

# 2017-2022年中国移动医疗行业市场深度调研及投资前景分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国移动医疗行业市场深度调研及投资前景分析报告》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.chyxx.com/research/201612/478761.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

移动医疗（Mobile Health）即通过移动设备提供与医疗相关的服务，例如，通过PDA、移动电话和卫星通信来提供医疗信息和医疗服务等。目前，我国移动医疗产业已经整合了移动医疗服务商、医疗设备制造商、IT巨头、风险资本、移动运营商、应用开发商、数据公司和保险企业等众多参与者，形成了以可穿戴设备和在线医疗为主的产业格局。2014年中国移动医疗市场规模达到32.6亿元，同比增长39%。

2014年，以BAT巨头为代表的互联网企业开始加速布局移动医疗领域。此外，传统医药公司也纷纷布局拓展移动医疗产品。2015年以来，国内移动医疗的投资延续了2014年的火热势头，资本方对移动医疗的兴趣更是有增无减。显而易见，资本市场的疯狂正推动着移动医疗行业快速发展。

2016-2018年中国移动医疗市场规模预测

2015Q1-Q4中国移动医疗用户规模

智研咨询发布的《2017-2022年中国移动医疗行业市场深度调研及投资前景分析报告》共十四章。首先介绍了移动医疗相关概念及发展环境，接着分析了中国移动医疗规模及消费需求，然后对中国移动医疗市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国移动医疗面临的机遇及发展前景。若您想对中国移动医疗有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 移动医疗的基本概述

1.1 互联网医疗的简述

1.1.1 互联网医疗的定义

1.1.2 互联网医疗的优势

1.2 移动医疗概念阐释

1.2.1 移动医疗的概念

1.2.2 移动医疗的特点

1.2.3 移动医疗的分类

1.3 移动医疗的产业链

1.3.1 移动运营服务商

### 1.3.2 信息平台系统提供商

### 1.3.3 医疗设备商

### 1.3.4 APP应用程序开发

## 第二章 2014-2016年国外移动医疗行业概况及经验借鉴

### 2.1 2014-2016年全球移动医疗行业总体概况

#### 2.1.1 行业整体概述

#### 2.1.2 市场规模现状

#### 2.1.3 行业格局概况

#### 2.1.4 典型商业案例

### 2.2 2014-2016年国外科技巨头布局移动医疗市场

#### 2.2.1 智能硬件领域

#### 2.2.2 应用平台领域

#### 2.2.3 医疗服务领域

### 2.3 2014-2016年美国移动医疗的发展分析

#### 2.3.1 行业发展基础

#### 2.3.2 驱动因素分析

#### 2.3.3 市场发展现状

#### 2.3.4 商业模式分析

#### 2.3.5 行业投资趋向

#### 2.3.6 政策监管动向

#### 2.3.7 创业企业概览

#### 2.3.8 面临挑战分析

#### 2.3.9 中美差异对比

### 2.4 2014-2016年日本移动医疗的发展分析

#### 2.4.1 行业发展路径

#### 2.4.2 市场发展现状

#### 2.4.3 行业发展动态

#### 2.4.4 典型企业解析

#### 2.4.5 市场前景广阔

### 2.5 国外移动医疗企业的商业模式分析

#### 2.5.1 Epocrates

#### 2.5.2 Zocdoc

#### 2.5.3 Vocera

#### 2.5.4 WellDoc

## 2.5.5 Zeo

### 第三章 2014-2016年中国移动医疗行业发展的市场环境分析

#### 3.1 经济环境

##### 3.1.1 国际经济发展形势

##### 3.1.2 中国经济运行现状

##### 3.1.3 经济发展趋势分析

#### 3.2 消费环境

##### 3.2.1 国民收入不断提升

##### 3.2.2 医疗消费逐年上升

##### 3.2.3 医疗成本有待降低

#### 3.3 社会环境

##### 3.3.1 人口老龄化加剧

据统计，2015年60岁及以上人口达到2.22亿，占总人口的16.15%。预计到2020年，老年人口达到2.48亿，老龄化水平达到17.17%，其中80岁以上老年人口将达到3067万人；2025年，六十岁以上人口将达到3亿，成为超老年型国家。考虑到70年代末，计划生育工作力度的加大，预计到2040我国人口老龄化进程达到顶峰，之后，老龄化进程进入 减速期。

