

## 2025-2030年中国移动医疗行业典型商业模式与构建设计策略分析报告

## 目 录

## CONTENTS

**第1章：移动医疗行业发展背景分析****1.1 移动医疗行业定义及分类**

- 1.1.1 移动医疗行业定义
- 1.1.2 移动医疗用户分类
- 1.1.3 移动医疗产业特点

**1.2 移动医疗行业发展环境分析**

- 1.2.1 移动医疗行业政策环境分析
  - (1) 移动医疗行业监管体制分析
  - (2) 移动医疗行业相关政策规范
  - (3) 移动医疗行业发展规划分析
  - (4) 政策环境对移动医疗的影响
- 1.2.2 移动医疗行业经济环境分析
  - (1) 中国GDP增长情况
  - (2) 居民收入增长情况
  - (3) 中国宏观经济预测
- 1.2.3 移动医疗行业社会环境分析
  - (1) 我国人口老龄化加剧
  - (2) 慢性病年轻化，患病时间长
  - (3) 健康管理需求日益强烈
  - (4) 家庭人均医疗费用支出增长
- 1.2.4 移动医疗行业产业环境分析
  - (1) 智能手机市场发展分析
  - (2) 互联网行业发展分析
- 1.2.5 移动医疗行业技术环境分析
  - (1) 移动互联网行业技术发展分析
  - (2) 移动医疗技术发展分析

**第2章：移动医疗行业发展前景分析****2.1 移动医疗行业发展阶段分析**

- 2.1.1 移动医疗行业发展历程
- 2.1.2 移动医疗行业发展周期

**2.2 移动医疗行业发展现状分析**

- 2.2.1 医疗大数据市场规模分析
- 2.2.2 移动医疗行业市场规模
  - (1) 移动医疗市场规模
  - (2) 移动医疗健康市场用户规模
  - (3) 移动医疗健康应用在手机网民中的渗透率
- 2.2.3 移动医疗细分行业发展分析
  - (1) 移动医疗设备行业发展分析
  - (2) 移动医疗APP行业发展分析

**2.3 移动医疗需求市场发展分析**

- 2.3.1 移动医疗需求细分市场分布
- 2.3.2 移动医疗慢性病管理需求分析
  - (1) 我国慢性病防治发展现状
  - (2) 移动医疗慢性病管理市场规模分析
  - (3) 移动医疗慢性病管理需求前景分析
- 2.3.3 移动医疗诊断服务需求分析
  - (1) 移动医疗诊断服务现状分析
  - (2) 移动医疗诊断服务市场规模分析
  - (3) 移动医疗诊断服务需求前景分析
- 2.3.4 移动医疗治疗服务需求分析
  - (1) 移动医疗治疗服务现状分析

- (2) 移动医疗治疗服务市场规模分析
- (3) 移动医疗治疗服务需求前景分析

#### 2.3.5 移动医疗其他需求分析

### 2.4 移动医疗行业参与主体分析

#### 2.4.1 移动医疗行业主要参与主体

- (1) 移动医疗现有五大主体
- (2) 移动医疗主体价值定位

#### 2.4.2 移动医疗投融资现状分析

- (1) 移动医疗投融资规模
- (2) 移动医疗投融资轮次
- (3) 移动医疗融资案例

#### 2.4.3 移动医疗参与主体市场预测

### 2.5 移动医疗行业发展阻碍分析

- 2.5.1 现有医疗支付体系不支持
- 2.5.2 新进入者成移动医疗寄托
- 2.5.3 我国移动医疗新进入者服务案例
  - (1) SARI的高血压监护项目
  - (2) 四维医学科技的远程心电图诊断

## 第3章：移动医疗行业商业模式构建设计策略

### 3.1 移动医疗行业商业模式发展现状

- 3.1.1 消费者对移动医疗充满憧憬
- 3.1.2 可行商业模式依然屈指可数

### 3.2 移动医疗行业商业模式构建设计流程

- 3.2.1 商业模式中九大要素相互关系
  - (1) 价值主张统领其它要素
  - (2) 收入来源决定要素
  - (3) 成本结构决定要素
  - (4) 盈利公式的形成
- 3.2.2 移动医疗行业商业模式构建流程

