

2020-2026年中国互联网医院市场深度评估与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国互联网医院市场深度评估与投资前景分析报告》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.cction.com/report/202009/187284.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2009年到2017年我国互联网医疗市场规模从2亿元激增至325亿元，复合增速高达89%，目前互联网医疗产业链已逐步成形，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，接下来预计市场增速将维持在40%左右，预计到2020年我国互联网医疗市场规模有望达到900亿元。2011-2017年中国互联网医疗市场规模情况中企顾问网发布的《2020-2026年中国互联网医院市场深度评估与投资前景分析报告》共六章。首先介绍了互联网医院行业市场发展环境、互联网医院整体运行态势等，接着分析了互联网医院行业市场运行的现状，然后介绍了互联网医院市场竞争格局。随后，报告对互联网医院做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网医院行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网医院产业有个系统的了解或者想投资互联网医院行业，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。报告目录：第1章：中国互联网医院行业发展必然性分析1.1 传统医疗行业痛点分析1.1.1 医院痛点分析1.1.2 用户痛点分析1.2 互联网医院发展的利好环境1.2.1 政策环境1.2.2 经济环境1.2.3 社会环境1.2.4 技术环境（1）智能终端的普及（2）移动互联网发展1.3 互联网家装的核心竞争要素1.3.1 服务1.3.2 速度1.3.3 流程 第2章：中国互联网医院行业发展现状分析2.1 传统医院行业发展现状2.1.1 传统医院行业发展概况2013-2017年中国公立医院数量走势2013-2017年中国民营医院数量走势2.1.2 传统医院行业市场规模2.1.3 传统医院行业市场供需2.1.4 传统医院行业发展问题2.2 互联网医院行业发展现状2.2.1 互联网医院行业发展概况2.2.2 互联网医院行业市场规模2.2.3 互联网医院行业市场供需2.2.4 互联网医院行业业务模式2.2.5 互联网医院行业经营情况2.3 互联网医院行业市场布局2.3.1 互联网医院区域分布2.3.2 互联网医院性质结构2.3.3 互联网医院业务结构2.4 互联网医院市场竞争结构2.4.1 医院信息化梯队2.4.2 网络&线上医院2.4.3 纯互联网医院2.5 互联网医院竞争排名分析2.5.1 竞争力排名指标2.5.2 医院竞争力排名2.6 互联网家装行业面临的挑战2.6.1 偏远地区患者医保障碍2.6.2 医疗机构信息化不透明2.6.3 监管政策不完善2.6.4 商业模式难以制定 第3章：中国互联网医院行业商业模式分析3.1 网络医院模式3.1.1 客户群体定位3.1.2 网络医院模式服务流程3.1.3 网络医院模式患者就医模式分析3.1.4 网络医院模式资源共享模式分析3.1.5 网络医院模式盈利分析3.1.6 网络医院模式优劣势分析3.1.7 网络医院模式核心竞争力3.1.8 网络医院模式典型案例——微医集团3.2 分级诊疗服务平台模式3.2.1 客户群体定位3.2.2 分级诊疗服务平台模式线上线下合作模式3.2.3 分级诊疗服务平台模式患者就医模式分析3.2.4 分级诊疗服务平台模式资源共享模式分析3.2.5 分级诊疗服

