

2022-2028年中国移动互联网+精准医疗行业发展态势与市场调查预测报告

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

《2022-2028年中国移动互联网+精准医疗行业发展态势与市场调查预测报告》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.cction.com/report/202203/276407.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

精准医疗是一种将个人基因、环境与生活习惯差异考虑在内的疾病预防与处置的新兴方法。2015年1月20日，美国总统奥巴马在国情咨文中提出“精准医学计划”，希望精准医学可以引领一个医学新时代。

精准医疗主要包括三个层次，层次间逐级提高，难度呈几何级数加大。

基础层次方面

基因测序是精准医疗的基础。无论是细胞治疗还是基因治疗，首先要通过基因测序诊断病情才能设计方案。在实施精准医疗方案过程中，需要大量的细胞和分子级别的检测。基因测序工具分为测序仪和试剂，医疗器械公司可以顺势介入测序设备生产领域。

中等层次方面

主要涉及细胞免疫治疗。通过对免疫细胞的功能强化和缺损修复，提高免疫细胞的战斗力。这种技术治疗癌症效果好，但操作难度大，对患者身体素质要求较高，难以大面积推广。

最高层次方面是基因编辑

癌症本质上是人体基因变异导致的细胞分裂失控。基因剪辑就是对患者癌变细胞的变异基因进行批量改造，使之成为正常细胞。

精准医疗和传统医疗的区别在于基因诊断技术的应用以及生物信息相关的分子生物学技术的应用。精准医疗和传统医疗的区别

1

传统医学在很多的领域也进行过精准医疗的探讨，过去常用的说法是个体化治疗，以往由于检测技术手段的限制，通常是借助常规的化验检查，普通的病理学检查以及分辨率相对有限的影像学检查。

2

在精准医学的时代，这些诊断的技术将深入一个层次，在影像诊断方面会向高分辨率无损方向发展，在检验方面将会进行基因诊断基因的全序列的或者说是外显子检测。

精准医疗是一种将个人基因、环境与生活习惯差异考虑在内的疾病预防与处置的新兴方法，是以个体化医疗为基础、随着基因组测序技术快速进步以及生物信息与大数据科学的交叉应用而发展起来的新型医学概念与医疗模式。精准医疗的重点不在“医疗”，而在“精准”。随着经济发展和居民健康意识的增强，对高端、个性化、精准的健康需求日益增长，医疗消费升级将进一步促进精准医疗市场扩容。

精准医疗与个体化医疗相比，更重视“病”的深度特征和“药”的高度精准性；是在对人、病、药深度认识基础上，形成的高水平医疗技术。从不同层次上看

，精准医疗有着独特的优势。精准医疗特征优势

层次

特点

医疗方式

精准医疗是基于对居民患者数据信息的收集，人而做出治疗方案

医疗范围

精准医疗不仅仅利用数据信息厚待疾病治疗，更是可以做到疾病预防甚至预测

医疗目标

精准医疗现阶段目标均聚焦于癌症治疗

医疗机制

精准医疗强调对个体疾病分子层面的分析判断 中企顾问网发布的《2022-2028年中国移动互联网+精准医疗行业发展态势与市场调查预测报告》共十一章。首先介绍了中国移动互联网+精准医疗行业市场发展环境、移动互联网+精准医疗整体运行态势等，接着分析了中国移动互联网+精准医疗行业市场运行的现状，然后介绍了移动互联网+精准医疗市场竞争格局。随后，报告对移动互联网+精准医疗做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动互联网+精准医疗行业发展趋势与投资预测。您若想对移动互联网+精准医疗产业有个系统的了解或者想投资中国移动互联网+精准医疗行业，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 中国移动互联网+精准医疗行业发展综述

