商业组合模式

3.1.1 线上社区+线下消费/社区

3.1.2 线上消费+社区/线下社区

3.1.3 线上消费/社区+线下消费/社区

3.1.4 线上社区+线下社区

3.2 医疗O2O商业模式及发展前景

3.2.1 医疗O2O商业模式背景与目标

3.2.2 医疗O2O商业模式发展现状

3.2.3 医疗O2O商业模式发展优劣势分析

3.2.4 发展前景分析

3.3 医疗O2O生态体系搭建

3.3.1 生态体系搭建基础

3.3.2 生态体系搭建重点

(1) 整合O2O内循环

(2) 建立跨平台的互动生态圈

(3) 大数据运营与营销

第四章 医疗O2O产品设计概况与运营分析

4.1 产品设计概况

4.1.1 产品基本内容

4.1.2 产品设计基本要求

4.1.3 成功案例介绍

4.2 医疗O2O数据运营分析

4.2.1 消费者数据分析

4.2.2 供应方市场现状

4.2.3 使用场景分析

4.2.4 运营效果分析

第五章 医疗O2O模式网站综合分析

5.1 医疗O2O模式网站介绍

5.2 核心功能介绍

5.3 网站特点介绍

5.4 优势分析

5.5 劣势分析

第六章 医疗O2O行业发展前景分析与预测

6.1 2016-2022年行业未来发展前景分析

6.1.1 国内投资环境分析

6.1.2 市场机会分析

6.1.3 投资增速预测

6.2 2016-2022年行业未来发展趋势预测

6.3 2016-2022年行业市场发展预测

6.3.1 行业市场规模预测

6.3.2 行业市场规模增速预测

6.3.3行业产值规模预测

6.3.4行业产值增速预测

6.4 2016-2022年行业盈利走势预测

6.4.1行业毛利润同比增速预测

6.4.2行业利润总额同比增速预测

第七章 2016-2022年中国医疗O2O行业投资风险与营销分析

7.1行业进入壁垒分析

7.1.1行业技术壁垒分析

7.1.2行业规模壁垒分析

7.1.3行业品牌壁垒分析

7.2 2016-2022年中国医疗O2O行业投资风险分析

7.2.1行业政策风险分析

7.2.2行业技术风险分析

7.2.3行业竞争风险分析

7.2.4 行业其他风险分析

第八章 2016-2022年中国医疗O2O行业发展策略及投资建议

8.1 2016-2022年中国医疗O2O行业市场的关键客户战略实施

8.1.1 实施重点客户战略的必要性

8.1.2 合理确立重点客户

8.1.3 对重点客户的营销策略

8.1.4强化重点客户的管理

8.1.5 实施重点客户战略要重点解决的问题

8.2 2016-2022年中国医疗O2O行业发展策略分析

8.3 观研天下行业分析师投资建议

8.3.1 2016-2022年中国医疗O2O行业投资区域分析

8.3.2 2016-2022年中国医疗O2O行业投资产品分析

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shengwuzhiyao/239519239519.html>