



2016Q2中国移动医疗健康市场监测报告

2016Q2 China Mobile Health Market Research Report

(内部精简版)



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group





研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与移动医疗用户进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.57亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

目录

- 1 2016Q2中国移动医疗健康市场行业发展动态
- 2 中国医疗行业整体分布情况
- 3 2016Q2中国移动医疗健康用户行为分析
- 4 中国移动医疗健康医生社交应用细分市场分析
- 5 2016年中国移动医疗健康市场发展现实困境与趋势预测

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2016Q2中国移动医疗健康 市场行业发展动态



中国移动医疗健康市场发展动态



2014移动医疗元年

BAT、资本市场、创业者、医药企业纷纷进入移动医疗行业，并着手构建一条完整的移动医疗生态产业链。

2015爆发期

2015移动医疗市场爆发式发展，资本投资狂热，移动医疗厂商花重金抢占市场，积累用户。但盈利模式未提上日程，效果式微。



2016年渐趋稳定

2016年，市场趋于稳定，仍有发展空间，移动医疗公司仍在爬坡，探索盈利模式成关键，细分市场或成突破重点，但资本市场投资速度明显下降。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

中国移动医疗健康市场发展动态

4月26日，国务院办公厅发布了关于印发深化医药卫生体制改革2016年重点工作任务的通知：《深化医药卫生体制改革2016年重点工作任务》，提出要推进卫生信息化建设、加快发展健康服务业等举措，对在线支付、预约诊疗等方面利好颇多。



深圳近日开展医疗保险移动支付试点，目前共17家医院参加，试点工作由人社局联合支付宝、微信、平安壹钱包等移动支付平台，通过绑定医保卡，完成挂号、缴费、取报告等一系列支付流程。后期有望在各大城市推进医保的移动支付。

据国家卫生计生委副主任金小桃6月17日介绍，近年来，中国医疗卫生行业IT市场年增长率保持在14%以上，移动医疗市场增速高达20%以上，已具有丰富的健康医疗大数据应用发展实践，正形成加快发展的工作基础。



中国移动医疗健康市场发展动态

投融资持续：移动医疗公司的商业估值还处爬坡状态，仍有发展前景，但增速较前两年已有所放缓，资本市场投资速度已然下降。

01 健康咨询管理

5月19日，中国平安旗下“平安好医生”完成5亿美元A轮融资

02 高端私立就诊

5月23日“育果医生”获得数千万人民币A+轮融资

03 健康咨询

5月26日，成立仅4个月的“360健康”完成1亿人民币A轮融资

04 中医医生集团

5月29日“甘草医生”完成千万级人民币融资

05 患者用药

6月16日“智慧药箱”获得600万元人民币天使轮投资

06 医生众创平台

6月18日，医生众创平台“杏香园”获得亿元A轮融资

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

移动医疗应用垂直细分市场

移动医疗健康市场里的各类应用可按功能与受众的不同，分为医生社交、预约挂号、问诊咨询、医药服务、资讯文献以及其他细分功能类应用。



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

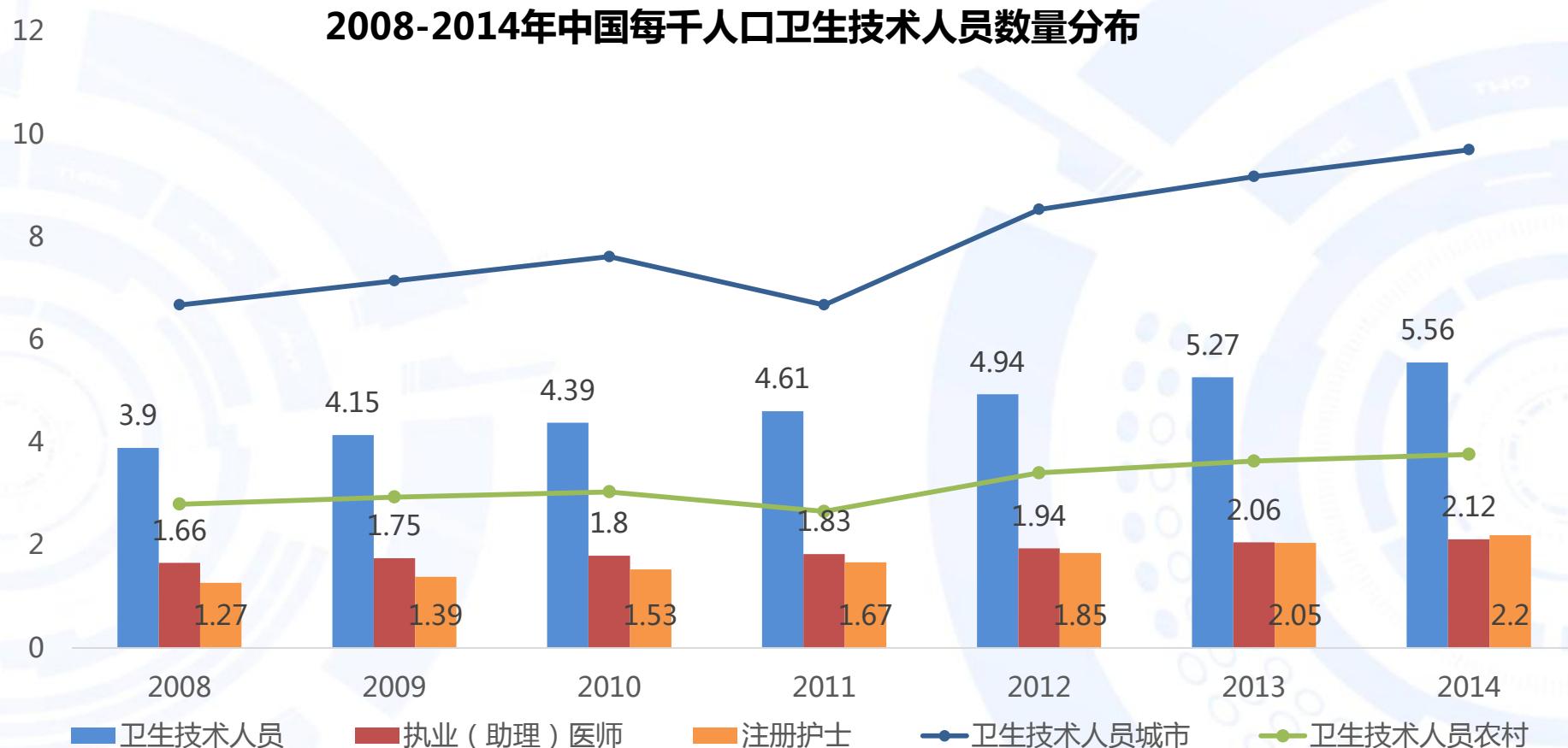
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

中国医疗行业整体分布情况



中国每千人口卫生技术人员

据公开数据显示，2014年底，我国总人口136782万，平均每千人口享有5.56个卫生技术人员，卫生技术人员需求空间大。同时，城乡差距显著，城市人口每千人卫生技术人员明显高于农村。