2007- 2020年中国老年人口数量及预测（单位：亿人，%）

##### 3.3.2 医疗资源相对紧张

##### 3.3.3 新型医疗服务需求

#### 3.4 技术环境

##### 3.4.1 移动网络迅猛发展

##### 3.4.2 可穿戴设备兴起

##### 3.4.3 移动端渗透率较高

### 第四章 2014-2016年中国移动医疗行业发展的政策环境分析

#### 4.1 “互联网+医疗”新政分析

##### 4.1.1 “互联网+”益民服务

##### 4.1.2 “互联网+”电子商务

##### 4.1.3 “互联网+”人工智能

#### 4.2 移动医疗其他重点政策分析

- 4.2.1 支持医疗信息化
- 4.2.2 推动开展移动医疗
- 4.2.3 鼓励农村移动医疗发展
- 4.2.4 移动健康成为发展重点
- 4.3 移动医疗相关政策分析
  - 4.3.1 推进分级诊疗
  - 4.3.2 禁止开展网上诊疗
  - 4.3.3 养老政策利好移动医疗

## 第五章 2014-2016年中国移动医疗发展的总体现状分析

- 5.1 中国移动医疗发展总体概述
  - 5.1.1 移动医疗应用领域
  - 5.1.2 移动医疗产品特点
  - 5.1.3 移动医疗主要功能
- 5.2 2014-2016年中国移动医疗行业现状分析
  - 5.2.1 市场规模现状
  - 5.2.2 用户规模现状
  - 5.2.3 行业发展特征
  - 5.2.4 市场分化态势
  - 5.2.5 企业地域分布
  - 5.2.6 应用类型分布
  - 5.2.7 行业潜力指数
- 5.3 2014-2016年中国移动医疗市场竞争态势
  - 5.3.1 市场竞争不断加剧
  - 5.3.2 市场竞争态势分析
  - 5.3.3 行业阵营的“分裂”
  - 5.3.4 进入跨界竞争时代
- 5.4 我国移动医疗发展的问题及建议
  - 5.4.1 面临诸多挑战
  - 5.4.2 行业制约因素
  - 5.4.3 行业发展对策
  - 5.4.4 主要政策建议
  - 5.4.5 创新发展路径