务平台模式盈利分析3.2.6 分级诊疗服务平台模式优劣势分析3.2.7 分级诊疗服务平台模式核心竞争力3.2.8 分级诊疗服务平台模式典型案例———郑州五附院3.3 区域联合建平台模式3.3.1 客户群体定位3.3.2 区域联合建平台模式线上线下合作模式3.3.3 区域联合建平台模式患者就医模式分析3.3.4 区域联合建平台模式资源共享模式分析3.3.5 区域联合建平台模式盈利分析3.3.6 区域联合建平台模式优劣势分析3.3.7 区域联合建平台模式核心竞争力3.3.8 区域联合建平台模式典型案例———就医1603.4 创新医院O2O模式3.4.1 客户群体定位3.4.2 创新医院O2O模式线上线下合作模式3.4.3 创新医院O2O模式患者就医模式分析3.4.4 创新医院O2O模式资源共享模式分析3.4.5 创新医院O2O模式盈利分析3.4.6 创新医院O2O模式优劣势分析3.4.7 创新医院O2O模式核心竞争力3.4.8 创新医院O2O模式典型案例———广东佛山三水医院3.5 患者定制化服务模式3.5.1 客户群体定位3.5.2 患者定制化服务模式线上线下合作模式3.5.3 患者定制化服务模式患者就医模式分析3.5.4 患者定制化服务模式资源共享模式分析3.5.5 患者定制化服务模式盈利分析3.5.6 患者定制化服务模式优劣势分析3.5.7 患者定制化服务模式核心竞争力3.5.8 患者定制化服务模式典型案例———武汉普仁医院3.6 远程诊疗模式3.6.1 客户群体定位3.6.2 远程诊疗模式线上线下合作模式3.6.3 远程诊疗模式患者就医模式分析3.6.4 远程诊疗模式资源共享模式分析3.6.5 远程诊疗模式盈利分析3.6.6 远程诊疗模式优劣势分析3.6.7 远程诊疗模式核心竞争力3.6.8 远程诊疗模式典型案例———徐汇中心医院“云医院”3.7 医院互联网升级服务模式3.7.1 客户群体定位3.7.2 医院互联网升级服务模式线上线下合作模式3.7.3 医院互联网升级服务模式患者就医模式分析3.7.4 医院互联网升级服务模式资源共享模式分析3.7.5 医院互联网升级服务模式盈利分析3.7.6 医院互联网升级服务模式优劣势分析3.7.7 医院互联网升级服务模式核心竞争力3.7.8 医院互联网升级服务模式典型案例———什邡市中医院 第4章：中国传统医院向互联网医院升级渠道4.1 利用专业平台做线上引流渠道4.1.1 利用专业平台做线上引流渠道优劣势分析4.1.2 利用专业平台做线上引流渠道医疗服务分析4.1.3 利用专业平台做线上引流渠道成本分析4.1.4 利用专业平台做线上引流渠道效益分析4.1.5 利用专业平台做线上引流渠道竞争分析4.1.6 利用专业平台做线上引流渠道策略分析4.1.7 利用专业平台做线上引流渠道典型案例（1）各大医院利用就医160平台案例分析（2）各大医院利用华康平台案例分析4.2 跨界深度合作渠道4.2.1 跨界深度合作渠道优劣势分析4.2.2 跨界深度合作渠道医疗服务分析4.2.3 跨界深度合作渠道成本分析4.2.4 跨界深度合作渠道效益分析4.2.5 跨界深度合作渠道竞争分析4.2.6 跨界深度合作渠道策略分析4.2.7 跨界深度合作渠道典型案例（1）阿里健康网络医院案例分析（2）广东云医院4.3 医院互联网升级渠道4.3.1 医院互联网升级渠道优劣势分析4.3.2 医院互联网升级渠道医疗服务分析4.3.3 医院互联网升级渠道成本分析4.3.4 医院互联网升级渠道效益分析4.3.5 医院互联网升级渠道竞争分析4.3.6 医院互联网升级渠道策略分析4.3.7 医院互联网升级渠道典型案例（1）浙

一互联网医院案例分析（2）菩提医疗云案例分析 第5章：中国医院互联网化建设典型案例分
析5.1 中国医科大学附属盛京医院5.1.1 医院线上渠道分析5.1.2 医院侧重互联网化方式5.1.3 医院
互联网产品开发模式5.1.4 医院互联网化产品定位5.1.5 医院互联网化核心功能5.1.6 医院互联网
产品特色分析5.1.7 医院互联网化经营效益分析5.2 广州市妇女儿童医疗中心5.2.1 医院线上渠道
分析5.2.2 医院侧重互联网化方式5.2.3 医院互联网产品开发模式5.2.4 医院互联网化产品定
位5.2.5 医院互联网化核心功能5.2.6 医院互联网产品特色分析5.2.7 医院互联网化经营效益分
析5.3 温州医学院附属第一医院5.3.1 医院线上渠道分析5.3.2 医院侧重互联网化方式5.3.3 医院
互联网产品开发模式5.3.4 医院互联网化产品定位5.3.5 医院互联网化核心功能5.3.6 医院互联网
产品特色分析5.3.7 医院互联网化经营效益分析 第6章：中国互联网医院行业发展趋势与投资
建议（）6.1 互联网医院行业发展趋势及前景预测6.1.1 互联网医院行业发展趋势分析6.1.2 互联
网医院行业发展前景预测6.2 中国互联网医院行业投资现状分析6.2.1 中国互联网医院行业投资
主体分析（1）医院主体互联网化分析（2）BAT主体进入医院行业（3）其他产业资本进入互
联网医院行业6.2.2 中国互联网医院行业投资模式分析（1）互联网企业共建（2）IT服务商共
建（3）医药类企业共建（4）政府自建（5）医疗机构自建6.2.3 中国互联网医院行业投资规模
分析6.2.4 中国互联网医院行业成功投资案例6.3 中国互联网医院行业融资分析6.3.1 互联网医院
市场融资金额分布6.3.2 互联网医院市场融资轮次分布6.3.3 互联网医院市场融资次数分布6.4 中
国互联网医院行业投资建议（）6.4.1 互联网医院行业投资方向建议6.4.2 互联网医院行业投资
方式建议6.4.3 互联网医院行业互联网产品建议 部分图表目录：图表1：2011-2019年我国GDP
增长情况（单位：亿元，%）图表2：2012-2019年我国电子商务市场交易规模（单位：万亿元
，%）图表3：2019年中国电子商务市场细分行业构成图表4：中国电子商务细分市场未来发展
预期图表5：2011年-2019年中国城镇人口规模发展趋势图（单位：万人）图表6：2012年-2019
年全球移动设备出货量（单位：亿台，%）图表7：2012年-2019年智能手机保有量（单位：亿
台，%）图表8：2010-2019年我国网民数量及互联网普及率（单位：亿人，%）图表9
：2010-2019年我国移动网民规模及占网民比例（单位：亿人，%）更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/187284.html>