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

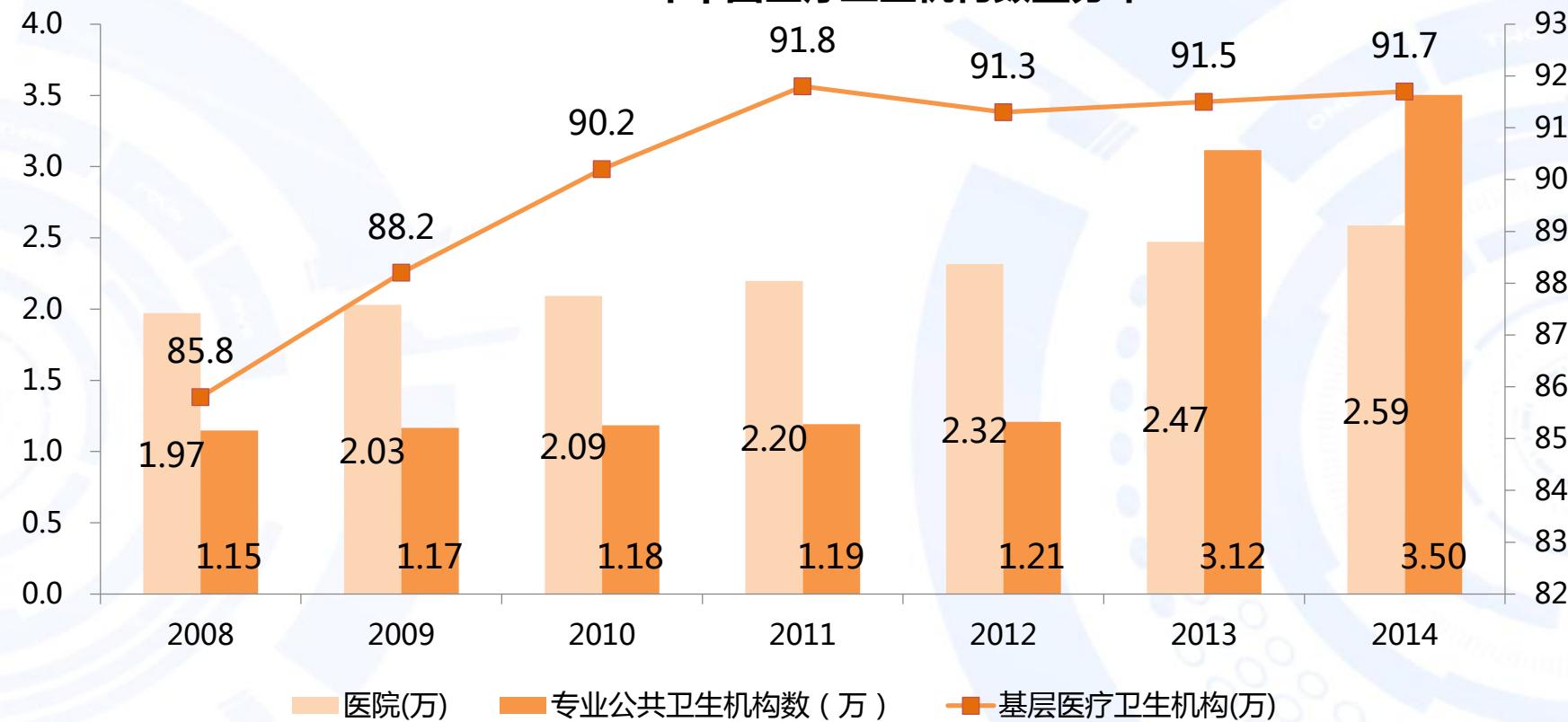
数据来源：2015中国统计年鉴

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

中国医疗卫生机构数

公开数据显示，中国现有医疗卫生机构98万个，其中医院2.59万个，仅占2.6%，专业公共卫生机构3.5万个，基层医疗卫生机构91.7万个，占94%。体现出我国现有医疗卫生机构虽数量多、规模小，但高水平、规模化的大型医院数量远未与大众的就医需求项匹配。

2008-2014年中国医疗卫生机构数量分布



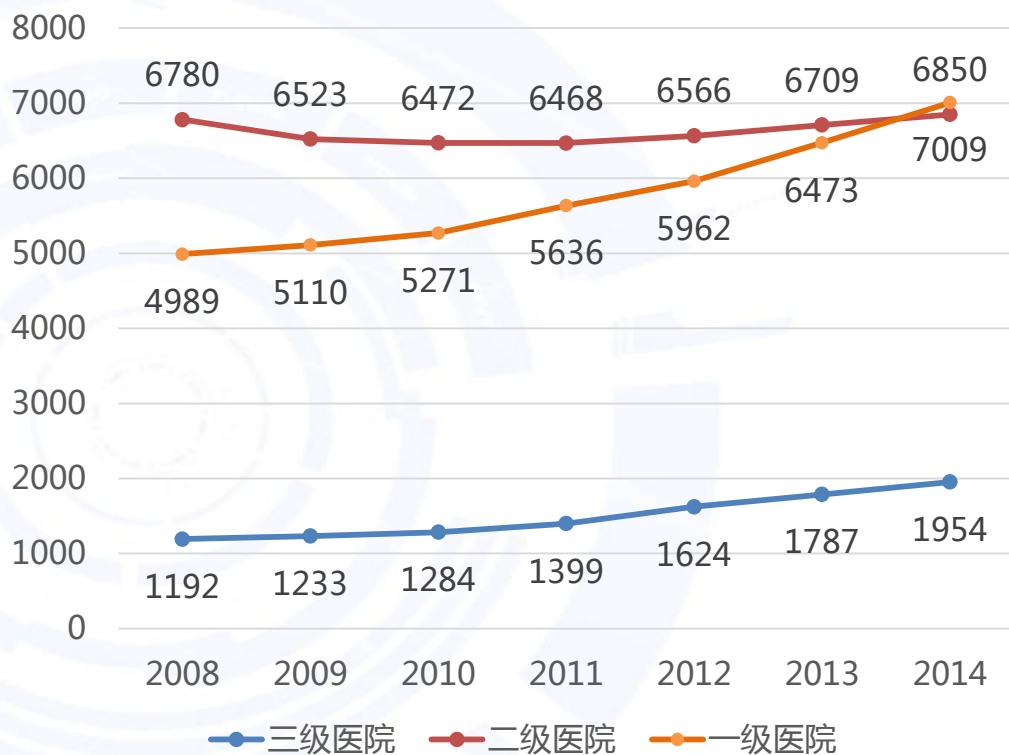
艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：2015中国统计年鉴

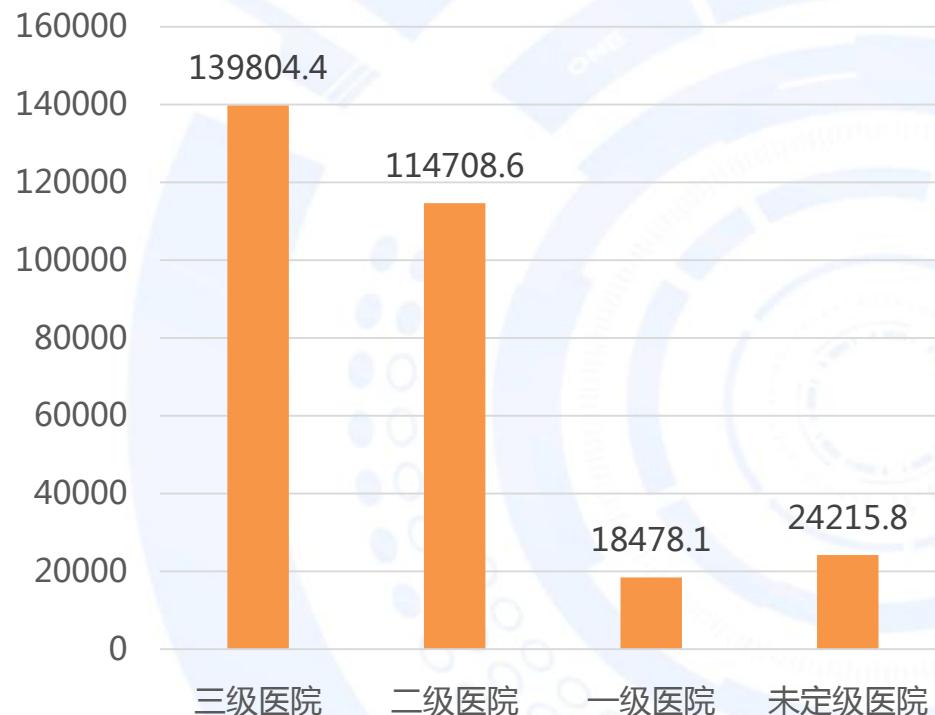
中国医院等级情况

公开数据显示，按医院等级分类看，三级医院数量最少，仅1954家，未定级医院数量最多，以2014年为例，未定级医院是三级医院的5倍。医院资质分布不均，优质医院数量较少。从诊疗人次来看，三级医院诊疗人次居首，一级医院和未定级医院相对较少。对比各等级医院数量可知，虽大力提倡分级诊疗，但患者仍大量集中在三级医院就诊。

2008-2014年中国各等级医院数量分布



2014年中国各等级医院诊疗人次分布



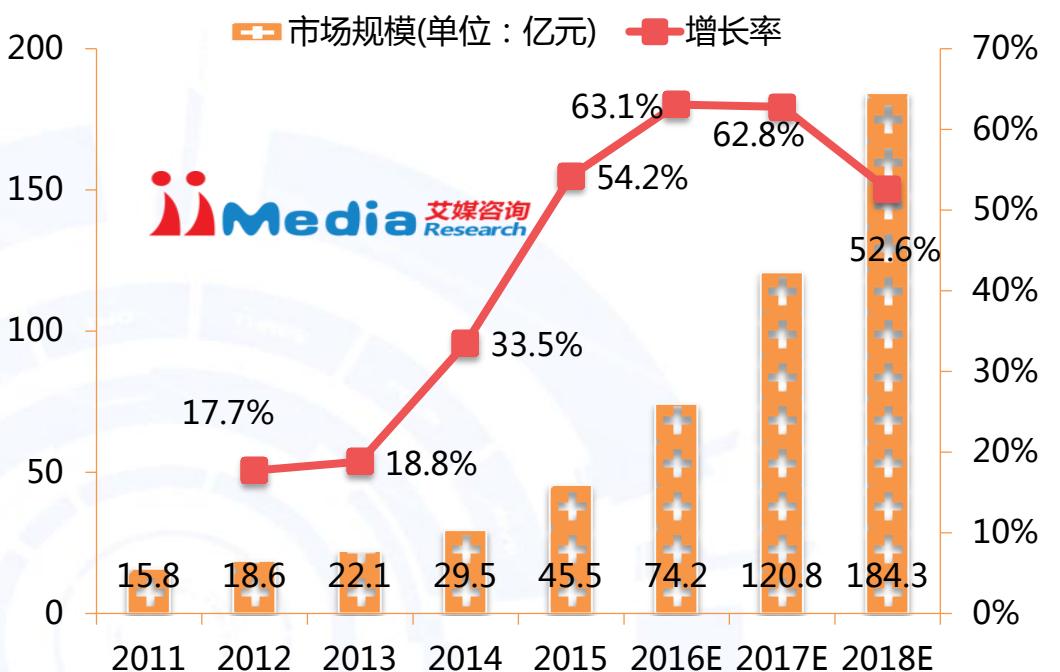
艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：2015中国统计年鉴

