

# 2017-2022年中国移动互联网+医疗旅游行业监测及发展机遇预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2017-2022年中国移动互联网+医疗旅游行业监测及发展机遇预测报告》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/201611/138794.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

传统医疗旅游行业痛点的核心是信息不对称，容易产生较高交易成本，对于潜在需求的引导释放形成阻碍。造成以上现象的直接原因是行业存在极高的营销成本，而核心原因是在法律法规的限制下，医疗旅游机构的营销渠道和营销形式受到制约，极度依赖SEO、地面营销等粗放式营销方式，获客成本极高，高额的获客成本转变为高客单价，同时也刺激假冒伪劣产品的泛滥。这进而损害了客户体验和行业美誉度，结果进一步推高获客难度形成恶性循环。

随着移动互联网+的兴起，医疗旅游行业迎来新的发展契机。以90后为主的新生代消费主体已经习惯于用APP比较选择性价比高的服务和产品，如餐饮业的大众点评，医疗旅游行业也需要这样的比较平台。“移动医疗旅游”平台的出现有助于解决目前行业普遍存在的医疗旅游机构资质混乱、消费者对医疗旅游信任度低、医疗旅游服务和产品价格不透明等问题。

随着移动互联网+概念的大潮涌起，医疗旅游行业的固有结构弹性大大增强，具备跨界融合和内部环节再塑条件。新兴平台的B2C和B2B之间的信息壁垒出现软化，加强核心产业链内部以及和消费者之间的联动。而大型互联网平台和其他外界资本的涌入将会从用户数量和产业结构方面对现有生态圈进行补充，挖掘潜在渠道价值。另外，移动APP随下随用，口碑容易在用户间扩散。这些特点无形中激发了用户的需求，从而加速了潜在市场的渗透。不过尽管第三方服务平台类公司能够帮助解决行业的问题，但从目前看，相关医疗旅游APP并未有找到持续稳健的盈利模式，短期仍将以业务探索为主。

### 报告目录

#### 第一章中国移动互联网+医疗旅游行业发展综述

##### 第一节“移动互联网+医疗旅游”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+医疗旅游”行业的内涵

##### 第三节本报告的研究范围

#### 第二章医疗旅游行业发展现状与前景分析

##### 第一节医疗旅游行业概况

###### 一、医疗旅游行业概念及分类

###### 二、全球医疗旅游行业概况

###### 三、中国医疗旅游行业概况

#### 四、中国医疗旅游行业所处周期

#### 第二节全球及我国医疗旅游行业发展前景展望

##### 一、全球医疗旅游行业发展趋势展望

##### 二、我国医疗旅游行业发展趋势展望

##### 三、我国医疗旅游行业发展前景展望

#### 第三节中国医疗旅游行业产业链发展趋势

##### 一、中国医疗旅游行业产业链

##### 二、医疗旅游产业链利润分布

##### 三、医疗旅游上游产业链分析

##### 四、下游产业——医疗旅游机构分析

### 第三章移动互联网+的作用——重构行业生态、促进产业链升级

#### 第一节传统医疗旅游行业的痛点与缺陷

##### 一、医疗旅游行业痛点及根源

##### 二、医疗旅游营销受极大约束

##### 三、缺少精准营销的平台

#### 第二节移动互联网有望重构医疗旅游行业生态

##### 一、移动医疗旅游助力解决行业痛点

##### 二、互联网催生渠道价值

##### 三、医疗旅游服务商的发展趋势

#### 第三节产业链升级：互联网医疗旅游推动行业科学化、市场化

##### 一、精准营销改善行业痛点

##### 二、互联网医疗旅游推动产业链升级

##### 三、互联网医疗旅游模式的核心思路

##### 四、互联网医疗旅游未来趋势

### 第四章中国移动互联网+医疗旅游行业发展背景

#### 第一节中国移动互联网+医疗旅游行业政策背景分析

##### 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+医疗旅游行业经济背景分析

##### 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+医疗旅游行业技术背景分析

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+医疗旅游行业发展现状分析

第一节中国移动互联网+医疗旅游行业市场发展阶段分析

一、对移动互联网+医疗旅游行业发展阶段的研究

二、中国移动互联网+医疗旅游行业细分阶段发展特点

第二节互联网给医疗旅游行业带来的冲击和变革分析

一、互联网时代医疗旅游行业大环境变化分析

二、互联网给医疗旅游行业带来的突破机遇分析

三、互联网给医疗旅游行业带来的挑战分析

四、移动互联网+医疗旅游行业融合创新机会分析

第三节中国移动互联网+医疗旅游行业市场发展现状分析

一、中国移动互联网+医疗旅游行业投资布局分析

(1) 中国移动互联网+医疗旅游行业投资切入方式

(2) 中国移动互联网+医疗旅游行业投资规模分析

(3) 中国移动互联网+医疗旅游行业投资业务布局

二、医疗旅游行业目标客户互联网渗透率分析

三、中国移动互联网+医疗旅游行业市场规模分析

四、中国移动互联网+医疗旅游行业竞争格局分析

(1) 中国移动互联网+医疗旅游行业参与者结构

(2) 中国移动互联网+医疗旅游行业竞争者类型

(3) 中国移动互联网+医疗旅游行业市场占有率

第六章中国移动互联网+医疗旅游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+医疗旅游行业市场定位创新分析

