

2016-2017中国移动医疗健康市场研究报告

2016-2017 China Mobile Health Market
Research Report

(内部精简版)



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

iiMedia 艾媒咨询
Research



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APP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：截至2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿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)。

目录

- 1 2016年中国移动医疗健康市场发展现状
- 2 2016年移动医疗健康市场细分领域分析
- 3 2016年中国移动医疗慢病管理专题研究
- 4 2017年中国移动医疗健康市场发展趋势

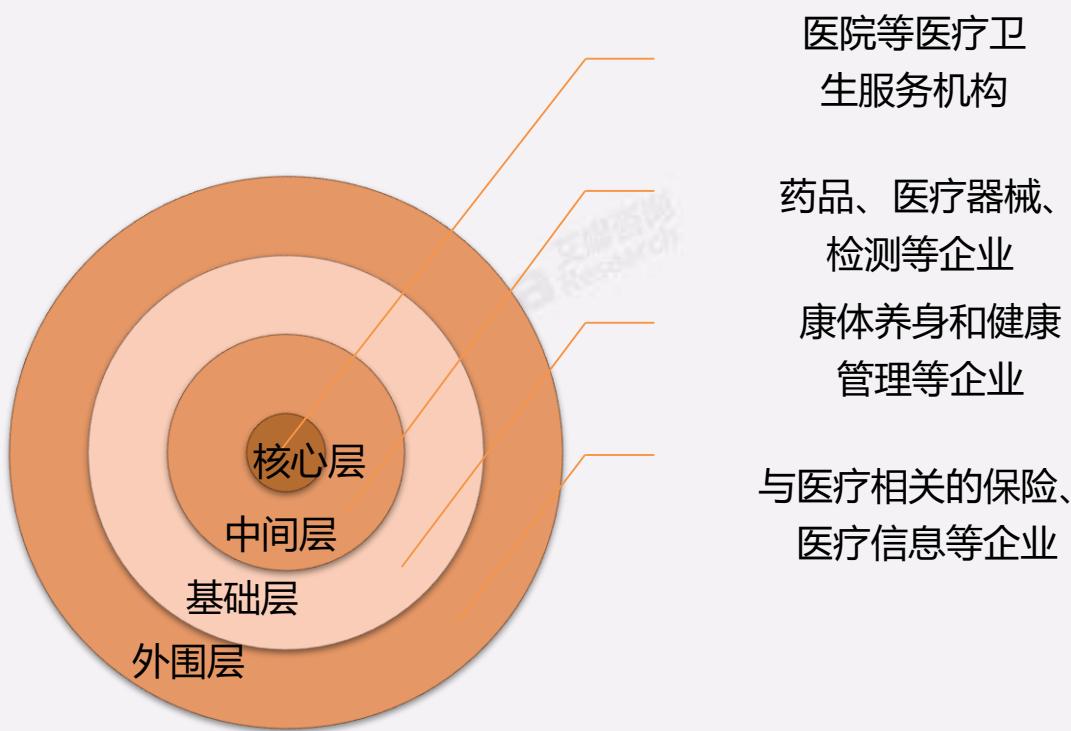


PART ONE

2016年中国移动医疗 健康市场发展现状

移动医疗健康市场参与者

中国医疗健康行业是指预防疾病、促进健康为核心的综合行业，主要包括医疗、康复、医药、医疗器械等相关内容。中国医疗健康行业主要分为核心层，中间层，基础层和外围层。



根据中国医疗健康服务行业的组成，移动医疗健康市场参与者主要包括卫生机构等多个方面，并且移动医疗健康市场的布局是以患者及普通消费者为中心，患者及消费者的体验是目前移动医疗健康市场所关注的重点。



中美移动医疗健康市场的发展对比

美国

病人通过移动平台寻找有效的医生，实现医患间的虚拟交流，如Health Tap等。

医疗健康数据的搜集、分析以及决策支持也发展起来，如cancerIQ等。



患者通过移动社交媒体来了解疾病相关信息，PatientsLikeMe等患者交流平台发展起来。

基于云计算的EHR系统被应用于现有医疗体系的改革，代表公司有如Practice Fusion等。

中国

2011.03好大夫iPhone版发布

2011年移动医疗概念被提出

2013年上半年出现一大批创业公司

2012年上半年杏树林等移动医疗产品开始上线

2014年跨领域公司开展移动医疗行业布局

2013年下半年开始成为投资热点

2016年市场趋于稳定，投资力度下降

2015年爆发期，但盈利模式效果甚微

美国移动医疗行业已进入到数据驱动决策的阶段。相比之下，中国仍处于医患互动和医疗改革相关环节的前端，中美移动医疗差距较大。

移动医疗健康市场宏观环境分析

2016年移动医疗健康市场目前面临政策、经济、社会、技术等因素的影响，其中第三方平台药品网上零售试点工作的结束，严重打击医药配送服务行业的跨界合作。

P

政策因素

- 1、医师多点执业逐步放开。
- 2、国务院印发《关于推进分级诊疗制度建设的指导意见》。
- 3、国家食品药品监督管理总局宣布互联网第三方平台药品网上零售试点工作结束。