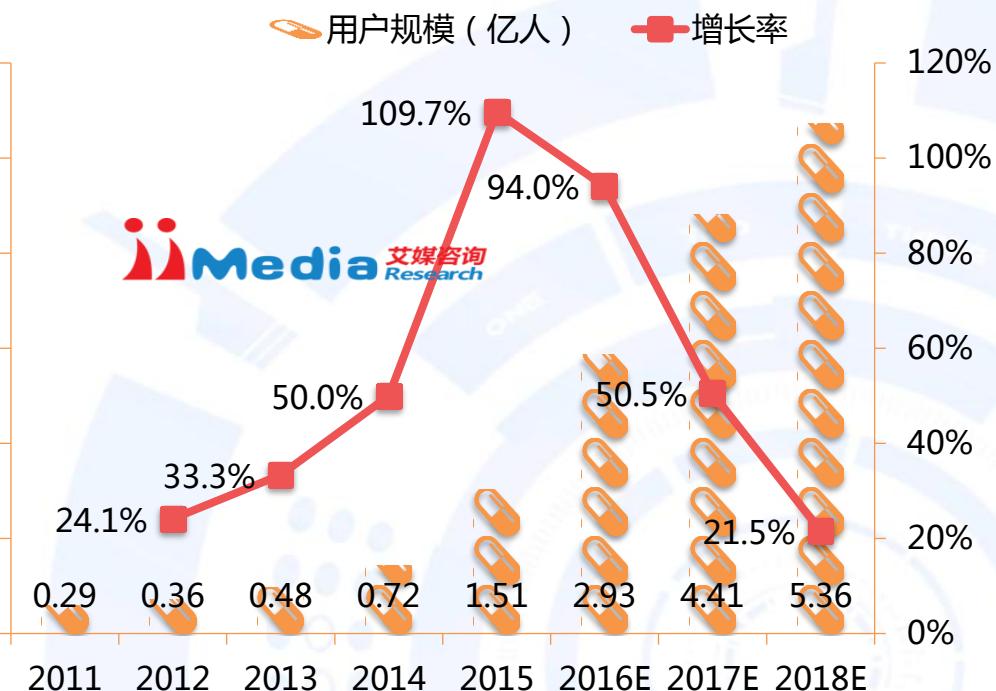
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

中国移动医疗健康市场规模与用户规模

2011-2018中国移动医疗市场规模及预测



2011-2018年中国移动医疗用户规模及预测



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年底，中国移动医疗健康市场规模预计将会达到74.2亿元，用户规模预计将接近3亿人。随着移动医疗从1.0到2.0的转型，中国移动医疗不管在技术、商业模式等方面将迎来全面升级，移动医疗用户也将享受到行业带来的更大红利。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research；艾媒北极星（截止2016年8月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.23亿独立装机覆盖用户行为监测）

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

中国医疗行业整体分布对移动医疗发展的影响

通过统计年鉴对于中国医疗行业的数据展示，艾媒咨询分析师认为当前中国医疗行业存在以下现状：1.人均享有医护人员数低，且农村、城市不均衡，2.大型优质医院少，绝大多数为基层卫生机构，3.少量三级医院却诊疗多数患者，4.医护人员学历和职称不高。



医护人员培训、科研需求旺盛

医护人员平均学历和职称不高，在体制内的医院，往后需要晋升不仅需要临床经验，还需要学术科研。

移动医疗可以提供医护人员进修机会，包括学术文献的免费获取，尤其是外文文献，其次还有临床经验共享和培训。



移动医疗助力分级诊疗

当前国内中国医疗卫生机构中绝大部分为基层医疗卫生机构，规模小，水平低。后期移动医疗将助力基层医疗机构实现与大型医院的资源对接，进一步促进分级诊疗的实施。另外，随着移动互联网技术的发展，实时视频技术的成熟，未来视频实时诊疗或将得到更广泛的应用，成为分级诊疗的重要辅助力量。



多点执业、患者分流，使医疗资源更均衡

我国每千人口享有卫生人员数量低，且主要集中在城市地区，体现出农村、城市的资源不均等。患者就医，大病小病都往三级医院挤占资源，导致三级医院虽数量最少，但诊疗人次最多。移动医疗可接入医生集团及优质民营医院资源，提供医生就诊服务，实现患者分流，医生多点执业。同时农村市场是移动医疗开发蓝海，医疗资源均衡将借助移动医疗得以实现。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2016Q2中国移动医疗健康 用户群体分析

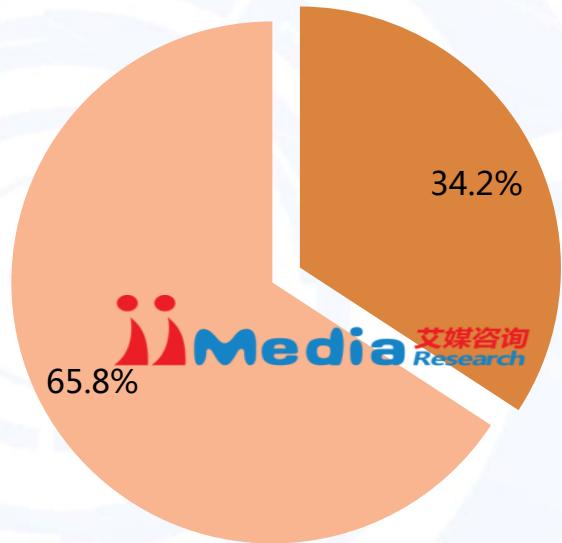


移动医疗健康用户渗透率超三成

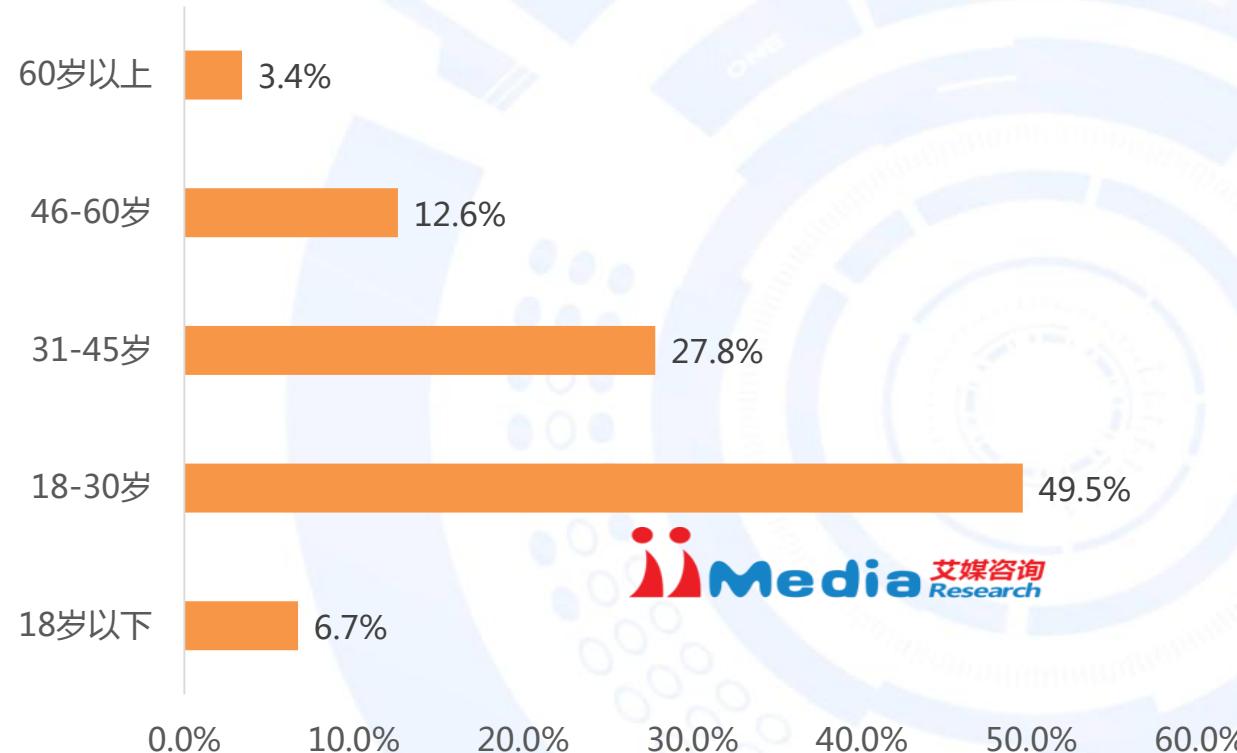
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示 , 2016Q2 移动医疗应用在中国手机网民群体中的渗透率为 34.2% 。在中国移动医疗用户的年龄分层中 , 当前用户年龄段主要集中在 18-45 岁中青年阶段 , 与我国手机网民年龄段分布规律基本相符。

