2026-2031年中国互联网+医疗行业运营模式分析与发展预测报告

报告简介

医疗是一个传统行业，但在“互联网+”的热力下“传统的人和企业”已经开始转变。如今，很多医院都通过第三方平台，如卓健科技、恒生芸泰等公司，开发自己的App;传统药店积极和第三方公司合作，如京东健康到家、快方送药、药给力等，探索医药O2O;传统药企则通过收购、自建等方式构建线上平台，如太安堂收购康爱多、九州通发展好药师平台等;体检机构也在发力线上线上信息的打通和服务的一体化，如美年大健康和慈铭体检共同开发的“记健康”等。体制里的人如医生、护士陆续开始多点执业的尝试，医生集团、护士集团纷纷出现。创新型公司，如名医主刀、Go健康等把医生和护士有机调动起来，促进传统模式的转变。

虽然移动医疗市场备受关注，但使用过移动医疗产品的手机网民用户仅占网民总人数的两成，仍有近八成的用户从未使用过移动医疗相关产品。从这方面看，相较于移动购物、移动社交而言，移动医疗还有相当巨大的市场可拓展。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国互联网+医疗市场进行了分析研究。报告在总结中国互联网+医疗行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国互联网+医疗行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为互联网+医疗企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 电子商务与医疗行业概况 1

