

2022-2028年中国移动互联网+医疗旅游行业发展趋势与市场需求预测报告

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+医疗旅游行业发展趋势与市场需求预测报告》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/202201/262953.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

医疗旅游不只属于小众市场，各国已经积极制定各项措施推进医疗旅游发展，使得这项服务变得更具普适性，成为了针对群体广泛的国家型产业，开始繁荣与全球。综合来看，各项举措主要分为制定发展计划、设立政府部门、成立行业组织和举办宣传活动四种类型。政府层面的强势介入，在提升医疗旅游公信力的同时，其背后滚滚而来的各路资源也自不言而喻，自是为市场注入一剂强心剂，根据国际医疗旅游协会预测，2017年全球医疗旅游规模6785亿美元，占全球旅游收入的16%，医疗旅游或将成长为全球增长最快的一个新产业。

2017年中国医疗旅游市场规模1291亿元，预计2019年将突破2000亿元，2021年市场规模有望达到2643亿元。2017-2021年中国医疗旅游市场规模走势

中企顾问网发布的《2022-2028年中国移动互联网+医疗旅游行业发展趋势与市场需求预测报告》共十一章。首先介绍了中国移动互联网+医疗旅游行业市场发展环境、移动互联网+医疗旅游整体运行态势等，接着分析了中国移动互联网+医疗旅游行业市场运行的现状，然后介绍了移动互联网+医疗旅游市场竞争格局。随后，报告对移动互联网+医疗旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动互联网+医疗旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对移动互联网+医疗旅游产业有个系统的了解或者想投资中国移动互联网+医疗旅游行业，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+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

国内拥有大量旅游资源，很多市民节假日选择到周边旅游、度假、养老。结合旅游资源，打造品种多样、高中低端有机结合的医疗旅游产品，整合、优化相关资源配置，可以从单纯的观光旅游转型为集休闲、度假、美食、疗养、养老为一体的医疗旅游产业。

发展医疗旅游，不仅可以推动健康服务业和旅游业，还将带动其他相关产业的发展，如餐饮、住宿、交通、会展、娱乐、购物、医疗器械制造、医药制造、建筑等，能够有效拉动宏观经济增长。

从产品规模来看，春雨国际也占据首位，2016年占比达到26.4%；其次是盛诺一家，占比

为12.6%。随着发展空间扩大，预计会有更多企业涌入医疗旅游市场，产品多样性及规模有望提高。医疗旅游行业主要企业产品规模统计（单位：%）

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+医疗旅游所属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+医疗旅游行业成本结构优化分析

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 中国移动互联网+医疗旅游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+医疗旅游投资布局分析第一节 阿里巴巴一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业互联网+医疗旅游投资布局四、企业互联网+医疗旅游产品/服务分析五、企业最新发展动向第二节 百度公司一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业互联网+医疗旅游投资布局四、企业互联网+医疗旅游产品/服务分析第三节 腾讯公司一、企业基本信息分析二、企业经营情况分析三、企业互联网+医疗旅游投资布局四、企业互联网+医疗旅游产品/服务分析 第十章 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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) 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+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) 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+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 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图表：移动互联网+医疗旅游行业主要政策汇总表更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/262953.html>