2016Q2 中国手机网民移动医疗

产品使用渗透率



2016Q2 中国移动医疗用户群体年龄分布情况



艾媒咨询集团 - 全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

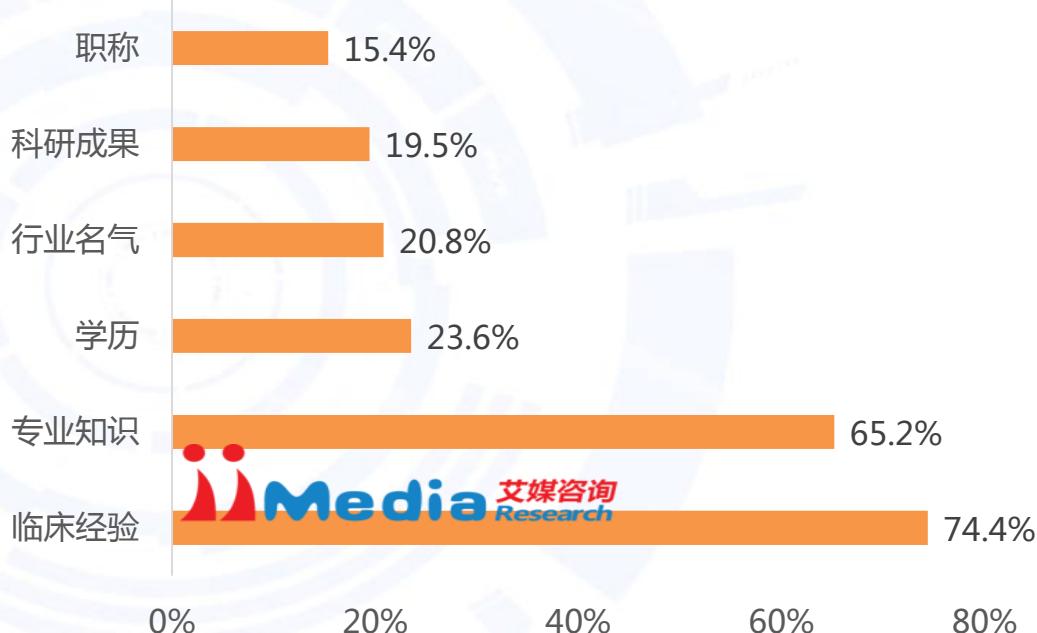
数据来源 : iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

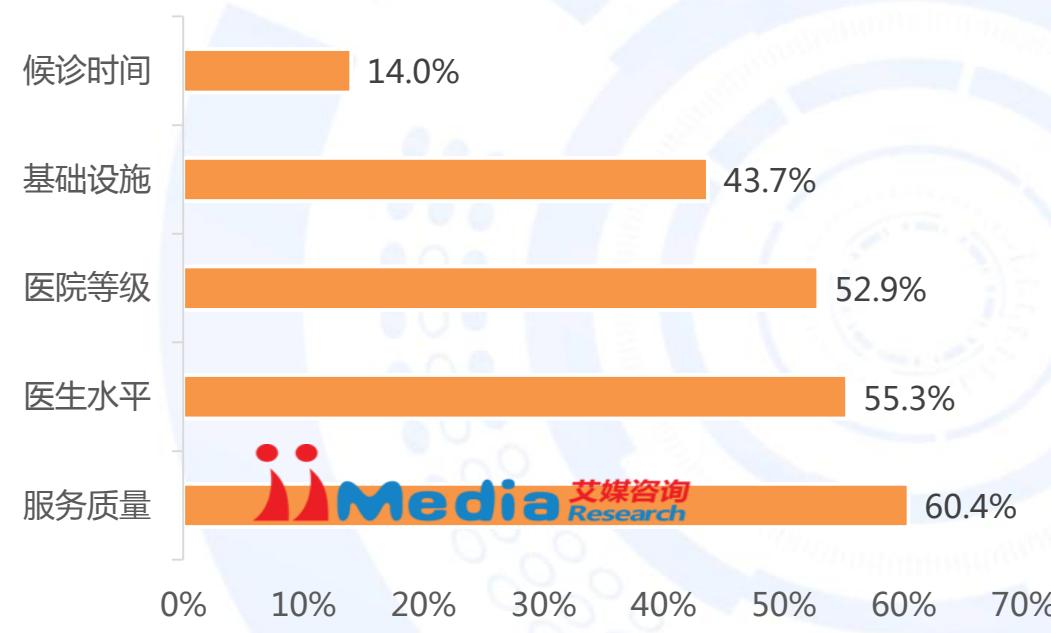
用户更注重移动医疗平台医生临床经验和医院服务质量

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示 , 中国移动医疗用户在使用医疗应用选择医生时 , 74.4% 的用户主要注重医生的临床经验 ; 而在使用医疗应用选择医院就诊时 , 超过一半的用户注重医院的服务质量以及医生水平和医院等级。艾媒咨询分析师认为 , 移动医疗虽然便利和丰富了用户在对接医疗的渠道 , 但信息上的不对称 , 也让用户在网络上更加注重实践相关信息 , 多以医生以及医院的实际服务质量来进行选择判断的依据。

2016Q2中国移动医疗用户在移动医疗应用
选择医生注重指标分布



2016Q2中国移动医疗用户在移动医疗应用
医院注重指标分布



艾媒咨询集团 - 全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

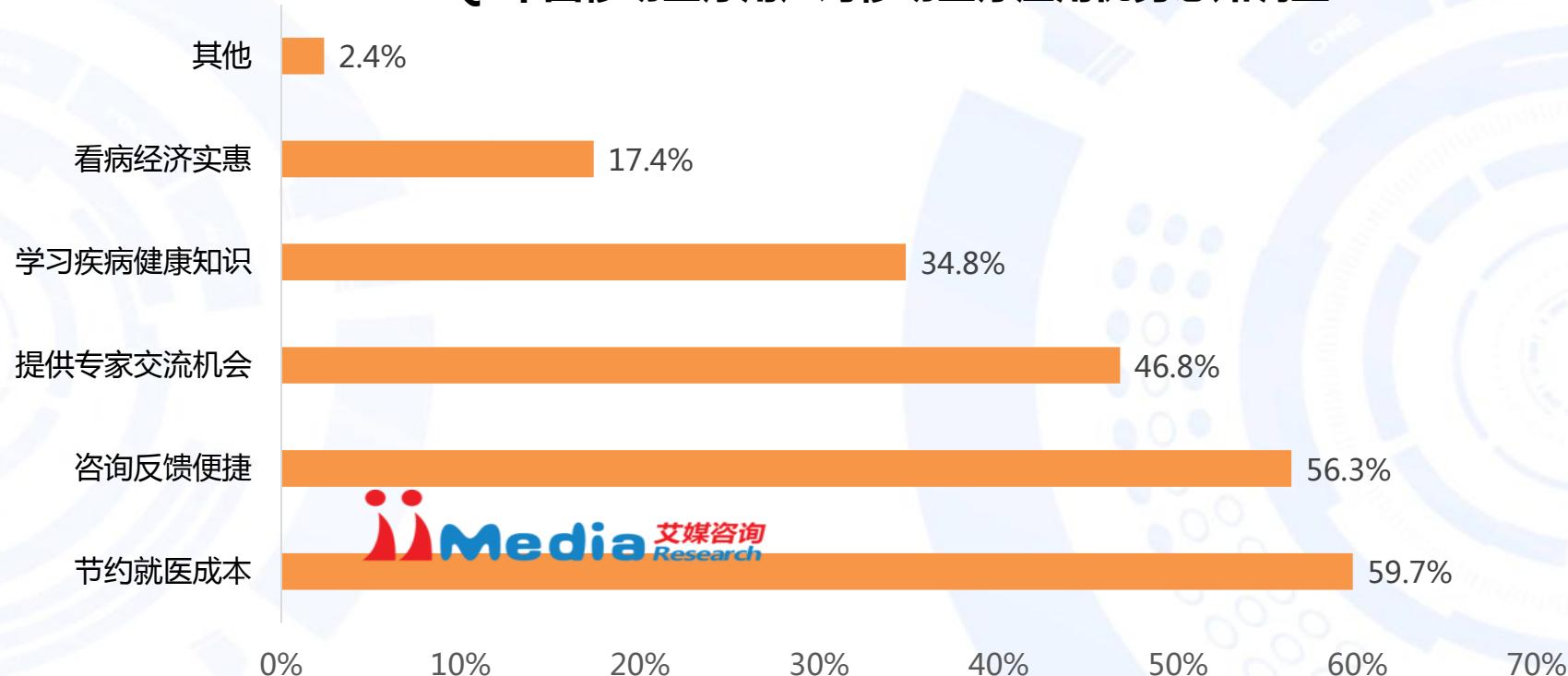
数据来源 : iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