第一节 “移动互联网+精准医疗”概念界定

一、“移动互联网+”的提出

二、“移动互联网+”的内涵

第二节 “移动互联网+精准医疗”行业的内涵

第三节 本报告的研究范围

第二章 精准医疗行业发展现状与前景分析

第一节 精准医疗行业概况

一、精准医疗行业概念及分类

二、全球精准医疗行业概况

三、中国精准医疗行业概况

四、中国精准医疗行业所处周期

第二节 全球及我国精准医疗行业发展前景展望

一、全球精准医疗行业发展趋势展望

二、我国精准医疗行业发展趋势展望

三、我国精准医疗行业发展前景展望

第三节 中国精准医疗行业产业链发展趋势

一、中国精准医疗行业产业链

精准医疗的产业链条包括上游仪器设备、耗材、药物合成材料以及试剂等，中游检测服务商以及下游应用领域，目前不同环节的发展时间、技术成熟、壁垒高低等缘故成熟度略有不同，因此也呈现出不同的投资机会。精准医疗产业链

二、精准医疗产业链利润分布

三、精准医疗上游产业链分析

四、下游产业——精准医疗机构分析

第三章 移动互联网+的作用——重构行业生态、促进产业链升级

第一节 传统精准医疗行业的痛点与缺陷

一、精准医疗行业痛点及根源

二、精准医疗营销受极大约束

三、缺少精准营销的平台

第二节 移动互联网有望重构精准医疗行业生态

一、移动精准医疗助力解决行业痛点

二、互联网催生渠道价值

三、精准医疗服务商的发展趋势

第三节 产业链升级：互联网精准医疗推动行业科学化、市场化

一、精准营销改善行业痛点

二、互联网精准医疗推动产业链升级

三、互联网精准医疗模式的核心思路

四、互联网精准医疗未来趋势

第四章 中国移动互联网+精准医疗行业发展背景

第一节 中国移动互联网+精准医疗行业政策背景分析

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业发展规划分析
- 三、行业政策动向分析
- 四、政策环境对行业的影响

第二节 中国移动互联网+精准医疗行业经济背景分析

- 一、宏观经济环境分析
- 二、国际宏观经济运行分析
- 三、国内宏观经济运行分析
- 四、宏观经济发展对行业的影响

第三节 关联产业发展背景

- 一、中国电子商务发展状况分析
- 二、中国大数据产业发展状况分析
- 三、中国互联网产业发展状况分析
- 四、关联产业发展对行业的影响

第四节 中国移动互联网+精准医疗行业技术背景分析

- 一、云计算技术发展现状及投资前景调研分析
- 二、物联网技术发展现状及投资前景调研分析
- 三、通信技术的发展现状及投资前景调研分析
- 四、互联网相关技术对行业的影响总结

第五章 中国移动互联网+精准医疗所属行业发展现状分析

第一节 中国移动互联网+精准医疗行业市场发展阶段分析

- 一、对移动互联网+精准医疗行业发展阶段的研究
- 二、中国移动互联网+精准医疗行业细分阶段发展特点

第二节 互联网给精准医疗行业带来的冲击和变革分析

- 一、互联网时代精准医疗行业大环境变化分析
- 二、互联网给精准医疗行业带来的突破机遇分析
- 三、互联网给精准医疗行业带来的挑战分析
- 四、移动互联网+精准医疗行业融合创新机会分析