第一节 电子商务发展分析 1

一、电子商务基本定义 1

二、电子商务发展阶段 1

三、电子商务基本特征 3

四、电子商务支撑环境 4

五、电子商务基本模式 6

六、电子商务规模分析 6

第二节 “互联网+”的相关概述 7

一、“互联网+”的提出 7

二、“互联网+”的内涵 7

三、“互联网+”的发展 8

四、“互联网+”的评价 8

五、“互联网+”的趋势 9

第三节 我国传统医疗行业发展分析 10

一、传统医疗行业发展现状 10

二、传统医疗行业发展弊端 11

三、传统医疗行业运营模式 15

四、互联网趋势下医疗行业面临的转型 20

五、医疗行业未来发展趋势 21

第二章 医药行业市场运行现状 23

第一节 中国医药行业基础运行情况 23

一、医药行业企业数量 23

二、医药行业资产规模 23

三、医药行业销售收入 24

四、医药行业利润规模 25

五、医药行业成本费用率 25

第二节 中国医药行业财务指标分析 27

一、盈利能力 27

二、运营能力 27

三、偿债能力 27

四、发展能力 27

第三章 互联网+环境下医疗行业的机会与挑战 29

第一节 2021-2026年中国互联网环境分析 29

一、总体网民规模分析 29

二、分省网民规模分析 29

三、手机网民规模分析 30

四、网民属性结构分析 30

第二节 互联网+环境下医疗行业的机会与挑战 31

一、互联网思维的发展 31

二、互联网时代行业大环境的变化 32

三、互联网直击传统行业消费痛点 33

四、互联网助力企业开拓市场 33

第三节 互联网+医疗行业的改造与重构 34

一、互联网重构行业的供应链格局 34

二、互联网改变传统医疗营销模式 35

三、互联网导致行业利益重新分配 37

四、互联网改变行业未来竞争格局 38

第四节 医疗行业与互联网融合创新机会孕育 41

一、医疗政策变化趋势分析 41

二、互联网+发展趋势分析 41

三、互联网技术对行业支撑作用 43

四、互联网黄金发展期机遇分析 44

五、医疗企业与互联网融合发展分析 44

第二部分 行业深度分析

第四章 2021-2026年医疗行业发展概况分析 46

第一节 2021-2026年医疗行业发展现状分析 46

一、2021-2026年医疗行业产业政策分析 46

二、2021-2026年医疗行业发展现状分析 51

三、2021-2026年医疗行业主要企业分析 52

四、2021-2026年医疗行业市场规模分析 53

第二节 医疗行业市场前景分析 53

一、医疗行业发展机遇分析 53

二、医疗行业市场发展预测 54

三、医疗行业发展前景分析 55

第五章 2026-2031年医疗行业市场规模与电商未来空间预测 57

第一节 互联网+医疗市场规模与渗透率 57

一、互联网+医疗总体开展情况 57

二、互联网+医疗交易规模分析 57

三、互联网+医疗渠道渗透率分析 58

第二节 互联网+医疗行业盈利能力分析 59

一、互联网+医疗发展有利因素 59

二、互联网+医疗发展制约因素 61

三、互联网+医疗行业盈利模式分析 62

四、互联网+医疗行业盈利水平分析 64

第三节 2026-2031年互联网+医疗行业未来前景及趋势预测 65

一、2026-2031年互联网+医疗行业市场空间测算 65

二、2026-2031年互联网+医疗市场规模预测分析 65

三、2026-2031年互联网+医疗发展趋势预测分析 66

第六章 医疗行业互联网战略体系构建及平台选择 68

第一节 医疗行业转型电商构建分析 68

一、互联网+医疗关键环节分析 68

1、产品采购与组织 68

2、平台网站建设 69

3、网站品牌建设及营销 70

4、网站增值服务 75

二、医疗企业电子商务网站构建 75

1、网站域名申请 75

2、网站运行模式 76

3、网站开发规划 76

4、网站需求规划 77

第二节 医疗行业转型电商发展途径 78

一、O2O发展模式 78

二、与第三方平台合作模式 79

第三节 医疗行业转型电商平台选择分析 80

一、医疗行业电商建设模式 80

二、借助第三方网购平台 81

1、第三方平台的优劣势 81

2、第三方平台盈利模式 81

三、电商服务外包模式分析 82

1、电商服务外包的优势 82

2、电商服务外包可行性 82

3、电商服务外包前景 83

四、医疗企业电商平台选择策略 83

第七章 互联网+医疗运营模式分析 89

第一节 O2O模式 89

一、O2O模式分析 89

二、O2O市场概况 89

三、O2O模式案例 91

四、O2O发展趋势 92

第二节 B2B模式 93

一、B2B模式分析 93

二、B2B市场概况 93

三、B2B模式案例 94

四、B2B发展趋势 96

第三节 B2C模式 98

一、B2C模式分析 98

二、B2C市场概况 99

三、B2C模式案例 103

四、B2C发展趋势 104

第四节 三种模式优势对比 105

第八章 医疗主流网站平台分析 107