移动医疗健康红利或即将到来

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示 , 2016Q2 , 中国移动医疗用户认为与传统医疗就诊程序相比 , 移动医疗所具有的优点主要为节约就医的时间成本 , 占比 59.7% ; 在咨询问题回复的快捷度、针对性 , 提供专家交流机会及自主学习疾病健康知识选项 , 占比也相对较高 , 分别达 56.3% , 46.8% 和 34.8% 。艾媒咨询分析师认为 , 移动医疗应用在看病实惠度方面尚未带给用户真切体验 , 未来移动医疗与医保和商业保险对接后 , 用户有望享受到移动医疗行业发展带来的红利。

2016Q2中国移动医疗用户对移动医疗应用优势感知调查



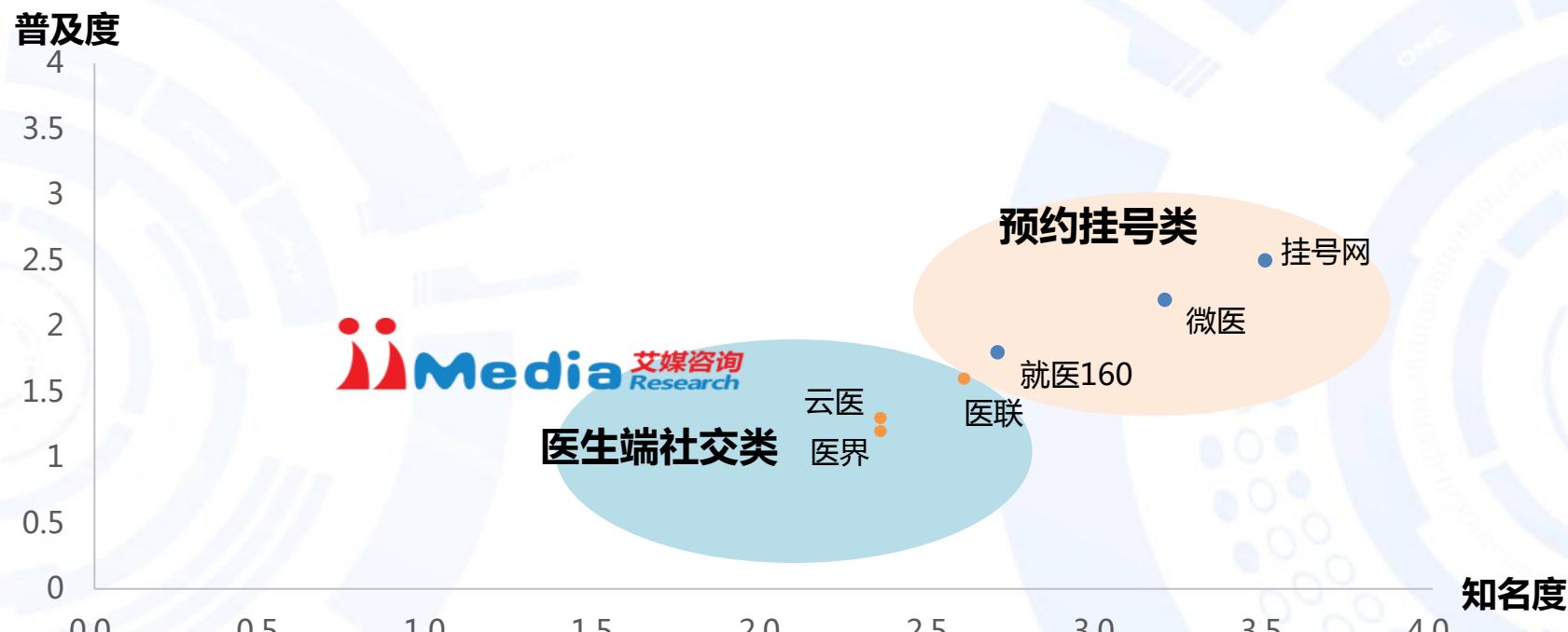
艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源 : iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

中国移动医疗垂直领域应用普及度与知名度排行

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在预约挂号类垂直领域应用普及度与知名度排行当中，挂号网在用户群体中普及率相对较高，知名度同样处于领先地位。在医生社交领域，医联在排名中稍微占有，但总体优势较小，由此也表明当前市场竞争激烈，市场格局仍有巨大变数。从两个领域的普及情况以及知名度排行分布中可以得出，医生社交由于在使用群体上有更精准的细分，行业整体的普及率落后于预约挂号类应用。



注：本报告内对各细分领域的应用摘取排序，不代表细分领域内全部应用。

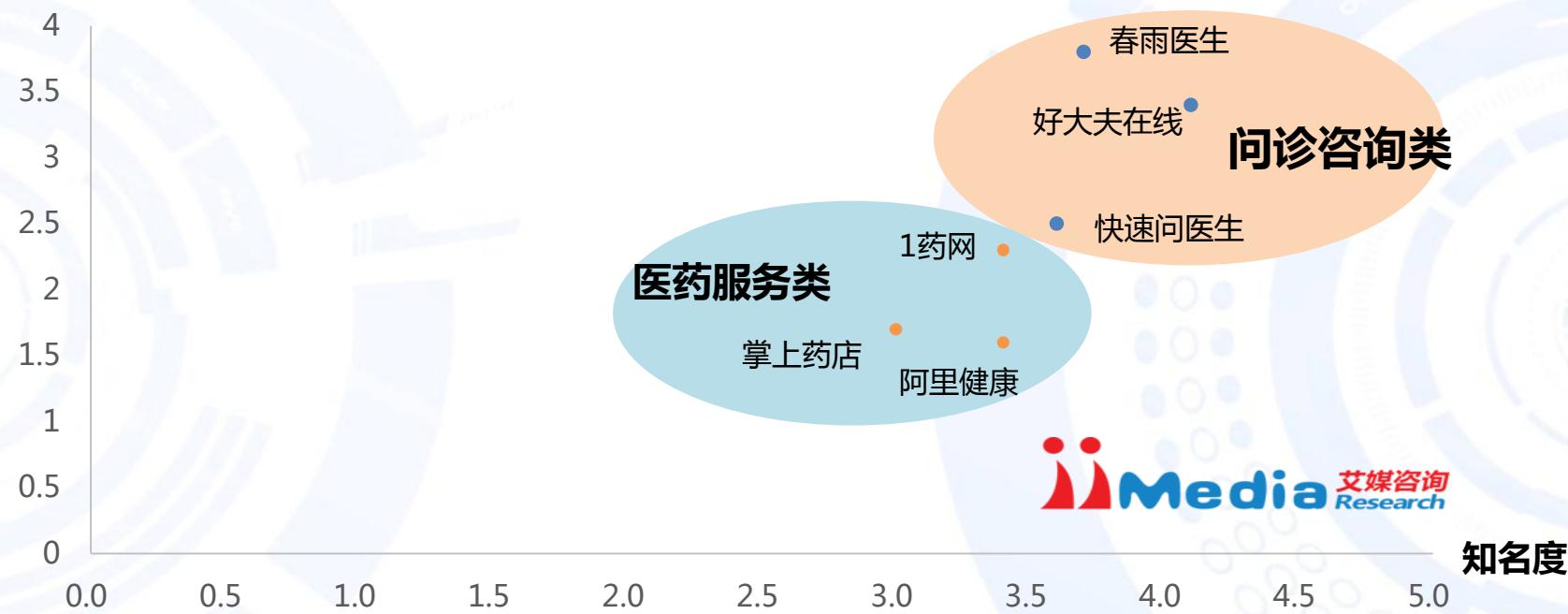
艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

中国移动医疗垂直领域应用普及度与知名度排行

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在问诊资讯类垂直领域应用普及度与知名度排行当中，春雨医生在用户群体中普及率相对较高，而好大夫在线的知名度则领先与其他应用。相比于问诊咨询类应用，医药服务类应用在整体普及率上处于落后。艾媒咨询分析师认为，问诊咨询类应用本身起步时间较早，行业扎根时间较长。另外，对于医药服务领域，尤其是医药电商方面，在国家进一步明确政策出台之前，行业内的各个厂商和平台也只能“亦步亦趋”。**普及度**



注：本报告内对各细分领域的应用摘取排序，不代表细分领域内全部应用。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

中国移动医疗垂直领域应用普及度与知名度排行

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，目前在移动医疗其他细分市场，美柚等应用凭借在垂直服务打造的优势，已逐渐完成初始用户的积累。在文献资讯类应用方面，由于大众在专业需求上稍低，导致其普及度相比其他领域处于较低水平。但文献资讯类应用作为几大移动医疗巨头生态布局的关键一环，将为厂商的发展提供重要的支撑。



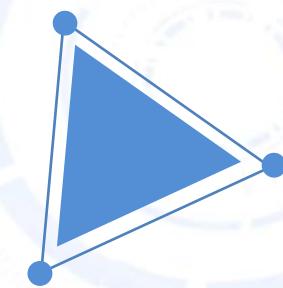
注：本报告内对各细分领域的应用摘取排序，不代表细分领域内全部应用。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