### 3.3 移动医疗行业客户定位策略

- 3.3.1 移动医疗行业主要客户分类
- 3.3.2 移动医疗行业客户定位策略
  - (1) 利基市场定位策略
  - (2) 专业人士或机构定位策略
  - (3) 老年人群定位策略
  - (4) 慢性病患者定位策略

### 3.4 移动医疗行业价值主张构建策略

- 3.4.1 用户对移动医疗的需求分类
- 3.4.2 消费者对移动医疗的需求分析
  - (1) 消费者期待移动医疗帮助决策
  - (2) 消费者愿意对移动医疗服务付费
  - (3) 消费使用移动医疗服务的阻碍
- 3.4.3 医生对移动医疗的需求分析
  - (1) 医生期待移动医疗改善内部沟通
  - (2) 医生对改善与医院互动服务的选择
  - (3) 医生对改善与患者互动服务的选择
- 3.4.4 移动医疗行业价值主张构建策略
  - (1) 传播医疗知识帮助消费者决策
  - (2) 提供平台加强医生与患者沟通
  - (3) 解决方案协调统一各方面利益

### 3.5 移动医疗行业渠道通路构建策略

- 3.5.1 消费者对接受移动医疗服务形式选择
- 3.5.2 移动医疗行业渠道通路构建策略
  - (1) 移动互联网为移动医疗应用主要渠道
  - (2) 解决方案以传统的医院渠道为主

### 3.6 移动医疗行业盈利模式构建策略

- 3.6.1 移动医疗行业盈利模式选择
- 3.6.2 移动医疗行业盈利模式构建策略
  - (1) 移动医疗服务应用盈利模式构建策略

- (2) 移动医疗解决方案盈利模式构建策略
  - 3.6.3 国内移动医疗盈利模式前景预测
    - (1) 直接消费端盈利模式分析
    - (2) 间接消费端盈利模式分析
  - 3.7 移动医疗行业核心资源构建
    - 3.7.1 不同参与主体核心资源有所差异
    - 3.7.2 移动医疗行业核心资源构建策略
      - (1) 移动医疗服务应用商核心资源构建策略
      - (2) 移动医疗解决方案提供商核心资源构建策略
  - 3.8 移动医疗行业合作伙伴选择策略
    - 3.8.1 补缺策略
    - 3.8.2 互利策略
- 第4章：国外移动医疗典型商业模式案例分析**
- 4.1 国际移动医疗产业发展现状分析
    - 4.1.1 全球移动医疗产业规模分析
    - 4.1.2 全球移动医疗产业地区分布
    - 4.1.3 全球移动医疗应用领域分布
    - 4.1.4 全球移动医疗产业前景分析
    - 4.1.5 全球移动医疗产业经验借鉴
  - 4.2 国外移动医疗服务应用典型商业模式案例
    - 4.2.1 向药企收费——Eprocrates
    - 4.2.2 向医生收费——ZocDoc
    - 4.2.3 向医院收费——Vocera
    - 4.2.4 向保险公司收费——WellDoc
    - 4.2.5 向消费者收费——ZEO
  - 4.3 国外移动医疗解决方案典型商业模式案例
    - 4.3.1 默克雪兰诺的Easypod
    - 4.3.2 高通公司的2Net Hub生态系统
    - 4.3.3 可穿戴医疗盈利新模式——CardioNet
  - 4.4 国外移动医疗商业模式在国内的可行性
    - 4.4.1 CardioNet商业模式可复制性分析
    - 4.4.2 国内移动医疗操作的复杂性分析
      - (1) 国内医疗产业链剖析：医疗服务提供商、患者与医疗服务支付方
      - (2) 国内移动医疗行业的机遇与威胁
  - 4.5 国内移动医疗服务应用与解决方案案例
    - 4.5.1 国内移动医疗服务应用案例
      - (1) 医药产品电商APP——“康爱多掌上药店”
      - (2) 专业信息查询APP——“杏树林”
      - (3) 寻医问诊APP——“春雨掌上医生”、“平安好医生”
      - (4) 导医服务平台APP——“就医160”
      - (5) 细分功能APP——“大姨吗”
    - 4.5.2 国内移动医疗解决方案案例
      - (1) 四维医学科技——与社区医院和诊所共生
      - (2) 新元素医疗——健康小屋+会员制服务
      - (3) 中卫莱康——从医院开始，坚持做服务商
      - (4) 优加利企业——远程监护服务医院客户
- 第5章：不同参与主体商业模式构建设计要点**
- 5.1 移动运营商移动医疗商业模式构建要点
    - 5.1.1 现阶段移动运营商提供的服务
    - 5.1.2 移动运营商移动医疗商业模式构建要点
      - (1) 短信服务未来将受到重大挑战
      - (2) 移动互联网将成主要服务方式
      - (3) 服务平台建设可带动移动医疗
  - 5.2 医疗器械商移动医疗商业模式构建要点
    - 5.2.1 现阶段医疗器械商提供的服务
      - (1) 医疗器械商提供的服务
      - (2) 移动医疗器械行业现存问题
    - 5.2.2 医疗器械商移动医疗商业模式构建要点
      - (1) 健康监测是最有潜力的领域