一、中国医疗旅游行业消费者特征分析

二、中国医疗旅游行业企业主流的市场定位分析

三、互联网对医疗旅游行业市场定位的变革分析

四、互联网下医疗旅游行业市场定位优秀案例分析

第三节中国移动互联网+医疗旅游行业价值主张创新分析

一、中国医疗旅游行业主要的客户价值主张要素分析

二、移动互联网+医疗旅游行业价值主张创新策略分析

(1) 医疗旅游行业企业如何利用互联网升级产品使用体验

(2) 医疗旅游行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验

(3) 医疗旅游行业企业如何利用互联网节约客户成本

三、移动互联网+医疗旅游行业价值主张创新优秀案例

第四节中国移动互联网+医疗旅游行业渠道通路创新分析

一、中国医疗旅游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、互联网对医疗旅游行业渠道通路的颠覆性变革分析

三、移动互联网+医疗旅游行业网络媒体医疗旅游宣传策略分析

四、移动互联网+医疗旅游行业电商渠道构建策略分析

五、移动互联网+医疗旅游行业渠道通路创新优秀案例

第五节中国移动互联网+医疗旅游行业客户关系创新分析

一、中国医疗旅游行业客户关系的类别及关系成本分析

(1) 医疗旅游行业客户关系的类别分析

(2) 医疗旅游行业客户关系成本分析

二、中国移动互联网+医疗旅游行业客户关系创新路径分析

### 三、中国移动互联网+医疗旅游行业客户关系创新优秀案例

#### 第六节中国移动互联网+医疗旅游行业收入来源创新分析

##### 一、中国医疗旅游行业收入的主要来源渠道及特点

##### 二、中国移动互联网+医疗旅游行业收入来源的创新分析

##### 三、中国移动互联网+医疗旅游行业收入来源创新优秀案例

#### 第七节中国移动互联网+医疗旅游行业合作伙伴创新分析

##### 一、中国医疗旅游行业主要的合作伙伴及其特点分析

##### 二、互联网如何改变医疗旅游行业合作伙伴结构

##### 三、互联网下医疗旅游行业新增合作伙伴的特点

##### 四、互联网下医疗旅游行业新增合作伙伴优秀案例

#### 第八节中国移动互联网+医疗旅游行业成本机构优化分析

##### 一、中国医疗旅游行业主要成本结构及特点分析

##### 二、互联网如何改变医疗旅游行业成本结构

##### 三、互联网下医疗旅游行业成本结构的优化路径

##### 四、互联网下医疗旅游行业成本结构优化优秀案例

#### 第九节国外移动互联网+医疗旅游行业商业模式创新经验

##### 一、国外移动互联网+医疗旅游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+医疗旅游行业商业模式创新经验借鉴

## 第七章中国医疗旅游行业企业电商战略规划及模式选择

### 第一节中国医疗旅游行业企业电商战略规划分析

#### 一、医疗旅游企业电商如何正确定位

#### 二、医疗旅游电商核心业务确定策略

#### 三、医疗旅游企业电商化组织变革策略

### 第二节中国医疗旅游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、中国医疗旅游行业最优电商模式的选择

### 第三节中国医疗旅游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

## 第四节中国医疗旅游行业移动电商切入路径及典型产品

### 一、中国医疗旅游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、中国医疗旅游行业移动电商市场发展现状

### 三、中国医疗旅游行业移动电商市场切入路径

### 四、中国医疗旅游行业移动电商典型产品形式

### 五、中国医疗旅游行业移动电商发展趋势及前景

## 第八章中国重点企业经营优劣势分析

### 第一节企业一

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业经营情况分析

##### 1) 主要经济指标分析

##### 2) 企业盈利能力分析

##### 3) 企业运营能力分析

##### 4) 企业偿债能力分析

##### 5) 企业发展能力分析

#### 三、企业经营优劣势分析

#### 四、企业移动互联网+医疗旅游产品服务分析

#### 五、企业最新发展动向

### 第二节企业二

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业经营情况分析

##### 1) 主要经济指标分析

##### 2) 企业盈利能力分析

##### 3) 企业运营能力分析

##### 4) 企业偿债能力分析

##### 5) 企业发展能力分析

#### 三、企业经营优劣势分析

#### 四、企业移动互联网+医疗旅游产品服务分析

#### 五、企业最新发展动向

### 第三节企业三

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业经营情况分析