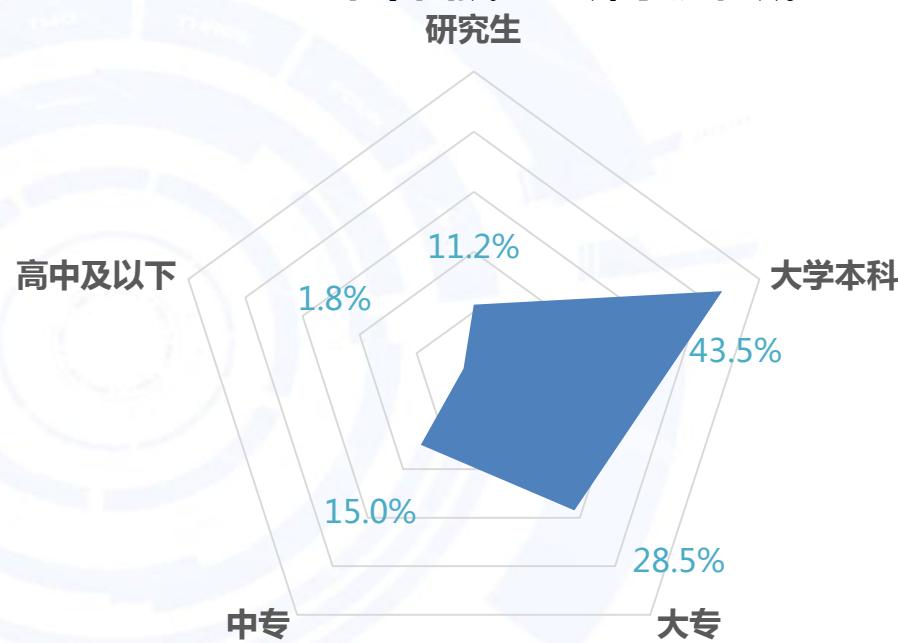
中国移动医疗健康 医生社交应用细分市场分析



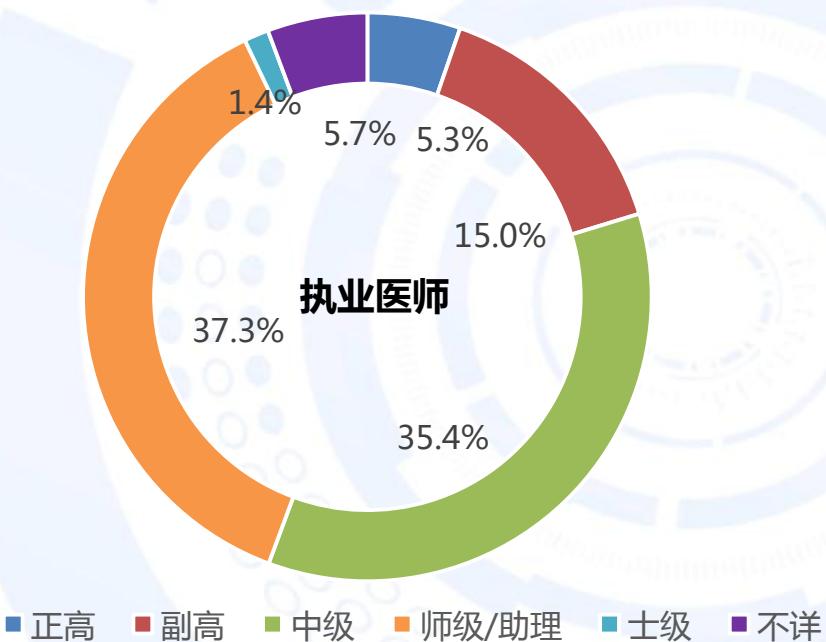
中国执业医师素质

公开数据显示，中国执业医师学历集中在大学本科和大专，占比分别为43.5%和28.5%；在职称构成方面，执业医师主要是师级/助理或中级。艾媒咨询分析师认为，当前国内执业医师学历、专业能力提高的需求上有较大潜力。基于国内医疗体系，执业医师在职称提升上受到严格把控。未来随着国内执业环境的开放以及移动医疗技术的逐步完善，医生群体的个人品牌升值的需求将被进一步激发。

2014年中国执业医师学历构成



2014年中国执业医师职称构成



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：2015中国统计年鉴

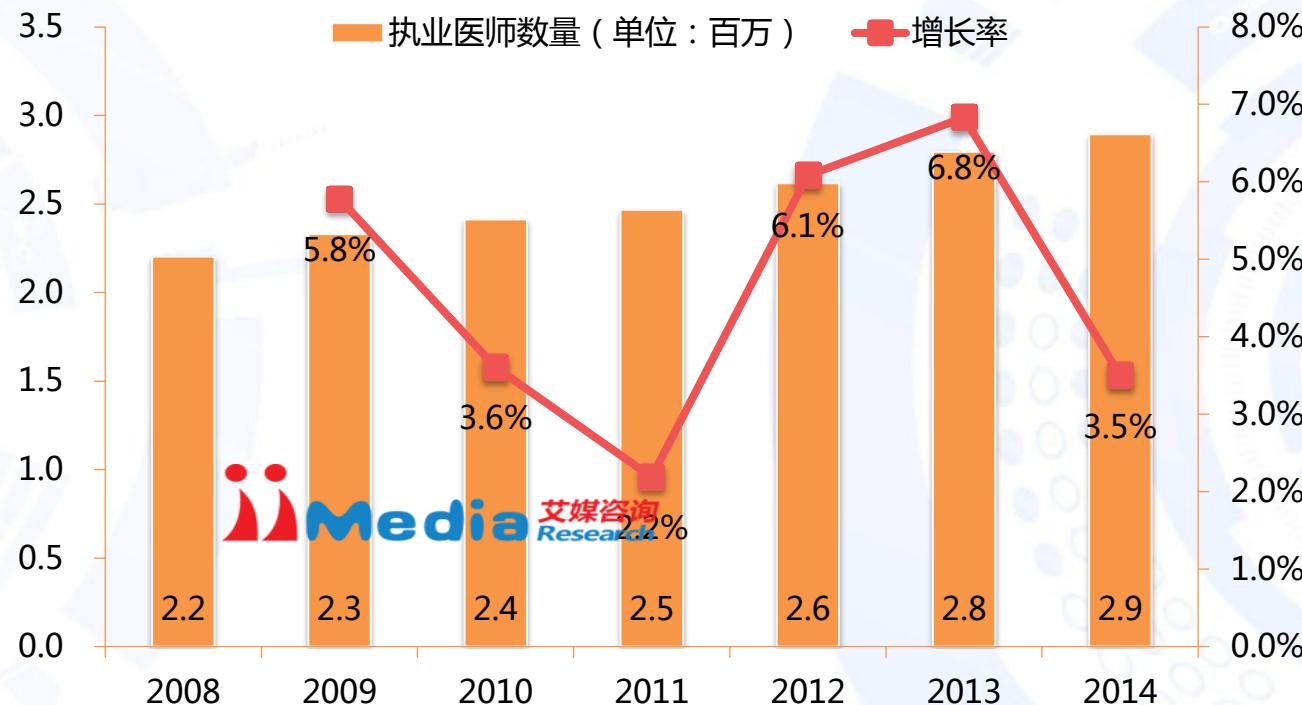
CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



中国执业医师与注册护士数量

公开数据显示，中国执业医师近年来增速有所减缓。随着就业形势日益严峻和医改的推进与逐步深化，医务人员的就业环境逐渐发生变化，医生群体面临越来越多的挑战。艾媒咨询分析师认为，国内医疗就业环境的下滑有效刺激移动医疗行业的发展。随着移动医疗在医患沟通、医生社交等细分领域的发展，医生群体执业环境也将得到有效改善。