## 第六章 移动医疗行业的商业模式分析

## 6.1 移动医疗的主要商业模式

### 6.1.1 医疗健康平台

### 6.1.2 面向消费者的硬件销售

### 6.1.3 自查问诊模式

### 6.1.4 其他模式

## 6.2 移动医疗的盈利模式分析

### 6.2.1 为医生提供手机临床信息

### 6.2.2 为企业提供远程医疗服务

### 6.2.3 导医服务提供健康咨询

### 6.2.4 医院联网

### 6.2.5 利用手机客户端管理慢病

### 6.2.6 可穿戴医疗

### 6.2.7 健康大数据

## 6.3 移动医疗项目的付费变现方式

### 6.3.1 患者付费

### 6.3.2 企业（雇主）付费

### 6.3.3 医院医生付费（导医模式）

### 6.3.4 药企药店付费（导药模式）

### 6.3.5 银行付费

### 6.3.6 保险公司付费

### 6.3.7 数据及文献付费

### 6.3.8 电子商务

## 6.4 我国移动医疗商业模式典型实例分析

### 6.4.1 春雨医生

### 6.4.2 糖护科技

### 6.4.3 会好科技

### 6.4.4 就医160

## 第七章 移动医疗行业的服务模式分析

### 7.1 移动医疗服务模式的核心意义

#### 7.1.1 重塑医疗服务流程

#### 7.1.2 优化医院资源配置

#### 7.1.3 融入互联网生态体系

### 7.2 院前服务模式分析

#### 7.2.1 移动诊寻服务

## 7.2.2 社交服务平台

## 7.2.3 健康监测服务

## 7.2.4 院前检查服务

## 7.2.5 移动智能云服务

## 7.2.6 O2O闭环服务

## 7.2.7 结合商业保险

## 7.3 院中服务模式分析

### 7.3.1 面向患者群体的服务模式

### 7.3.2 面向医师群体的服务模式

### 7.3.3 面向医院的移动金融闭环服务

## 7.4 院后服务模式分析

### 7.4.1 满意度反馈互动服务

### 7.4.2 远程监测服务

## 第八章 2014-2016年中国移动医疗App发展状况分析

### 8.1 2014-2016年移动医疗App发展现状

#### 8.1.1 主要应用领域

#### 8.1.2 整体发展情况

#### 8.1.3 主流产品类型

#### 8.1.4 功能越发完善

#### 8.1.5 市场开发形势

#### 8.1.6 媒体营销推广

### 8.2 移动医疗App的盈利模式分析

#### 8.2.1 向医院收费模式

#### 8.2.2 向药企收费模式

#### 8.2.3 向医疗器械公司收费模式

#### 8.2.4 向私人诊所收费模式

#### 8.2.5 向保险公司收费模式

#### 8.2.6 向消费者收费模式

### 8.3 移动医疗App的线下推广分析

#### 8.3.1 移动互联网线上推广的困境

#### 8.3.2 面向医院医生的线下推广

#### 8.3.3 面向用户的线下推广

### 8.4 国内移动医疗App的发展阻碍

#### 8.4.1 国家政策不明朗

8.4.2 缺乏法规监管

8.4.3 开发面临的挑战

8.4.4 盈利模式难寻

8.4.5 隐私安全问题

8.4.6 具有潜在风险

8.5 中国移动医疗App发展趋势分析

8.5.1 数据价值进一步放大

8.5.2 软硬件结合

8.5.3 更深层次渗透

第九章 2014-2016年中国移动医疗用户行为调研分析

9.1 中国移动互联网用户特征分析

9.1.1 用户属性

9.1.2 用户行为特征

9.1.3 用户终端的使用

9.2 中国移动医疗用户特征分析

9.2.1 用户设备品牌分布

9.2.2 用户不同地域分布

9.2.3 用户分布优势城市

9.2.4 用户活跃时段分布

9.3 中国移动医疗用户需求分析

9.3.1 用户产品使用率

9.3.2 用户了解渠道

9.3.3 用户产品满意度

9.3.4 用户使用产品类型

9.3.5 用户功能需求类型

9.3.6 用户服务需求类型

9.3.7 用户对服务不满原因

9.3.8 用户服务期望改进类型

9.4 中国移动医疗用户医疗应用覆盖率分析

9.4.1 预约挂号类应用

9.4.2 问诊咨询类应用

9.4.3 资讯文献类应用

9.4.4 医药服务类应用

9.4.5 医疗信息化应用

## 第十章 2014-2016年中国移动医疗市场投融资状况分析

### 10.1 2014-2016年中国移动医疗投融资总体现状

#### 10.1.1 投融资形势

#### 10.1.2 参与者众多

#### 10.1.3 投融资规模

#### 10.1.4 投融资方向

#### 10.1.5 投融资情况

### 10.2 BAT在移动医疗领域的布局

#### 10.2.1 阿里巴巴

#### 10.2.2 腾讯

#### 10.2.3 百度

### 10.3 通信运营商在移动医疗领域的布局

#### 10.3.1 中国移动

#### 10.3.2 中国电信

#### 10.3.3 中国联通

### 10.4 金融机构在移动医疗领域的布局

#### 10.4.1 中国平安

#### 10.4.2 北京银行

#### 10.4.3 民生银行

#### 10.4.4 中信银行

#### 10.4.5 工商银行

### 10.5 医药企业在移动医疗领域的布局

#### 10.5.1 鱼跃医疗

#### 10.5.2 九安医疗

#### 10.5.3 汤臣倍健

#### 10.5.4 乐普医疗

#### 10.5.5 复星医药

#### 10.5.6 尚荣医疗

#### 10.5.7 九州通

#### 10.5.8 宝莱特

### 10.6 HIS企业在移动医疗领域的布局

#### 10.6.1 东软和熙康

#### 10.6.2 东华软件

#### 10.6.3 金仕达卫宁与万达信息

- 10.6.4 杭州创业和北大医信
- 10.6.5 金蝶医疗
- 10.6.6 北京嘉和、芯联达与合舜阳光
- 10.7 房地产企业在移动医疗领域的布局
  - 10.7.1 阳光城集团
  - 10.7.2 万科集团
  - 10.7.3 宜华地产
  - 10.7.4 绿城集团
  - 10.7.5 运盛实业
  - 10.7.6 恒大地产