E

经济因素

- 1、据国家统计局统计，第二季度人均可支配收入为11886.0元，收入水平显著提高，让人们越发重视医疗保健。
- 2、医疗费用存在上涨趋势，居民医疗保健支出在总消费支出的比重不断增加。

S

社会因素

- 1、人口老龄化问题导致医疗需求不断增加。
- 2、互联网医疗产品及服务使用人群扩大，在中年用户群体渗透率逐步提高。
- 3、医疗卫生机构诊疗人次不断上升，就医流程繁琐，卫生机构处理效率水平较低。

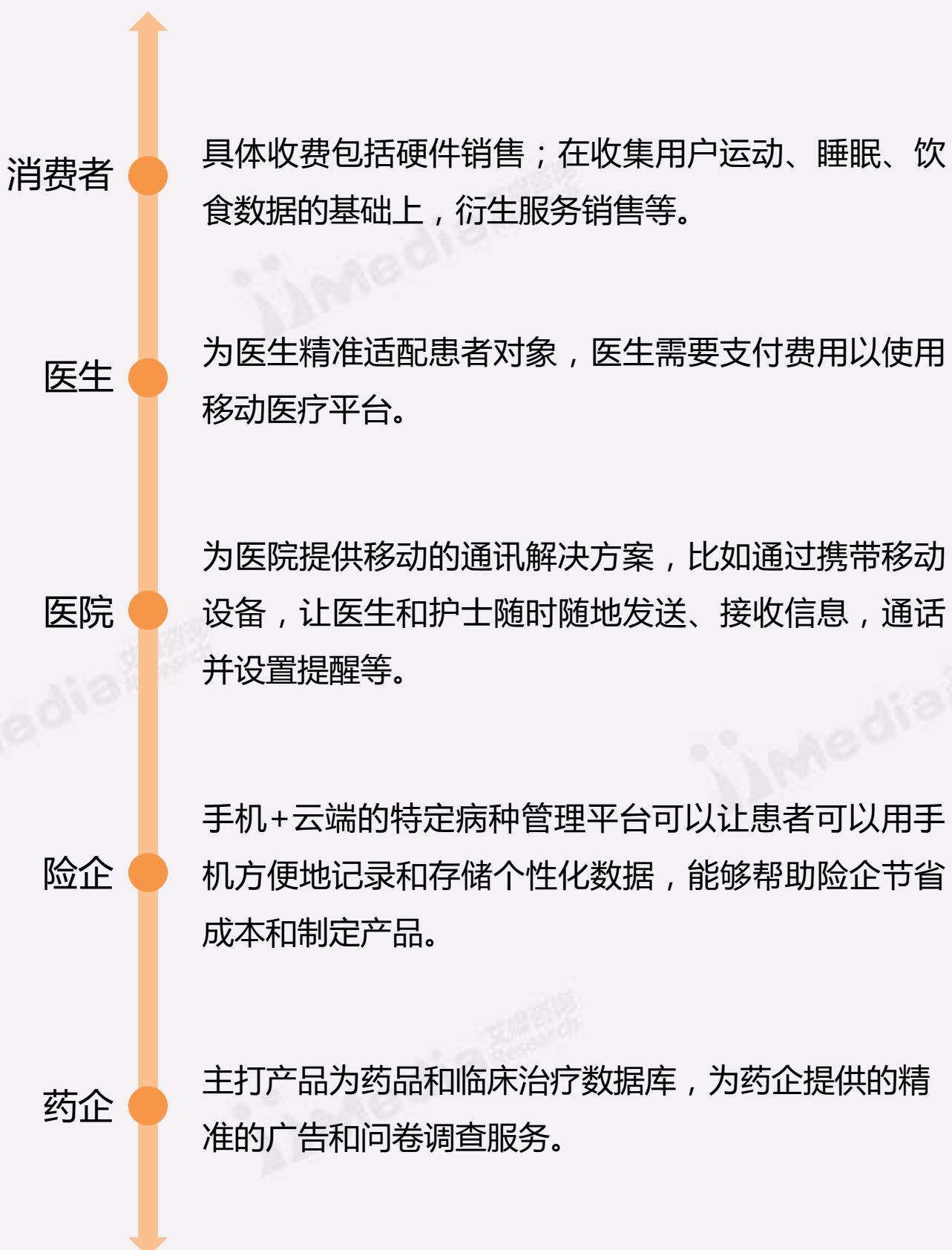
T

技术因素

- 1、基因组学、医疗机器人、可穿戴设备等前沿技术不断发展，推动“互联网+医疗”的创新。
- 2、医疗大数据的质量不断提高、算法不断优化，为经验医疗和精准医疗的相互结合提供支持。

移动医疗健康领域的收费模式

相比于国内移动医疗健康市场，国外移动医疗健康市场发展更早，更为成熟，目前存在向药企收费、向医生收费、向医院收费等多种盈利模式，可为国内移动医疗健康领域的发展提供一定借鉴。