2008-2014中国执业医师数量



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

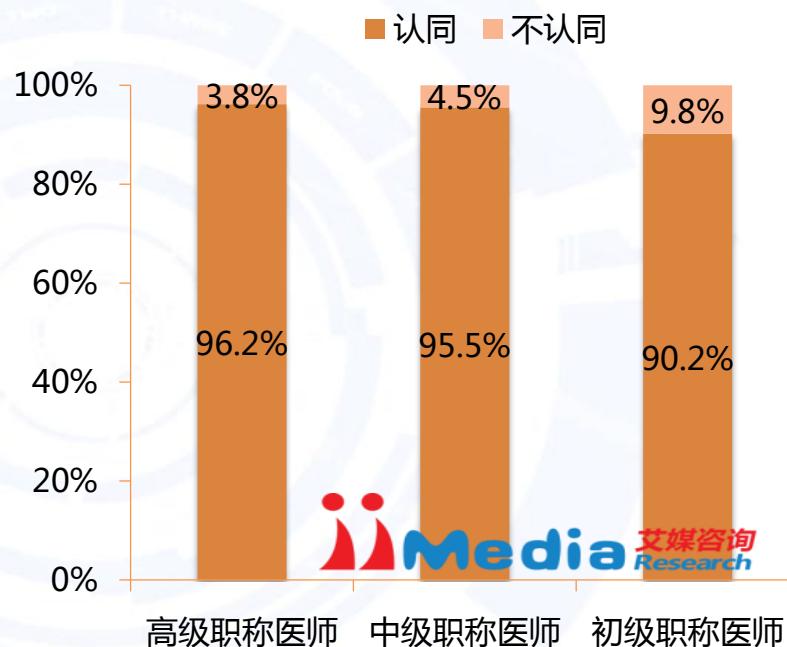
数据来源：2015中国统计年鉴

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

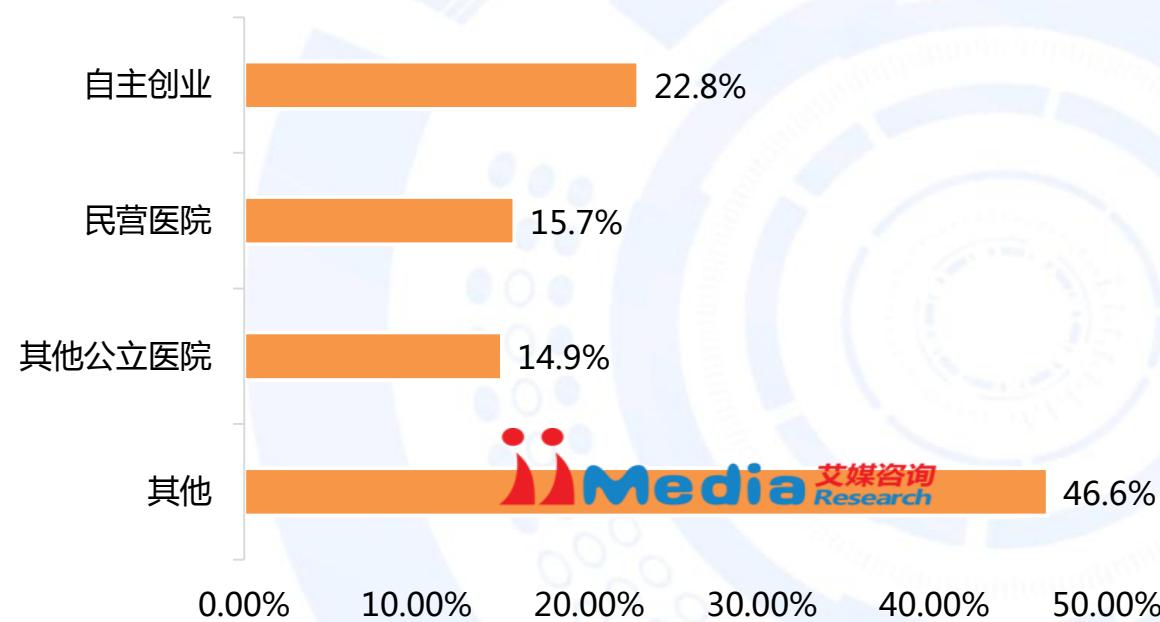
中国执业医师面临巨大压力，离职首选自主创业

公开数据显示，高级、中级、初级职称医师认同医生属于高风险执业群体的比例分别为96.18%、95.51%、90.18%。在既往的12个月里，有34.1%的执业医师有过离开公立医院的意向，在离职后职业发展方向的选择上，选择“自主创业”的最多，为22.84%。艾媒咨询分析师认为，移动医疗应用市场的快速发展一定程度上缓解了医生群体的就业压力，为其带来了更大的选择空间。

医生职业群体是否高风险



有意离职执业医师跳槽后方向选择



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：《中国执业医师生存与发展2015蓝皮书》

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

移动医疗医生端应用市场概况



帮助医生管理患者信息，与患者及时沟通，提供随诊、跟踪等服务，减少医患冲突，改善医患关系，提高医疗服务的效率和质量。此类应用发展时间较长，优势差异明显。



提供医学界资讯如行业最新进展、重大新闻、专家讲座、病例讨论等，和用于提升医务人员技能的医疗知识、帮助医学专业学生的考试课程等。此类医生端应用数量市场占比比较大，同质化较为严重。



为医生群体提供信息交流平台，方便医生对病例进行话题讨论、疑难解答、沟通学术知识和分享经验等，还可发布个人观点，休闲娱乐，缓解工作压力。目前市场占比较低，却颇受资本市场青睐。

移动医疗医生端应用市场分析

移动医疗医生端应用用户群体主要针对医护人员及医学专业学生，主要功能在于帮助医生管理患者信息、与患者实时沟通，以及在碎片化时间实现学习与交流的需求。



医患管理



杏仁医生 医生版



贝贝壳医生版



平安好医生



春雨诊所



病历来



贴心医生



医客



医疗资讯



医生站



医口袋



好医生



杏树林医学文献



白天使公开课



医库



临床执业医师



医生社交



医联



医脉通



云医



医界



丁香客



Figure 1



医小护

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

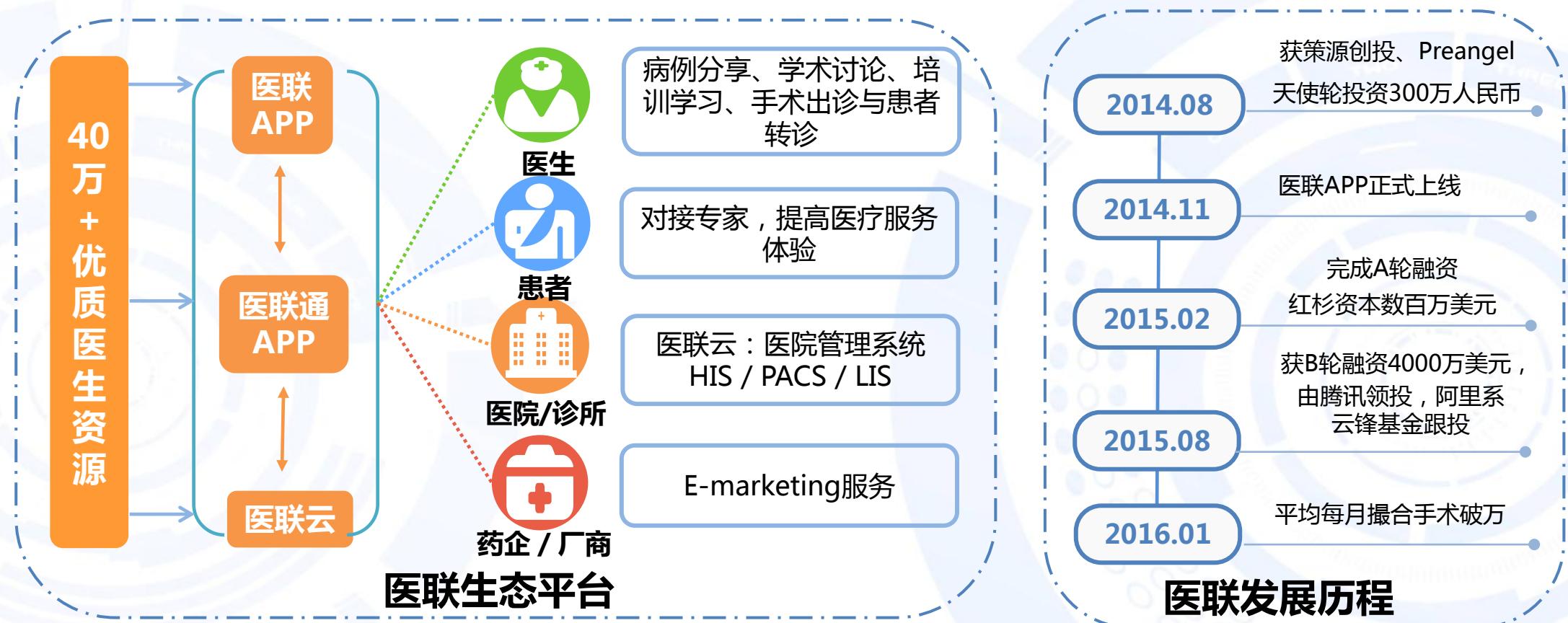
数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



医生端社交类应用案例分析——医联

医联旗下包含医联APP、医联通APP、医联云等多个系统或平台，专注于为中国医生提供全方位、个性化的医疗服务。据医联公开资料显示，医联目前拥有40多万名实名认证医生用户，主治职称及以上的医生占比为75%，三甲医院医生23万，累计沉淀病例13万。医联依托优质医生资源，从医生社交平台向重症诊疗平台转变，构建医疗生态平台。



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



医生端社交类应用案例分析——医联

医联通APP

转诊业务

基层或民营医疗机构发送转诊需求后，医联在平台进行机构及医生匹配。将患者从基层医疗机构转诊到上层医疗机构或三甲医院。助力国家分级诊疗政策。

出诊业务

基层或民营医疗机构发送手术出诊需求后，医联在平台进行出诊医生匹配。将优质三甲医院专家，引流至基层或民营医疗机构，进行出诊业务。助力医生多点执业政策。

据医联公开数据表明，目前医联已实现月均匹配医生转诊业务超过5000例；月均匹配医生出诊手术超过15000台。医联模式有效解决中国医疗资源分配不均，助力国内分级诊疗建设、医生多点执业已卓有成效。