## 第十一章 中国移动医疗市场的投资潜力分析

- 11.1 投资价值分析
  - 11.1.1 真实成长
  - 11.1.2 政策催化
  - 11.1.3 并购活跃度
  - 11.1.4 BAT进入
- 11.2 投资机遇分析
  - 11.2.1 需求激增与有限供给
  - 11.2.2 资本持续大举介入
  - 11.2.3 环境差异下的创新机遇
- 11.3 投资机会总体分析
  - 11.3.1 一级市场投资
  - 11.3.2 二级市场投资
- 11.4 细分市场投资机会
  - 11.4.1 医疗检测产品
  - 11.4.2 智能健康设备
  - 11.4.3 慢性病领域
  - 11.4.4 老龄医疗健康服务
  - 11.4.5 医疗可穿戴设备
  - 11.4.6 移动医疗视频应用
  - 11.4.7 其他领域机会
- 11.5 商业模式投资方向建议
  - 11.5.1 医药电商平台
  - 11.5.2 在线问诊模式

### 11.5.3 挂号服务模式

### 11.5.4 可穿戴设备

## 第十二章 中国移动医疗行业的投资风险预警

### 12.1 行业进入门槛

#### 12.1.1 行业入口

#### 12.1.2 监管门槛

#### 12.1.3 技术门槛

#### 12.1.4 资源门槛

### 12.2 市场培育风险

#### 12.2.1 大数据应用不足

#### 12.2.2 盈利模式待摸索

#### 12.2.3 医疗资源对接不足

#### 12.2.4 获客成本居高不下

#### 12.2.5 市场政策法规缺乏

### 12.3 资本竞争风险

#### 12.3.1 院前服务市场

#### 12.3.2 院中信息化市场

#### 12.3.3 院后护理市场

### 12.4 企业经营风险

#### 12.4.1 齐全性问题

#### 12.4.2 信任问题

#### 12.4.3 专业性问题

#### 12.4.4 及时性问题

#### 12.4.5 人才缺乏问题

### 12.5 App开发风险

#### 12.5.1 政策与监管风险

#### 12.5.2 专业与法律风险

#### 12.5.3 人力资源风险

#### 12.5.4 市场风险

## 第十三章 2014-2016年中国移动医疗领域潜力企业竞争力分析

### 13.1 北京春雨天下软件有限公司

#### 13.1.1 企业发展概况

#### 13.1.2 商业模式分析

- 13.1.3 企业战略动向
- 13.1.4 战略合作动态
- 13.1.5 未来前景展望
- 13.2 阿里健康信息技术有限公司
  - 13.2.1 企业发展概况
  - 13.2.2 经营效益分析
  - 13.2.3 业务经营分析
  - 13.2.4 企业战略动向
  - 13.2.5 未来前景展望
- 13.3 恒大健康产业集团有限公司
  - 13.3.1 企业发展概况
  - 13.3.2 经营效益分析
  - 13.3.3 业务经营分析
  - 13.3.4 企业战略动态
  - 13.3.5 未来前景展望
- 13.4 乐普（北京）医疗器械股份有限公司
  - 13.4.1 企业发展概况
  - 13.4.2 经营效益分析
  - 13.4.3 业务经营分析
  - 13.4.4 财务状况分析
  - 13.4.5 未来前景展望
- 13.5 天津九安医疗电子股份有限公司
  - 13.5.1 企业发展概况
  - 13.5.2 经营效益分析
  - 13.5.3 业务经营分析
  - 13.5.4 财务状况分析
  - 13.5.5 未来前景展望
- 13.6 东软集团股份有限公司
  - 13.6.1 企业发展概况
  - 13.6.2 经营效益分析
  - 13.6.3 业务经营分析
  - 13.6.4 财务状况分析
  - 13.6.5 未来前景展望
- 13.7 深圳市理邦精密仪器股份有限公司
  - 13.7.1 企业发展概况

