

2017-2022年中国互联网医院行业发展现状分析及 市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国互联网医院行业发展现状分析及市场供需预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/311816.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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

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160
- 3.4 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(AK WZY)

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1：2011-2016年我国GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表2：2012-2016年我国电子商务市场交易规模（单位：万亿元，%）

图表3：2015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-2015年中国城镇人口规模发展趋势图（单位：万人）

图表6：2012年-2016年全球移动设备出货量（单位：亿台，%）

图表7：2016-2019年智能手机保有量（单位：亿台，%）

图表8：2010-2016年我国网民数量及互联网普及率（单位：亿人，%）

图表9：2010-2016年我国移动网民规模及占网民比例（单位：亿人，%）

图表10：2010-2016年中国移动购物市场规模变动（单位：亿元）

图表11：2008-2016年中国传统医院行业市场规模变化（单位：万元）

图表12：2008-2016年中国传统传统医疗机构数量变化（单位：万家）

图表13：2008-2016年中国医生数量规模变化（单位：万人）

图表14：中国互联网医院行业业务分类

图表15：2016年中国互联网医院行业经营指标（单位：万元，家）

图表16：2016年中国互联网医院区域分布格局（单位：家，%）

图表17：2016年中国互联网医院性质结构（单位：家，%）

图表18：2016年中国互联网医院业务结构（单位：家，%）

图表19：中国互联网医院之医院信息化梯队名单

图表20：中国互联网医院之网络&线上医院梯队名单

图表21：中国互联网医院之纯互联网医院梯队名单

图表22：中国互联网医院竞争力排名指标依据

图表23：2016年中国互联网医院竞争力排名

图表24：互联网医院网络医院模式医疗流程

图表25：2015-2016年乌镇互联网医院——微医集团经营指标分析

图表26：分级诊疗服务平台模式医疗流程

图表27：2016年郑州五附院互联网医院经营指标分析

图表28：区域联合建平台模式医疗流程

图表29：2016年就医160经营指标分析

图表30：创新医院O2O模式服务流程

图表31：2016年广东佛山三水医院经营指标分析

图表32：患者定制化服务模式服务流程

图表33：2016年武汉普仁医院经营指标分析

图表34：远程诊疗模式服务流程

图表35：2016年徐汇中心医院“云医院”指标分析

图表36：医院互联网升级服务模式服务流程

图表37：2016年什邡市中医院经营指标分析

图表38：2016年就医160平台合作医疗机构结构

图表39：2016年就医160平台区域市场分布

图表40：就医160平台与医疗机构合作模式

图表41：2016年就医160平台终端渠道结构

图表42：2016年华康平台合作医疗机构结构

图表43：2016年华康平台区域市场分布

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/311816.html>