多点（自由）执业



视频

手术直播

医联拥有医学会议直播团队、标准化手术视频制作团队。自2016年5月21日（3.2版本）上线至今，已制作手术视频、专家讲座视频、会议视频近万部。

医联推出首档临床医学培训节目《极限会诊》，节目通过邀请国内医学专家同台讨论热门病例，打造创新的医学培训模式。首播时段观看人数超过2万人，同时在线人数超过8千人。

视频直播

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：2015中国统计年鉴

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



医生端社交类应用案例分析——云医

云医是以服务为基础、以交流为手段，为医生扩大人脉圈、分享学习经验的垂直社交平台。云医主要针对医护人员和在校医学生进行设计，实名注册后可使用文献下载、病例讨论等功能。



定位

01

医护和医学生实名交流圈，
纯净的医护交流学习平台



细分功能

02

永久免费医学文献
随时随地同行交流
极具价值病例讨论
纯净安全同行圈子

2014年

程李涛创业推出了产品“云医”

2015.1

青山资本/梅花天使创投300万

正在A轮融资中

计划融资1000~1500万人民币

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



医生端社交类应用案例分析——云医



垂直社交平台：云医需注册使用，注册后，需通过实名制和医生资质双重认证，主要用户偏向医护人员，医学生也可注册使用。

01

文献下载

云医支持检索和免费下载医学文献，不仅可以在应用上查看全文，还可以一键发送到邮箱。

02

深度问答与病例讨论

云医推出病例讨论、深度问答栏目，邀请顶尖医院、不同科室的专家进行答疑讨论。

03

医资讯

医资讯主要围绕医疗行业业内新闻报道和推送功能，在这里可以第一时间掌握行业资讯。

04

圈子

通讯录板块，医生通过查找功能可按区域搜索全国各地的同行，申请为好友，待对方同意后即可进行即时在线交流。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

医生端社交类应用市场现状

当前中国移动医疗行业生态越趋完善，医疗机构、医生、患者在移动互联网上的交互越趋频繁，国内医疗运转效率得到有效提高。随着分级诊疗制度等国家医疗政策的逐步开放，中国医生群体在个人品牌价值塑造的需求将被激发。由此，医生端社交潜力开始得到市场认可，不少医生端社交平台得到资本认可，如医联等以医生端社交切入市场的应用已在垂直市场里崭露头角。

当前医生端社交类应用主要围绕医生群体间学术讨论以及情感疏解两大需求打造平台功能，以解决医生专业群体之间的交流。借助医生群体之间的交流平台，沉淀大量专业医疗知识，并由此延展服务生态，实现医生群体社交服务闭环。



对比指标	医联	云医
医生入驻要求	实名认证：具有《医师执业证书》、《医师资格证书》的临床医生	医护人员和医学生
产品服务	病例讨论、手术直播、会议直播、医学节目、学术热点、医生圈	病例讨论、学术文献、行业资讯、名医访谈
盈利能力	1、医生出诊、患者转诊； 2、E-Marketing流量变现； 3、出售医联云医院管理系统。	暂无，未来涉及医药厂商、高端招聘。

医联、云医产品对比情况

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

移动医疗医生社交领域发展趋势

移动医疗医生社交垂直细分领域市场前景广阔，在解决医生其学术文献要求和临床经验分享等实际需求外，随着医生自由执业的开放，医生端出诊业务成为医生关注重点。对应用的功能完善，包括手术视频直播、添加修改病例、医生专属功能等也将成为各医生社交应用服务商后期需要优化的功能。

医生出诊服务

除医生社交外，为提高医生活跃度和粘性，可精准匹配提供医生就近出诊业务，既切合医生多点（自由）执业政策，又能提高医生收入。

添加修改病例

医生分享的病例中，可根据后续检查结果和最终诊断结论实时更新修正，方便医生群体内的学习借鉴。



手术视频直播

移动视频直播市场不断被开发，移动医疗可趁势而上。手术直播不仅让缺乏临床经验的医生学习成长，还可吸引患者，树立医生个人品牌。

医生专属功能

可以提供医生交易市场、高端招聘等专门针对医生的应用，既可以创造应用平台盈利模式，也能吸引用户。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

2016年中国移动医疗健康 市场发展现实困境与趋势预测





中国移动医疗健康市场发展现实困境

政策环境掣肘移动医疗发展

虽然移动医疗利好消息不断，但宏观政策仍不同程度限制移动医疗的发展。本着对国民健康安全的考虑，我国暂不允许医生进行网络医疗，也尚未承认电子处方的法律效力。

根本矛盾在于医疗资源短缺和分布不均

高职称、高学历医生是稀缺资源，在地域和医院等级上集中在大城市三甲类大医院，且城市和农村医疗资源分布显著不平衡。

医生紧密工作，在移动医疗平台时间有限

医生高强度的工作和无规律的手术时间，导致其花在移动医疗应用上的时间十分有限，用户活跃度和粘性不高。



中国移动医疗健康市场发展现实困境



平台医生素质难控，良莠不齐

应用存在对医生信息审核不严谨、不规范等问题，以致各平台医生素质良莠不齐，容易造成莆田系医院的移动端在线情况。因此，也制约了移动医疗的进一步发展，使应用功能主要禁锢在医疗咨询和沟通互动上。



移动医疗应用功能趋同，未触及诊疗核心业务

医疗健康类应用持续增长，已达2000+，仅安卓市场健康类应用下五星应用就有362个，但服务内容逐渐趋同，功能主要集中在寻医问诊、预约挂号、医患交流等基础服务上，难以触及传统医疗核心业务过程。



智慧医疗时代，智能穿戴设备功能欠缺

基于大数据的移动医疗智能穿戴设备，近两年产品品类繁多，但基本围绕在智能手表、手环及健康指标监测等产品上，并没有大的创新，实用价值还有待提升。

中国移动医疗健康行业发展趋势分析

提供远程医疗解决方案的移动终端或平台将成发展重点

国家大力推行分级诊疗制度，旨在打破医院、行业边界，让优质医生和资源从医院逐步走向农村和社区，提高基层医院就诊率。受地域和医生工作时间的限制，长期到基层坐诊不够现实，因此，远程医疗成为基层医院处理急难病方式，而远程医疗需要通讯网络、数据库等作为支撑，远程医疗的移动终端和平台或将成为今后移动医疗市场的发展要点。

提供专业领域研究成果的医生社交平台有市场前景

受传统医院体制限制，医生晋升和评职称除临床经验外，还需考虑学历和学术成就。另外，由于医生工作繁忙，利用碎片化时间学习和交流成为大部分医生群体的业余最大需求，尤其在对学术性文章的需求。未来，能提供个人专业领域的最新研究成果和信息的应用平台将有望占据移动医疗市场的重要地位。

患者电子档案加密技术成为分级诊疗实践的重要支撑

在实施分级诊疗时，如何及时安全的传递患者诊疗信息和既往病史，在不泄露患者个人信息的同时让对方快速了解并作出合理诊疗结论，患者电子档案加密技术成为信息安全的保障。移动医疗未来将综合运用现代网络技术、加密技术、无盘工作站技术等技术手段，确保电子档案有效管理，增强电子档案的安全保密性，以技术支撑分级诊疗和远程就诊。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



中国移动医疗健康行业发展趋势分析

多点执业将撬起移动端医生出诊平台发展的春天

随着医生多点执业合法化，移动端医生出诊平台或将迎来发展的春天。移动医疗的进一步发展，优质平台有望吸引更多医生入驻，平台出诊不仅可以使医生积累经验、增加收入，还可培养个人品牌和忠实“粉丝”。如医联已在平台内为进驻医生提供包括行政事务管理、法务等后勤服务，同时链接诊所机构资源，致力打造医生群体服务完整生态，全方位保障医生群体权益。

保险作为移动医疗服务支付方，具有发展前景

用户自付费意愿是支付平台打入移动医疗的关键，在保险可承担部分医疗费用的大背景下，用户更期望通过各方面资源的互通，从而节省自身的就诊花费成本。随着医保在移动端支付的试点工作开展，移动医疗应用将逐渐放开在线支付技术的接入，同时引进医保或商业保险作为移动医疗服务支付方，减少用户个人支出，提升用户移动就诊体验。

个性化诊疗服务，实现患者的私人定制

随着大众收入的提高，中产阶级成为中国主力人群，该部分用户更追求优质和个性化服务，尤其在体验医疗服务过程中，急切期望减少就医的时间成本和交通成本。未来，国内大众在定制化的医疗服务的需求也将全面上涨。对于各移动医疗平台来说，优质医生将成为平台主要竞争力之一，从而实现精准匹配用户需求，提供定制化的上门就诊和慢病管理等医疗服务。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



北极星应用统计分析平台是在广东省政府的支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

服务网址：<http://bjx.iiimedia.cn/> 接入咨询：mwj@iiimedia.cn



ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先的第三方数据研究机构艾媒咨询独家开发，系统通过科学客观的数据跟踪，创新反作弊算法，结合用户行为大数据分析，为客户提供一套的数字营销全流程服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效地监测、评估和优化数据、利用数据分析提升营销效果和投资回报。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

艾媒 • 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。



艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。

艾媒咨询集团-全球领先的移动互联网大数据挖掘与分析机构

研究报告编号：160919

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



因为专注，所以专业！
Since 2010 , We focus on mobile Internet !