第一节 壹药网 107

一、企业发展基本概述 107

二、企业经营状况分析 107

三、对互联网医疗的应用 107

四、互联网医疗的发展战略 109

第二节 好药师 110

一、企业发展基本概述 110

二、企业经营状况分析 111

三、对互联网医疗的应用 112

四、互联网医疗的发展战略 112

第三节 百度北京云健康 112

一、企业发展基本概述 112

二、企业经营状况分析 113

三、对互联网医疗的应用 114

四、互联网医疗的发展战略 114

第四节 阿里健康信息技术 114

一、企业发展基本概述 114

二、企业经营状况分析 115

三、对互联网医疗的应用 115

四、互联网医疗的发展战略 116

第五节 腾讯全流程就诊平台 116

一、企业发展基本概述 116

二、企业经营状况分析 117

三、对互联网医疗的应用 118

四、互联网医疗的发展战略 118

第六节 京东 119

一、企业发展基本概述 119

二、企业经营状况分析 119

三、对互联网医疗的应用 120

四、互联网医疗的发展战略 120

第七节 微医(挂号网) 121

一、企业发展基本概述 121

二、企业经营状况分析 122

三、对互联网医疗的应用 122

四、互联网医疗的发展战略 124

第九章 医药企业布局“互联网+”发展 125

第一节 康美药业股份有限公司 125

一、企业基本情况 125

二、企业经营状况 126

三、企业“互联网+”应用分析 126

四、企业核心竞争优势 127

五、企业未来发展战略 131

第二节 九州通医药集团 131

一、企业基本情况 131

二、企业经营状况 132

三、企业“互联网+”应用分析 133

四、企业核心竞争优势 134

五、企业未来发展战略 135

第三节 天津九安医疗电子股份有限公司 135

一、企业基本情况 135

二、企业经营状况 136

三、企业“互联网+”应用分析 136

四、企业核心竞争优势 137

五、企业未来发展战略 139

第四节 宜华健康医疗股份有限公司 141

一、企业基本情况 141

二、企业经营状况 142

三、企业“互联网+”应用分析 142

四、企业核心竞争优势 143

五、企业未来发展战略 144

第五节 云南鸿翔一心堂药业(集团)股份有限公司 145

一、企业基本情况 145

二、企业经营状况 146

三、企业“互联网+”应用分析 146

四、企业核心竞争优势 147

五、企业未来发展战略 148

第六节 嘉事堂药业股份有限公司 149

一、企业基本情况 149

二、企业经营状况 149

三、企业“互联网+”应用分析 150

四、企业核心竞争优势 150

五、企业未来发展战略 151

第七节 广州白云山医药集团股份有限公司 152

一、企业基本情况 152

二、企业经营状况 154

三、企业“互联网+”应用分析 154

四、企业核心竞争优势 154

五、企业未来发展战略 156

第八节 西藏海思科药业集团股份有限公司 158

一、企业基本情况 158

二、企业经营状况 159

三、企业“互联网+”应用分析 159

四、企业核心竞争优势 159

五、企业未来发展战略 160

第九节 上海润达医疗科技股份有限公司 162

一、企业基本情况 162

二、企业经营状况 163

三、企业“互联网+”应用分析 163

四、企业核心竞争优势 163

五、企业未来发展战略 166

第十节 江西博雅生物制药股份有限公司 166

一、企业基本情况 166

二、企业经营状况 167

三、企业“互联网+”发展机遇分析 167

四、企业核心竞争优势 167

五、企业未来发展战略 169

第三部分 发展前景展望

第十章 医疗行业进入互联网领域投资策略分析 170

第一节 互联网医疗平台市场投资要素 170

一、市场发展阶段的认知分析 170

二、政策走向分析 171

三、投资策略分析 175

四、投资前景分析 179

第二节 互联网医疗投资分析 180

一、医疗企业电商自建平台分析 180

1、自建平台的优势分析 180

2、自建平台的负面影响 180

二、医疗行业与电商企业合作分析 181

三、互联网医疗市场策略分析 182

第十一章 2026-2031年互联网+医疗行业投资机会与风险防范 184

第一节 互联网+医疗行业投融资情况 184

一、行业资金渠道分析 184

二、投资方向分析 186

三、兼并重组情况分析 187

四、互联网+医疗行业投资现状分析 188

第二节 2026-2031年互联网+医疗行业投资机会 193

一、产业链投资机会 193

二、细分市场投资机会 197

三、重点企业投资分析 198

四、互联网+医疗行业投资机遇 201

第三节 2026-2031年互联网+医疗行业投资风险及防范 202

一、政策风险及防范 202

二、监管缺位所致的风险 204

三、技术操作所致的风险 205

四、医疗损害风险 205

五、隐私泄露风险 207