- (2) 客户细分与客户定位须明确
- (3) 与移动运营商合作实现移动化
- (4) 用户体验是商业模式的中心

### 5.3 医院移动医疗商业模式构建要点

- 5.3.1 现阶段医院提供的服务
- 5.3.2 医院移动医疗商业模式构建要点
  - (1) 语音预约将逐步被替代
  - (2) “松绑”医生提供在线服务

### 5.4 医院IT方案提供商商业模式构建要点

- 5.4.1 现阶段医院IT方案提供商提供的服务
- 5.4.2 医院IT方案提供商移动医疗商业模式构建要点
  - (1) 消费者数据搜集与整合是核心业务
  - (2) 医生远程数据处理与诊断决策是重点
- 5.4.3 移动网络技术和设备供应商在移动医疗的布局
  - (1) 苹果HealthKit
  - (2) 谷歌与“GoogleFit”
  - (3) 三星与“健康追踪腕带Simband及SAMI平台”

### 5.5 互联网企业移动医疗商业模式构建要点

- 5.5.1 现阶段互联网企业提供的服务
  - (1) 移动医疗APP发展规模分析
  - (2) 移动医疗APP应用主要分类
  - (3) 移动医疗APP现有盈利模式
  - (4) 移动医疗APP应用现存问题
- 5.5.2 互联网企业移动医疗商业模式构建要点
  - (1) 移动医疗APP以用户体验为中心
  - (2) 移动医疗APP盈利模式要可持续
  - (3) 用户认知度需要适当培育
- 5.5.3 互联网企业在移动医疗的布局
  - (1) 百度与“北京健康云”
  - (2) 阿里的医药电商与“未来医院”
  - (3) 腾讯微信与“智慧医院”

## 第6章：移动医疗行业商业模式案例点评

### 6.1 移动医疗解决方案商业模式案例点评

- 6.1.1 四维科技“与社区医院和诊所共生”商业模式点评
  - (1) 移动医疗业务简介
  - (2) 商业模式解构
  - (3) 商业模式点评
- 6.1.2 新元素医疗“健康小屋+会员制服务”商业模式点评
  - (1) 移动医疗业务简介
  - (2) 商业模式解构
  - (3) 商业模式点评
- 6.1.3 中卫莱康“定位服务商角色”商业模式点评
  - (1) 移动医疗业务简介
  - (2) 商业模式解构
  - (3) 商业模式点评
- 6.1.4 优加利“定位医院客户”商业模式点评
  - (1) 移动医疗业务简介
  - (2) 商业模式解构
  - (3) 商业模式点评

### 6.2 移动医疗服务应用商业模式案例点评

- 6.2.1 寻医问诊应用——“春雨医生”商业模式点评
  - (1) 移动医疗服务简介
  - (2) 商业模式解构
  - (3) 商业模式点评
- 6.2.2 家庭医生中介平台——“5U家庭医生”商业模式点评
  - (1) 移动医疗服务简介
  - (2) 商业模式解构
  - (3) 商业模式点评
- 6.2.3 药品电商——“康爱多掌上药店”商业模式点评