移动医疗健康领域的竞争分析

以提高医患互动为核心的平台竞争加剧

综合类移动医疗平台间的竞争



发展定位不同，但目前功能同质化严重，竞争激烈

垂直类与综合类移动医疗平台间的竞争



垂直类平台锁定具有特定需求的用户，在细分领域竞争优势比综合类强

手机厂商逐步展开对移动医疗健康领域的布局



作为信息与通信解决方案供应商，能直接服务医疗机构，为建立数字化医院提供技术支持。

医疗信息化



推出移动医疗推车RP200-H，智能手表、智能手环等。

移动医疗健康领域的竞争分析

三大运营商在移动医疗的布局



搭建“医疗云”平台



拥有基础设施优势，具备标准接口。



拥有海量用户，帮助企业实现流量变现。



颁布医疗数字互联互通标准，建设专业数据库。



为大型企业、医联体提供定制化服务。

联合万达，推出全流程医疗产品

中国电信

聚焦医疗精准化，提供影像云服务

中国电信提供管道、提供流量等。

万达提供医疗服务的各种支付手段。

提供影像的存储能力、计算能力，接入能力、应用能力，以及业务协同能力。



划分不同目标群体，提供不同的云服务



大型三甲医院、医联体集团

为部分业务提供云服务，并与医院现有的系统形成混合云，进而逐步整合，做到原数据的统一。

2

中小型的二级医院、专科医院

医院信息化系统建的相对晚较晚，系统完全可以直接放到联通云端。

移动医疗健康领域产业图谱

医生服务



医联



丁香园



医脉通



Figure 1

医患交流



杏仁医生



春雨医生



平安好医生



好大夫医生版

医生端

医疗资讯



医生站



临床指南



用药助手



医口袋

问诊咨询



春雨医生



平安好医生



医生树



好大夫在线

预约挂号



微医



就医160



就医宝



翼健康

患者端

疾病管理



糖医生



血糖高管



微糖

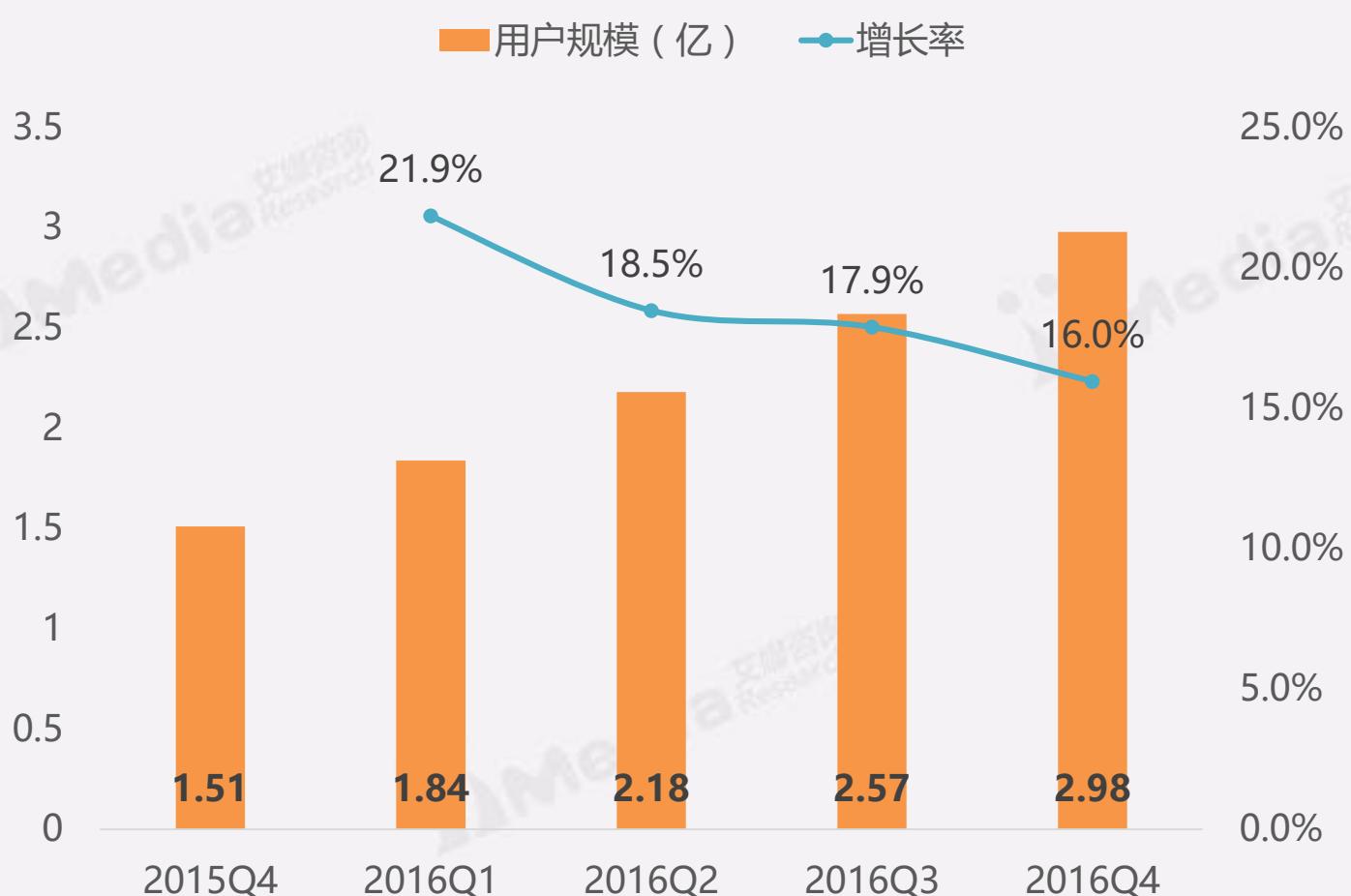


365血压卫士

中国移动医疗健康市场用户规模数量实现稳步增长