第三节 中国移动互联网+精准医疗行业市场发展现状分析

一、中国移动互联网+精准医疗行业投资布局分析

(1) 中国移动互联网+精准医疗行业投资切入方式

(2) 中国移动互联网+精准医疗行业投资规模分析

(3) 中国移动互联网+精准医疗行业投资业务布局

二、精准医疗行业目标客户互联网渗透率分析

三、中国移动互联网+精准医疗行业市场规模分析

四、中国移动互联网+精准医疗行业竞争格局分析

(1) 中国移动互联网+精准医疗行业参与者结构

(2) 中国移动互联网+精准医疗行业竞争者类型

(3) 中国移动互联网+精准医疗行业市场占有率

第六章 中国移动互联网+精准医疗行业商业模式创新策略

第一节 关于商业模式研究的基本思想介绍

一、商业模式的定义及与其他模式的比较

二、商业模式的核心构成要素及构建流程

第二节 中国移动互联网+精准医疗行业市场定位创新分析

一、中国精准医疗行业消费者特征分析

二、中国精准医疗行业企业主流的市场定位分析

三、互联网对精准医疗行业市场定位的变革分析

四、互联网下精准医疗行业市场定位优秀案例分析

第三节 中国移动互联网+精准医疗行业价值主张创新分析

一、中国精准医疗行业主要的客户价值主张要素分析

二、移动互联网+精准医疗行业价值主张创新策略分析

(1) 精准医疗行业企业如何利用互联网升级产品使用体验

(2) 精准医疗行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验

(3) 精准医疗行业企业如何利用互联网节约客户成本

三、移动互联网+精准医疗行业价值主张创新优秀案例

第四节 中国移动互联网+精准医疗行业渠道通路创新分析

一、中国精准医疗行业渠道通路的主要类别及特点分析

(1) 价值传递通路的定义及特点

(2) 产品销售渠道的定义及特点

(3) 现有渠道通路特点的优势及不足

(4) 互联网对渠道通路的改造分析

二、互联网对精准医疗行业渠道通路的颠覆性变革分析

三、移动互联网+精准医疗行业网络媒体精准医疗宣传策略分析

四、移动互联网+精准医疗行业电商渠道构建策略分析

五、移动互联网+精准医疗行业渠道通路创新优秀案例

第五节 中国移动互联网+精准医疗行业客户关系创新分析

一、中国精准医疗行业客户关系的类别及关系成本分析

(1) 精准医疗行业客户关系的类别分析

(2) 精准医疗行业客户关系成本分析

二、中国移动互联网+精准医疗行业客户关系创新路径分析

三、中国移动互联网+精准医疗行业客户关系创新优秀案例

第六节 中国移动互联网+精准医疗行业收入来源创新分析

一、中国精准医疗行业收入的主要来源渠道及特点

二、中国移动互联网+精准医疗行业收入来源的创新分析

三、中国移动互联网+精准医疗行业收入来源创新优秀案例

第七节 中国移动互联网+精准医疗行业合作伙伴创新分析

一、中国精准医疗行业主要的合作伙伴及其特点分析

二、互联网如何改变精准医疗行业合作伙伴结构

三、互联网下精准医疗行业新增合作伙伴的特点

四、互联网下精准医疗行业新增合作伙伴优秀案例

第八节 中国移动互联网+精准医疗行业成本机构优化分析

一、中国精准医疗行业主要成本结构及特点分析

二、互联网如何改变精准医疗行业成本结构

三、互联网下精准医疗行业成本结构的优化路径

四、互联网下精准医疗行业成本结构优化优秀案例

第九节 国外移动互联网+精准医疗行业商业模式创新经验

一、国外移动互联网+精准医疗行业商业模式优秀案例剖析

(1) 案例一

1) 案例一基本信息分析

2) 案例一经营情况分析

3) 案例一盈利模式分析

4) 案例一商业模式评价

（2）案例二

- 1) 案例二基本信息分析
- 2) 案例二经营情况分析
- 3) 案例二盈利模式分析
- 4) 案例二商业模式评价

（3）案例三

- 1) 案例三基本信息分析
- 2) 案例三经营情况分析
- 3) 案例三盈利模式分析
- 4) 案例三商业模式评价

二、国外移动互联网+精准医疗行业商业模式创新经验借鉴

第七章 中国精准医疗行业企业电商战略规划及模式选择

第一节 中国精准医疗行业企业电商战略规划分析

- 一、精准医疗企业电商如何正确定位