- (1) 移动医疗服务简介
- (2) 商业模式解构
- (3) 商业模式点评
- 6.2.4 服务专业客户——“杏树林”商业模式点评
  - (1) 移动医疗服务简介
  - (2) 商业模式解构
  - (3) 商业模式点评
- 6.2.5 导医服务平台——“就医160”商业模式点评
  - (1) 移动医疗服务简介
  - (2) 商业模式解构
  - (3) 商业模式点评
- 6.2.6 医患交流平台——“好大夫在线”商业模式点评
  - (1) 移动医疗服务简介
  - (2) 商业模式解构
  - (3) 商业模式点评
- 6.2.7 女性神器——“大姨吗”商业模式点评
  - (1) 移动医疗服务简介
  - (2) 商业模式解构
  - (3) 商业模式点评
- 6.2.8 专业信息平台——“丁香医生”商业模式点评
  - (1) 移动医疗服务简介
  - (2) 商业模式解构
  - (3) 商业模式点评
- 6.2.9 医务工作者的应用——“全科医生”商业模式点评
  - (1) 移动医疗服务简介
  - (2) 商业模式解构
  - (3) 商业模式点评
- 6.2.10 医学文献平台——“睿医文献”商业模式点评
  - (1) 移动医疗服务简介
  - (2) 商业模式解构
  - (3) 商业模式点评

## 第7章：典型商业模式成功经验的借鉴

### 7.1 “客户定位明确”——加多宝商业模式

- 7.1.1 加多宝商业模式解析
- 7.1.2 加多宝商业模式点评
  - (1) 与广药商标争端应吸收的教训
  - (2) 与广药商标争端之后商业模式的变化
  - (3) 与可口可乐的商业模式对比分析

### 7.2 “体验式营销”——百思买商业模式

- 7.2.1 百思买商业模式解析
- 7.2.2 思买商业模式点评
  - (1) 百思买的商业模式在北美取得成功的原因
  - (2) 百思买的商业模式在中国失败的原因
  - (3) 百思买商业模式与苏宁国美模式之比较

### 7.3 “以病患为中心”——明基医院商业模式

- 7.3.1 明基医院商业模式解析
- 7.3.2 明基医院商业模式点评

### 7.4 沃尔玛&宝洁合作共赢商业模式

- 7.4.1 沃尔玛&宝洁合作共赢商业模式解析
- 7.4.2 沃尔玛&宝洁合作共赢商业模式点评
  - (1) 沃尔玛和宝洁实施合作共赢的商业模式的效果
  - (2) “宝洁-沃尔玛模式”带给我们的启示

### 7.5 “产业链重塑”——松江新城泰晤士小镇商业模式

- 7.5.1 泰晤士小镇商业模式解析
- 7.5.2 泰晤士小镇商业模式点评

### 7.6 “1+N”模式——诚品书店商业模式

- 7.6.1 诚品书店商业模式解析
- 7.6.2 诚品书店商业模式点评
  - (1) 弱势的二房东（台北信义模式）

- (2) 文化产业撬动房地产（苏州模式）
- (3) 强势包租公（上海中心模式）
- 7.7 ZARA “快时尚” 商业模式**
  - 7.7.1 ZARA “快时尚” 商业模式解析
  - 7.7.2 ZARA “快时尚” 商业模式点评
- 7.8 “免费” ——谷歌商业模式**
  - 7.8.1 谷歌商业模式解析
  - 7.8.2 谷歌商业模式点评
    - (1) 谷歌商业模式点评
    - (2) 谷歌商业模式与百度商业模式比较
    - (3) google具备完美的商业模式却无法进入中国市场原因分析
- 7.9 第三方经济” ——夸克电影网商业模式**
  - 7.9.1 夸克电影网商业模式解析
  - 7.9.2 夸克电影网商业模式点评
    - (1) 夸克电影网商业模式点评
    - (2) 夸克电影网广告经营模式点评
- 7.10 “高速研发与营销” ——娃哈哈商业模式**
  - 7.10.1 娃哈哈商业模式解析
  - 7.10.2 娃哈哈商业模式点评

