

2023-2029年中国在线医疗 咨询市场深度分析与发展前景预测报告

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

《2023-2029年中国在线医疗咨询市场深度分析与发展前景预测报告》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/202304/351657.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

截至2015年12月，我国互联网医疗用户规模为1.52亿，占网民的22.1%，相比于其他网络应用，互联网医疗的使用习惯仍有待培养。其中，诊前环节的互联网医疗服务使用率最高——在线医疗保健信息查询、在线预约挂号和在线咨询问诊总使用率为18.4%；在医药电商和互联网健康管理等领域，使用率分别占到网民的4.6%和3.9%；而在慢病管理、预约体检、健康保健等O2O医疗健康领域，使用率都低于1%。

根据国家卫生部门数据显示，我国80%的医疗资源集中在大城市，其中30%的医疗资源分布在大医院，地区之间的卫生医疗资源分配严重不均。传统医疗体制急需改革调整，主管部门、医院和医生都需要转变传统观念，在线医疗借助互联网、大数据、人工智能、云平台等新工具，建立崭新的医疗生态链，从而实现真正以患者为中心。2000年开始，从PC端发展起来的医疗咨询网站和专业人群服务网站逐步受到投资人和市场关注。2011年，在线医疗从PC端向移动端延伸，并在2014年迎来爆发式发展，目前移动医疗领域的创业企业数量在2000家以上。2015年中国在线医疗行业发展迅猛，市场规模达到160亿元。而2009年中国在线医疗行业市场规模仅为2亿元，至2014年市场规模为109亿元，预计2023-2029年在线医疗市场规模呈指数增长态势，年化增长率超过100%。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国在线医疗咨询市场深度分析与发展前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 在线医疗咨询行业相关概述

1.1 在线医疗咨询行业定义及特点

1.2 中国在线医疗发展简析

第二章 在线医疗咨询行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.4 行业与上、下游行业的关联性

第三章 2022年中国在线医疗咨询行业发展环境分析

3.1 在线医疗咨询行业政治法律环境（P）

3.2 在线医疗咨询行业经济环境分析（E）

3.3 在线医疗咨询行业社会环境分析（S）

3.4 在线医疗咨询技术环境

第四章 全球在线医疗咨询行业发展概述

4.1 全球在线医疗咨询行业发展情况概述

4.2 2019-2022年全球主要地区在线医疗咨询行业发展状况

4.2.1 欧洲在线医疗咨询行业发展情况概述

4.2.2 美国在线医疗咨询行业发展情况概述

4.2.3 日韩在线医疗咨询行业发展情况概述

4.3 2023-2029年全球在线医疗咨询行业趋势预测分析

4.4 全球在线医疗咨询行业重点企业发展动态分析

第五章 中国在线医疗咨询行业发展概述

5.1 中国在线医疗咨询行业发展状况分析

5.2 2022-2023年在线医疗咨询行业发展现状

5.3 近年在线医疗咨询行业发展动态

5.3.1 中国准入监管严格，不利于在线医疗行业创新

5.3.2 制度因素导致我国医疗服务方强势地位

5.3.3 中国商业保险缺失，缺少在线医疗有力推动者

5.4 2023-2029年中国在线医疗咨询行业面临的困境及对策

第六章 中国在线医疗咨询行业市场运行分析

6.1 2018-2022年中国在线医疗咨询行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

- 6.1.3 行业资产规模分析
- 6.1.4 行业市场规模分析
- 6.2 2018-2022年中国在线医疗咨询行业市场供需分析
- 6.3 2018-2022年中国在线医疗咨询行业财务指标总体分析
 - 6.3.1 行业盈利能力分析
 - 6.3.2 行业偿债能力分析
 - 6.3.3 行业营运能力分析
 - 6.3.4 行业发展能力分析

第七章 中国在线医疗咨询行业细分行业研究

- 7.1 在线医疗咨询行业细分市场概况
- 7.2 健康教育和信息市场
- 7.3 电子健康档案采集和应用市场
- 7.4 即时在线咨询市场
- 7.5 建议

第八章 中国在线医疗咨询行业上、下游产业链分析

- 8.1 在线医疗咨询行业产业链概述
- 8.2 在线医疗咨询行业主要上游产业发展分析
- 8.3 在线医疗咨询行业主要下游产业发展分析

第九章 中国在线医疗咨询行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国在线医疗咨询行业竞争格局分析
- 9.2 中国在线医疗咨询行业竞争五力分析
 - 9.2.1 在线医疗咨询行业上游议价能力
 - 9.2.2 在线医疗咨询行业下游议价能力
 - 9.2.3 在线医疗咨询行业新进入者威胁
 - 9.2.4 在线医疗咨询行业替代产品威胁
 - 9.2.5 在线医疗咨询行业现有企业竞争
- 9.3 中国在线医疗咨询行业竞争SWOT分析
- 9.4 中国在线医疗咨询行业投资兼并重组整合分析
- 9.5 中国在线医疗咨询行业重点企业竞争格局分析

第十章 2019-2022年在线医疗咨询行业领先企业竞争力分析

- 10.1 阿里巴巴网络技术有限公司竞争力分析
- 10.2 百度在线网络技术有限公司（百度）竞争力分析
- 10.3 深圳市腾讯计算机系统有限公司竞争力分析
- 10.4 九州通医药集团股份有限公司竞争力分析
- 10.5 上海复星医药（集团）股份有限公司竞争力分析
- 10.6 康美药业股份有限公司竞争力分析
- 10.7 上海市医药股份有限公司竞争力分析
- 10.8 云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司竞争力分析
- 10.9 嘉事堂药业股份有限公司竞争力分析
- 10.10 太安堂集团有限公司竞争力分析

第十一章 2023-2029年中国在线医疗咨询行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2023-2029年中国在线医疗咨询市场趋势预测
- 11.2 2023-2029年中国在线医疗咨询市场发展趋势预测

第十二章 2023-2029年中国在线医疗咨询行业前景调研

- 12.1 在线医疗咨询行业投资现状分析
- 12.2 在线医疗咨询行业投资特性分析
 - 12.2.1 在线医疗咨询行业进入壁垒分析
 - 12.2.2 在线医疗咨询行业盈利模式分析
 - 12.2.3 在线医疗咨询行业盈利因素分析
- 12.3 在线医疗咨询行业投资机会分析
- 12.4 在线医疗咨询行业投资前景分析
- 12.5 在线医疗咨询行业投资潜力与建议

第十三章 2023-2029年中国在线医疗咨询企业投资规划建议与客户策略分析

- 13.1 在线医疗咨询企业投资前景规划背景意义
 - 13.1.1 企业转型升级的需要
 - 13.1.2 企业做大做强的需要
 - 13.1.3 企业可持续发展需要

- 13.2 在线医疗咨询企业战略规划制定依据
- 13.3 在线医疗咨询企业战略规划策略分析
- 13.4 在线医疗咨询中小企业投资前景研究
- 13.5 中国医疗行业痛点为行业发展提供机会
 - 13.5.1 医疗行业痛点为在线医疗行业机会点
 - 13.5.2 分级诊疗制度缺失加剧看病难问题
 - 13.5.3 “以药养医”制度推高医疗费用
 - 13.5.4 医生评价体系不完善导致用户体验不佳

第十四章 研究结论及建议

- 14.1 研究结论
- 14.2 建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/351657.html>