- 二、精准医疗电商核心业务确定策略
- 三、精准医疗企业电商化组织变革策略

第二节 中国精准医疗行业典型电商发展模式总体分析

- 一、中国电子商务主流模式分析
- 二、B2B电商模式及其优劣势分析

- （1）B2B电商模式的特点
- （2）B2B电商模式的适用范围
- （3）B2B电商模式的优秀案例
- （4）B2B电商模式的优劣势

三、B2C电商模式及其优劣势分析

- （1）B2C电商模式的特点
- （2）B2C电商模式的适用范围
- （3）B2C电商模式的优秀案例
- （4）B2C电商模式的优劣势

四、C2C电商模式及其优劣势分析

- （1）C2C电商模式的特点
- （2）C2C电商模式的适用范围

(3) C2C电商模式的优秀案例

(4) C2C电商模式的优劣势

五、O2O电商模式及其优劣势分析

(1) O2O电商模式的特点

(2) O2O电商模式的适用范围

(3) O2O电商模式的优秀案例

(4) O2O电商模式的优劣势

六、中国精准医疗行业最优电商模式的选择

第三节 中国精准医疗行业企业电商切入模式及发展路径

一、模式一

(1) 模式一的特点及优劣势

(2) 模式一的业务布局分析

(3) 模式一的渠道通路分析

(4) 模式一的收入来源分析

(5) 模式一的关键资源能力分析

(6) 模式一的经营风险分析

(7) 模式一的优秀案例分析

二、模式二

(1) 模式二的特点及优劣势

(2) 模式二的业务布局分析

(3) 模式二的渠道通路分析

(4) 模式二的收入来源分析

(5) 模式二的关键资源能力分析

(6) 模式二的经营风险分析

(7) 模式二的优秀案例分析

三、模式三

(1) 模式三的特点及优劣势

(2) 模式三的业务布局分析

(3) 模式三的渠道通路分析

(4) 模式三的收入来源分析

(5) 模式三的关键资源能力分析

(6) 模式三的经营风险分析

(7) 模式三的优秀案例分析

第四节 中国精准医疗行业移动电商切入路径及典型产品

一、中国精准医疗行业移动电商的商业价值分析

(1) 移动电商的商业价值分析

(2) 中国移动互联网发展现状

(3) 中国移动互联网趋势分析

二、中国精准医疗行业移动电商市场发展现状

三、中国精准医疗行业移动电商市场切入路径

四、中国精准医疗行业移动电商典型产品形式

五、中国精准医疗行业移动电商发展趋势及前景

第八章 中国移动互联网+精准医疗商业模式创新优秀案例剖析

第一节 案例一

一、案例一基本信息分析

二、案例一经营情况分析

三、案例一产品服务分析

四、案例一盈利模式分析

五、案例一渠道通路分析

六、案例一合作伙伴分析

七、案例一融资情况分析

八、案例一商业模式评价

第二节 案例二

一、案例二基本信息分析

二、案例二经营情况分析

三、案例二产品服务分析

四、案例二盈利模式分析

五、案例二渠道通路分析

六、案例二合作伙伴分析

七、案例二融资情况分析

八、案例二商业模式评价

第三节 案例三

一、案例三基本信息分析

- 二、案例三经营情况分析
- 三、案例三产品服务分析
- 四、案例三盈利模式分析
- 五、案例三渠道通路分析
- 六、案例三合作伙伴分析
- 七、案例三融资情况分析
- 八、案例四商业模式评价

第四节 案例四

- 一、案例四基本信息分析
- 二、案例四经营情况分析
- 三、案例四产品服务分析
- 四、案例四盈利模式分析
- 五、案例四渠道通路分析
- 六、案例四合作伙伴分析
- 七、案例四融资情况分析
- 八、案例四商业模式评价

第五节 案例五

- 一、案例五基本信息分析
- 二、案例五经营情况分析
- 三、案例五产品服务分析
- 四、案例五盈利模式分析
- 五、案例五渠道通路分析
- 六、案例五合作伙伴分析
- 七、案例五融资情况分析
- 八、案例五商业模式评价

第九章 中国重点企业移动互联网+精准医疗投资布局分析

第一节 企业一

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业移动互联网+精准医疗投资布局
- 四、企业移动互联网+精准医疗产品服务分析