##### 1) 主要经济指标分析

##### 2) 企业盈利能力分析

##### 3) 企业运营能力分析

##### 4) 企业偿债能力分析

##### 5) 企业发展能力分析

#### 三、企业经营优劣势分析

#### 四、企业移动互联网+医疗旅游产品服务分析

#### 五、企业最新发展动向

#### 第四节企业四

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

###### 1) 主要经济指标分析

###### 2) 企业盈利能力分析

###### 3) 企业运营能力分析

###### 4) 企业偿债能力分析

###### 5) 企业发展能力分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 四、企业移动互联网+医疗旅游产品服务分析

#### 五、企业最新发展动向

#### 第五节企业五

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业经营情况分析

###### 1) 主要经济指标分析

###### 2) 企业盈利能力分析

###### 3) 企业运营能力分析

###### 4) 企业偿债能力分析

###### 5) 企业发展能力分析

##### 三、企业经营优劣势分析

#### 四、企业移动互联网+医疗旅游产品服务分析

#### 五、企业最新发展动向

### 第十章2017-2022年中国移动互联网+医疗旅游行业市场发展趋势预测

#### 第一节2017-2022年中国移动互联网+医疗旅游行业市场趋势预测分析

##### 一、中国移动互联网+医疗旅游行业市场增长动力分析

##### 二、中国移动互联网+医疗旅游行业市场发展瓶颈剖析

##### 三、中国移动互联网+医疗旅游行业市场发展趋势分析

#### 第二节2017-2022年中国医疗旅游行业电商发展现状及趋势分析

##### 一、中国医疗旅游行业电商总体开展情况

##### 二、中国医疗旅游行业电商交易规模分析

三、中国医疗旅游行业电商产品服务品类

四、中国医疗旅游行业电商盈利情况分析

五、中国医疗旅游行业电商市场现存问题

六、中国医疗旅游行业电商市场趋势分析

七、中国医疗旅游行业电商市场规模预测

第十一章2017-2022年中国移动互联网+医疗旅游行业市场投资机会及建议

第一节2017-2022年中国移动互联网+医疗旅游行业投资特性及风险

一、移动互联网+医疗旅游行业投资壁垒分析

(1) 政策壁垒

(2) 技术壁垒

(3) 市场壁垒

二、移动互联网+医疗旅游行业投资特性分析

三、移动互联网+医疗旅游行业投资前景分析

第二节2017-2022年中国移动互联网+医疗旅游行业投融资现状及趋势

一、中国移动互联网+医疗旅游行业投资现状及趋势

(1) 中国移动互联网+医疗旅游行业投资主体结构

(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) 2015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+医疗旅游行业融资现状及趋势

(1) 中国移动互联网+医疗旅游行业融资主体构成

(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) 2015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2017-2022年中国移动互联网+医疗旅游行业投资机会及建议

一、中国移动互联网+医疗旅游行业投资机会分析

二、关于移动互联网+医疗旅游行业的投资建议

部分图表目录

图表：医疗旅游分类

图表：大医疗旅游市场分类

图表：中国医疗旅游市场消费者的性别分布

图表：中国医疗旅游市场消费者的年龄分布

图表：中国医疗旅游市场消费者的职业分布

图表：中国医疗旅游市场消费者的学历分布

图表：中国医疗旅游市场消费者收入分布

图表：中国医疗旅游市场消费者的地域分布

图表：中国医疗旅游行业前景

图表：医疗旅游客户生命周期

图表：主要整型消费人群

图表：医疗旅游行业产业链

图表：医疗旅游产业是一个交叉产业

图表：我国医疗旅游市场地域分布特点

图表：医疗旅游行业痛点溯源

图表：医疗旅游行业获客渠道

图表：移动医疗旅游助力解决行业痛点

图表：新兴医疗旅游平台一览

图表：医疗旅游价值链——移动医疗旅游的作用

图表：互联网医疗旅游平台信息

图表：医疗旅游行业产业链目前呈现的“再分工”趋势

图表：医疗旅游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：理想状态下互联网医疗旅游产业链格局

图表：医疗旅游宣传方式在进化

图表：互联网医疗旅游平台商业模式比较

图表：国内互联网医疗旅游平台比较

图表：整形医疗旅游医院招揽顾客的主要方式

图表：“互联网+医疗旅游”项目的类型分布

图表：“互联网+医疗旅游”项目的地域分布

图表：“互联网+医疗旅游”项目的融资方式分布

图表：“互联网+医疗旅游”项目的阶段分布

图表：移动互联网+医疗旅游行业发展规划汇总表

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201611/138794.html>