## 图表目录

- 图表1: 本报告移动医疗研究范围界定
- 图表2: 移动医疗特点
- 图表3: 移动医疗行业监管部门及职责
- 图表4: 2015-2024年移动医疗行业相关政策与规范
- 图表5: 截至2024年移动医疗行业相关规划
- 图表6: 2019-2024年上半年中国GDP走势图（单位：亿元，%）
- 图表7: 2018-2024年上半年中国城乡居民收入水平（单位：元）
- 图表8: 2024年我国主要宏观经济指标增长率预测（单位：%）
- 图表9: 2017-2024年我国65岁及以上人口数量及占比情况（单位：万人，%）
- 图表10: 男性健康主要问题构成（单位：%）
- 图表11: 女性主要健康问题构成（单位：%）
- 图表12: 全球范围内针对移动医疗服务效果的临床研究（单位：%）
- 图表13: 患者期待移动医疗能够改善的方面（单位：%）
- 图表14: 消费者对移动医疗的付费调查（单位：%）
- 图表15: 2019-2024年居民人均医疗保健支出情况（单位：元）
- 图表16: 2019-2024年中国智能手机出货量规模及趋势（单位：亿部）
- 图表17: 2019-2024年我国互联网普及率变化情况（单位：%）
- 图表18: 2018-2024年我国手机网民规模变化情况（单位：万人）
- 图表19: 2018-2024年移动医疗行业技术专利公开数量（单位：项）
- 图表20: 截至2024年我国移动医疗行业相关专利分布领域（单位：项）
- 图表21: 移动医疗产业所处阶段
- 图表22: 2018-2024年国内医疗行业大数据解决方案市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表23: 2019-2024年中国移动医疗市场规模及预测（单位：亿元，%）
- 图表24: 2019-2024年中国移动医疗健康市场用户规模及趋势（单位：亿人，%）
- 图表25: 2017-2024年中国移动医疗健康应用在手机网民中的渗透率（单位：亿人，%）
- 图表26: 2018-2024年中国可穿戴设备及趋势（单位：亿元）
- 图表27: 我国移动医疗需求市场占比（单位：%）
- 图表28: 我国慢性病发展危害（单位：亿美元）
- 图表29: 2019-2024年我国移动医疗慢性病管理的市场规模（单位：亿元）
- 图表30: 患者对移动医疗的需求分类（单位：%）
- 图表31: 2019-2024年我国移动医疗诊断服务市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表32: 2025-2030年我国移动医疗诊断服务市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表33: 2019-2024年我国移动医疗治疗服务市场规模及预测（单位：亿元）
- 图表34: 2025-2030年我国移动医疗治疗服务市场规模预测（单位：亿元）