五、企业最新发展动向

第二节 企业二

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动互联网+精准医疗投资布局

四、企业移动互联网+精准医疗产品服务分析

五、企业最新发展动向

第三节 企业三

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动互联网+精准医疗投资布局

四、企业移动互联网+精准医疗产品服务分析

五、企业最新发展动向

第四节 企业四

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动互联网+精准医疗投资布局

四、企业移动互联网+精准医疗产品服务分析

五、企业最新发展动向

第五节 企业五

一、企业基本信息分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动互联网+精准医疗投资布局

四、企业移动互联网+精准医疗产品服务分析

五、企业最新发展动向

第十章 2022-2028年中国移动互联网+精准医疗行业市场发展趋势预测

第一节 2022-2028年中国移动互联网+精准医疗行业市场趋势预测分析

一、中国移动互联网+精准医疗行业市场增长动力分析

二、中国移动互联网+精准医疗行业市场发展瓶颈剖析

三、中国移动互联网+精准医疗行业市场发展趋势分析

第二节 2022-2028年中国精准医疗行业电商发展现状及趋势分析

- 一、中国精准医疗行业电商总体开展情况
- 二、中国精准医疗行业电商交易规模分析
- 三、中国精准医疗行业电商产品服务品类
- 四、中国精准医疗行业电商盈利情况分析
- 五、中国精准医疗行业电商市场现存问题
- 六、中国精准医疗行业电商市场趋势分析
- 七、中国精准医疗行业电商市场规模预测

第十一章 2022-2028年中国移动互联网+精准医疗行业市场投资机会及建议

第一节 2022-2028年中国移动互联网+精准医疗行业投资特性及风险

一、移动互联网+精准医疗行业投资壁垒分析（ ）

（1）政策壁垒

（2）技术壁垒

（3）市场壁垒

二、移动互联网+精准医疗行业投资特性分析

三、移动互联网+精准医疗行业投资前景分析

第二节 2022-2028年中国移动互联网+精准医疗行业投融资现状及趋势

一、中国移动互联网+精准医疗行业投资现状及趋势

（1）中国移动互联网+精准医疗行业投资主体结构

（2）各投资主体核心资源分析

（3）各投资主体投资方式分析

（4）各投资主体投资规模分析

（5）2019年主要投资事件分析

（6）各投资主体投资前景分析

二、中国移动互联网+精准医疗行业融资现状及趋势

（1）中国移动互联网+精准医疗行业融资主体构成

（2）各融资主体核心资源分析

（3）各融资主体融资方式分析

（4）各融资主体融资规模分析

（5）2019年主要融资事件及用途

（6）各融资主体融资趋势分析

第三节 2022-2028年中国移动互联网+精准医疗行业投资机会及建议（ ）

一、中国移动互联网+精准医疗行业投资机会分析

二、关于移动互联网+精准医疗行业的投资建议

图表目录

图表：精准医疗分类

图表：大精准医疗市场分类

图表：中国精准医疗市场消费者的性别分布

图表：中国精准医疗市场消费者的年龄分布

图表：中国精准医疗市场消费者的职业分布

图表：中国精准医疗市场消费者的学历分布

图表：中国精准医疗市场消费者收入分布

图表：中国精准医疗市场消费者的地域分布

图表：中国精准医疗行业前景

图表：精准医疗客户生命周期

图表：主要整型消费人群

图表：精准医疗行业产业链

图表：精准医疗产业是一个交叉产业

图表：我国精准医疗市场地域分布特点

图表：精准医疗行业痛点溯源

图表：精准医疗行业获客渠道

图表：移动精准医疗助力解决行业痛点

图表：新兴精准医疗平台一览

图表：精准医疗价值链——移动精准医疗的作用

图表：互联网精准医疗平台信息

图表：精准医疗行业产业链目前呈现的“再分工”趋势

图表：精准医疗行业产业链结构出现变化：传统模式与互联网模式交织的状态

图表：理想状态下互联网精准医疗产业链格局

图表：精准医疗宣传方式在进化

图表：互联网精准医疗平台商业模式比较

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/276407.html>