13.7.2 经营效益分析

13.7.3 业务经营分析

13.7.4 财务状况分析

13.7.5 未来前景展望

13.8 上海金仕达卫宁软件股份有限公司

13.8.1 企业发展概况

13.8.2 经营效益分析

13.8.3 业务经营分析

13.8.4 财务状况分析

13.8.5 未来前景展望

13.9 易联众信息技术股份有限公司

13.9.1 企业发展概况

13.9.2 经营效益分析

13.9.3 业务经营分析

13.9.4 财务状况分析

13.9.5 未来前景展望

第十四章 移动医疗行业前景及趋势预测（ZY ZM）

14.1 全球移动医疗产业未来发展预测

14.1.1 市场前景展望

14.1.2 市场格局预测

14.1.3 市场趋势预测

14.2 中国移动医疗产业未来发展展望

14.2.1 发展潜力巨大

14.2.2 市场前景广阔

14.2.3 未来增长态势

14.2.4 产品发展方向

14.2.5 模式仍需探索

14.3 2017-2022年移动医疗市场规模预测

14.3.1 未来市场发展影响因素分析

14.3.2 全球移动医疗市场规模预测

14.3.3 中国移动医疗市场规模预测

14.4 中国移动医疗的发展趋势预测

14.4.1 行业潜在趋势

14.4.2 商业模式趋势

### 14.4.3 资本介入趋势

### 14.4.4 政策发展趋势

附录：

附录一：《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》

图表目录：

图表：移动医疗产品应用领域分类

图表：2014-2015年世界工业生产同比增长率

图表：2012-2015年世界三大经济体GDP环比增长率

图表：2013-2015年世界及主要经济体GDP同比增长率

图表：2014-2015年三大经济体零售额同比增长率

图表：2014-2015年世界贸易量同比增长率

图表：2014-2015年波罗的海干散货运指数

图表：2014-2015年世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率

图表：2014-2015年美国、日本和欧元区失业率

图表：1980-2013年全球贸易量实际值和长期趋势

图表：2015年全球需求仍处于较低水平

图表：2015年世界降息经济体

图表：2015年升息经济体

图表：2015年美国道琼斯工业指数走势

图表：2015年新兴市场股指走势

图表：2015年美元指数及美元兑欧元和日元走势

图表：2015年美元兑卢布走势

图表：2015年每单位外币兑美元走势

图表：2012-2015年国际市场初级产品价格名义指数走势（2011 = 100）

图表：2014-2015年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2005-2015年全国粮食产量

图表：2014-2015年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：2014-2015年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表：2014-2015年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表：2014-2015年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2014-2015年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表：2015-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2015-2016年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表：2015-2016年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表：2015-2016年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表：2015-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2015-2016年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表：2014-2015年全球移动医疗产业市场规模