第四节 中国互联网+医疗行业投资建议 207

一、互联网+医疗行业未来发展方向 207

二、互联网+医疗行业主要投资 208

三、中国互联网+医疗企业融资分析 208

第十二章 2026-2031年互联网+医疗行业发展对策 212

第一节 2021-2026年互联网+医疗行业面临的困境 212

一、“互联网+”发展制约因素 212

二、传统医疗行业面临困境 213

第二节 互联网+医疗企业发展前景 215

一、互联网+医疗企业面临的困境 215

二、国内互联网+医疗企业的出路分析 216

第三节 中国互联网+医疗行业的发展对策 217

一、中国“互联网+”发展策略 217

二、互联网+医疗行业发展的建议对策 218

1、把握国家投资的契机 218

2、竞争性战略联盟的实施 219

3、推动互联网+医疗发展对策 219

三、市场的重点客户战略实施 221

1、实施重点客户战略的必要性 221

2、合理确立重点客户 222

3、重点客户战略管理 223

4、重点客户管理功能 223

第四部分 发展战略研究

第十三章 互联网+医疗行业发展战略研究 226

第一节 互联网+医疗行业发展战略研究 226

一、战略综合规划 226

二、技术开发战略 226

三、业务组合战略 230

四、区域战略规划 232

五、产业战略规划 242

六、营销品牌战略 243

七、竞争战略规划 246

第二节 对我国互联网+医疗品牌的战略思考 250

一、互联网+医疗品牌的重要性 250

二、互联网+医疗实施品牌战略的意义 251

三、互联网+医疗企业品牌的现状分析 252

四、我国互联网+医疗企业的品牌战略 253

五、互联网+医疗品牌战略管理的策略 255

第三节 互联网+医疗经营策略分析 259

一、互联网+医疗市场细分策略 259

二、互联网+医疗市场创新策略 260

三、品牌定位与品类规划 261

四、互联网+医疗新产品差异化战略 263

第四节 互联网+医疗行业投资战略研究 267

一、2021-2026年互联网+医疗行业投资战略 267

二、2026-2031年互联网+医疗行业投资战略 268

图表目录

图表：2021-2026年中国网上零售额统计 7

图表：全国医疗卫生机构数(个) 11

图表：传统的多级批发流通渠道模式 16

图表：以医药生产企业主导的批发零售式渠道模式 17

图表：流通企业为主导的流通渠道模式 18

图表：几种主要流通模式的比较 18

图表：2021-2026年我国医药制造企业数量统计 23

图表：2021-2026年中国医药制造企业资产规模统计 24

图表：2021-2026年中国医药制造企业主营业务收入 24

图表：2021-2026年中国医药制造企业利润总额 25

图表：2021-2026年中国医药制造企业主营业务成本 26

图表：2021-2026年中国医药制造企业成本占主营收入比例 26

图表：2021-2026年中国医药制造行业盈利能力分析 27

图表：2021-2026年中国医药制造行业运营能力分析 27

图表：2021-2026年中国医药制造行业偿债能力分析 27

图表：2021-2026年中国医药制造行业发展能力分析 27

图表：2021-2026年全国各省市网民人数互联网普及率情况分析 29

图表：2021-2026年中国网民城乡结构 30

图表：2021-2026年全国医疗卫生机构医疗服务量 52

图表：2021-2026年中国互联网医疗市场规模 58

图表：六成用户未使用过移动互联网医疗产品 58

图表：2026-2031年互联网+医疗市场规模预测分析 66

图表：医药电商模式种类分析 80

图表：三种模式优势对比 105

图表：2021-2026年阿里健康信息技术有限公司经营情况 115

图表：2021-2026年康美药业股份有限公司利润表 126

图表：2021-2026年九州通医药集团利润表 133

图表：2021-2026年天津九安医疗电子股份有限公司利润表 136

图表：2021-2026年宜华健康医疗股份有限公司利润表 142

图表：2021-2026年云南鸿翔一心堂药业(集团)股份有限公司利润表 146

图表：2021-2026年嘉事堂药业股份有限公司利润表 149

图表：2021-2026年广州白云山医药集团股份有限公司利润表 154

图表：2021-2026年西藏海思科药业集团股份有限公司利润表 159

图表：2021-2026年上海润达医疗科技股份有限公司利润表 163

图表：2021-2026年江西博雅生物制药股份有限公司利润表 167

图表：区域发展战略咨询流程图 239

图表：区域SWOT战略分析图 240

图表：四种基本的品牌战略 259

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：85966

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170705/85966.shtml

在线订购：点击这里