- 图表35: 移动医疗行业主要参与主体
- 图表36: 中国主流移动医疗APP介绍
- 图表37: 移动医疗价值定位核心原则
- 图表38: 2018-2024年中国移动医疗领域投融资数量规模 (单位: 件, %)
- 图表39: 2024年中国移动医疗领域投融资轮次分布情况 (单位: 件, %)
- 图表40: 2024年部分移动医疗领域融资案例
- 图表41: 未来五年我国移动医疗市场各参与主体市场份额预测 (单位: %)
- 图表42: 移动医疗新进入者服务案例分析——SARI的高血压监护项目
- 图表43: 移动医疗新进入者服务案例分析——睿医的医学文献应用软件
- 图表44: 移动医疗新进入者服务案例分析——四维医学科技的远程心电图诊断
- 图表45: 商业模式框架图
- 图表46: 移动医疗行业盈利公式
- 图表47: 移动医疗行业商业模式构建流程
- 图表48: 面向医院的移动医疗应用
- 图表49: 用户对移动医疗的需求分类
- 图表50: 消费者对移动医疗的期待分类及比例 (单位: %)
- 图表51: 消费者对移动医疗服务的选择和付费程度 (单位: %)
- 图表52: 消费使用移动医疗服务的阻碍 (单位: %)
- 图表53: 医生对移动医疗的期待分类及比例 (单位: %)
- 图表54: 医生对改善与医院互动服务的选择 (单位: %)
- 图表55: 医生对改善与患者互动服务的选择 (单位: %)
- 图表56: 消费者对接受移动医疗服务的形式选择 (单位: %)
- 图表57: 基于付费主体的移动医疗盈利模式分类
- 图表58: 移动医疗服务应用商运作要点
- 图表59: 现阶段中国移动医疗应用盈利模式
- 图表60: 2025-2030年中国移动医疗面向患者收费市场规模预测 (单位: 亿元)
- 图表61: 2025-2030年中国移动医疗面向医院收费市场规模预测 (单位: 亿元, %)
- 图表62: 2025-2030年中国移动医疗面向医生收费市场规模预测 (单位: 亿元)
- 图表63: 2025-2030年中国移动医疗面向药企收费市场规模预测 (单位: %, 亿元)
- 图表64: 2025-2030年中国移动医疗面向研发机构收费市场规模预测 (单位: 亿元)
- 图表65: 2025-2030年中国移动医疗面向保险公司收费市场规模预测 (单位: 亿元)
- 图表66: 移动医疗行业不同参与主体的核心资源分析
- 图表67: 2017-2024年全球移动医疗健康市场规模及预测 (单位: 亿美元, %)
- 图表68: 2024年全球主要国家移动医疗产业市场规模 (单位: 亿美元)
- 图表69: 全球移动医疗市场需求分布情况 (单位: %)
- 图表70: 亚太地区主要国家移动医疗产业市场份额 (单位: %)
- 图表71: 2024年全球移动医疗市场规模及所占比重 (单位: 亿美元, %)
- 图表72: 移动医疗产业链规模 (单位: 亿美元)
- 图表73: 杏树林旗下产品
- 图表74: 在线问诊的服务形式
- 图表75: “就医160”
- 图表76: 自我血糖血压监测主要运营流程
- 图表77: 优加利企业的心脏实时监护网络
- 图表78: 国内三大移动运营商提供的移动医疗服务
- 图表79: 移动医疗短信服务的主要运行模式
- 图表80: 未来用户接受短信移动医疗服务意愿 (单位: %)
- 图表81: 移动互联网医疗将成主要服务方式 (单位: %)
- 图表82: 中国移动医疗器械行业存在的问题
- 图表83: 中国移动医疗设备关注度 (单位: %)
- 图表84: 中国移动医疗客户需求细分市场分析 (单位: %)
- 图表85: 现阶段医院移动医疗提供的服务
- 图表86: 移动医疗语音服务现在和未来的接受意愿 (单位: %)
- 图表87: 移动医疗模式看病的医生无处不在
- 图表88: 现阶段医院IT方案提供商提供的服务
- 图表89: 现阶段国内主要医院IT方案提供商提供的服务
- 图表90: 消费者数据搜集与整合的作用
- 图表91: 医生对远程数据处理和诊断内容的认可度图 (单位: %)
- 图表92: 医生对远程数据处理和诊断的支持度 (单位: %)
- 图表93: 苹果HealthKit应用

- 图表94: 三星健康追踪腕带Simband
- 图表95: 中国移动医疗APP主要分类
- 图表96: 中国移动医疗APP现有的盈利模式
- 图表97: 移动医疗APP完美用户体验流程
- 图表98: 移动医疗用户体验的决定要素
- 图表99: 目前全球移动医疗APP企业可持续的盈利模式分析
- 图表100: 互联网企业移动医疗客户认知性调查
- 图表101: 百度“北京健康云”项目三层架构图
- 图表102: 阿里医疗领域布局
- 图表103: 支付宝“未来医院”项目
- 图表104: 阿里医疗投资统计(单位: 万元、亿元)
- 图表105: 腾讯医疗领域布局
- 图表106: 腾讯医疗投资统计(单位: 万元、亿元)(一)
- 图表107: 腾讯医疗投资统计(单位: 万元、亿元)(二)
- 图表108: 四维科技商业模式解构
- 图表109: 新元素收入来源
- 图表110: 新元素商业模式解构
- 图表111: 中卫莱康商业模式解构
- 图表112: 优加利商业模式解构
- 图表113: 春雨医生发展历程
- 图表114: 春雨掌上医生商业模式解构
- 图表115: 5U家庭医生商业模式解构
- 图表116: 康爱多掌上药店商业模式解构
- 图表117: 杏树林商业模式解构
- 图表118: 就医160商业模式解构
- 图表119: 好大夫在线商业模式解构
- 图表120: 大姨吗商业模式解构
- 略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: [service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!