图表：移动医疗在全球114个国家的应用分布

图表：全球移动医疗产业典型商业案例

图表：美国移动医疗发展的四个阶段

图表：2015年美国前10大移动医疗投资案例（一）

图表：2015年美国前10大移动医疗投资案例（二）

图表：2012-2018年日本移动医疗市场规模变化趋势

图表：我国移动医疗产品主要方向及代表产品

图表：我国移动医疗主要功能

图表：2012-2015年中国移动医疗市场规模情况

图表：2016年我国移动医疗用户规模情况

图表：2016年中国移动医疗企业地域分布

图表：2016年中国移动医疗应用类型分布

图表：2016年中国移动医疗（创业）发展潜力指数

图表：移动医疗App应用领域分类

图表：我国主流移动医疗App产品

图表：2013-2014年中国移动网民性别分布

图表：2014年中国移动网民年龄分布

图表：2013-2014年中国移动网民省份分布Top10

图表：2014年中国移动网民学历分布

图表：2014年中国移动网民职业分布

图表：2015年中国移动互联网用户使用时长分布

图表：2015年中国移动互联网用户使用时段分布

图表：2014年中国平板电脑用户使用平板电脑的用途

图表：2014年中国平板电脑用户经常使用的应用类型

图表：智能手机、PC、Pad不同时段人均浏览时长分布

图表：2015年中国移动互联网细分应用渗透率排行

图表：2014年中国移动网民最常使用的移动终端设备

图表：2013-2014年中国手机网民主要使用的手机操作系统

图表：2014年中国不同收入用户使用手机品牌情况（Top5）

图表：移动医疗用户设备品牌分布（ANDROID）

- 图表：整体移动端用户设备品牌分布（ANDROID）
- 图表：移动医疗用户城市分布
- 图表：整体移动端用户城市分布
- 图表：移动医疗用户分布优势城市Top10
- 图表：移动医疗用户全天活跃时段分布
- 图表：2016年上半年中国手机网民移动医疗产品使用率
- 图表：2016年中国手机网民移动医疗产品了解渠道分布情况
- 图表：2016年中国移动医疗用户产品满意度情况
- 图表：2016年中国移动医疗用户使用产品类型分布
- 图表：2016年中国移动医疗用户功能需求类型分布
- 图表：2016年中国移动医疗用户服务需求类型分布
- 图表：2016年中国移动医疗用户对移动医疗服务不满原因分布
- 图表：2016年中国移动医疗用户服务期望改进服务类型分布
- 图表：2016年预约挂号类应用用户覆盖率Top10
- 图表：“微医”移动端应用
- 图表：2015-2016年微医用户覆盖量增长趋势
- 图表：2016年问诊咨询类应用用户覆盖率Top10
- 图表：“平安健康管家（平安好医生）”移动端应用
- 图表：2015-2016年平安好医生用户覆盖量增长趋势
- 图表：“春雨医生”移动端应用
- 图表：2015-2016年春雨医生用户覆盖量增长趋势
- 图表：2016年资讯文献类应用用户覆盖率Top10
- 图表：丁香园移动端主要产品
- 图表：2015-2016年丁香园资讯文献类应用用户覆盖量增长趋势
- 图表：2016年资讯文献类应用用户覆盖率Top10
- 图表：“壹药网”移动端应用
- 图表：2015-2016年1号药店用户覆盖量增长趋势
- 图表：“阿里健康”移动端应用
- 图表：2015-2016年阿里健康用户覆盖量增长趋势
- 图表：2016年医疗信息化类应用用户覆盖率TOP5
- 图表：“杏仁医生”移动端应用
- 图表：2015-2016年杏仁医生用户覆盖量增长趋势
- 图表：杏树林移动端产品
- 图表：2015-2016年病历夹用户覆盖量增长趋势
- 图表：2015-2016年移动医疗领域投融资动态

图表：移动医疗行业参与者众多

图表：2012-2016年移动医疗行业投融资状况

图表：2016年我国主要移动医疗公司融资情况概览

图表：2016年传统医疗公司相关移动产品业务

图表：中国移动在移动医疗领域的布局

图表：中国电信在移动医疗领域的布局

图表：中国联通在移动医疗领域的布局

图表：市值Top20药企的互联网医疗布局

图表：1982-2016年我国65岁及以上人口规模及所占比重

图表：腾讯“糖大夫”：智能血糖仪

图表：Acumen

图表：Book Creator

图表：Pictello

图表：Akili

图表：Vera

图表：Skimble

图表：Nike Training Club

图表：手术现场

图表：HealthTap

图表：Doctor on Demand

图表：DrawMD

图表：移动医疗四大最具潜力方向

图表：春雨医生与好大夫模式对比

图表：2017年全球主要地区移动医疗产业市场规模及所占比重

图表：2017年全球主要国家移动医疗产业市场规模

图表：2017年全球移动医疗产业市场规模及所占比重

图表：移动医疗产业合作发展方向

图表：中国移动医疗产业主要供应商

图表：2017-2022年全球移动医疗市场规模预测

图表：2017-2022年中国移动医疗市场规模预测

图表：移动医疗政策发展趋势

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201612/478761.html>