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，中国移动医疗健康市场用户规模稳步增长，2016年第四季度接近3.0亿，与2015年相比，增长16.0%。艾媒咨询分析师认为，用户规模增长稳中放缓，一方面是由于当前在线问诊咨询业务的创新突破可能性减小，行业内同质化问题突出，相关移动医疗企业较难通过现有产品与服务大幅度提高用户的使用数量；另一方面是慢病管理等细分领域的发展还处于探索阶段，特定用户的潜在需求得不到有效释放，企业仍需加大对行业应用和商业模式的探索。

2015Q4-2016Q4中国移动医疗健康市场用户规模增长



数据来源：艾媒北极星（截至2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测）

2016年移动医疗健康市场关键词盘点

1 互联网医院

中国第一家互联网医院为广东省网络医院，建立于2014年1月，2014-2016年期间，中国成立的互联网医院仅有5家，而在2016年，新建互联网医院超过25家。国内互联网医院可分为两大类：一是基于本医院有限医生提供的“网络医院”服务；二是互联网公司主导型，并结合其医疗资源为客户提供服务。艾媒咨询分析师认为，互联网医院的发展，面临着医疗机构信息沟通受阻，商业模式不清晰，医保障碍等三大问题。

2 分级诊疗

国务院在4月提出2016年要在全国70%左右的地级市开展分级诊疗试点，截至10月底，全国31个省份已印发分级诊疗相关文件。分级诊疗已经被确立为本轮医改的重中之重，其主要特点有四个：基层首诊，双向转诊，上下联动，急慢分诊。艾媒咨询分析师认为，移动医疗企业一方面需要搭建分级诊疗的平台，为患者合理就医和转诊建立必要的通道；另一方面可以开展新业务如家庭医生等，推动医疗资源流动与整合，促进分级诊疗格局多样化，并最终帮助实现医疗资源的高效利用。

3 线下布局

微医、平安好医生、好大夫在线、丁香园、春雨医生、杏仁医生等企业均在2016年实现线下布局，其模式包括全科诊所、线下门诊等。艾媒咨询分析师认为，移动医疗企业开展线下业务，不仅有助于发掘新的盈利模式，也可以帮助企业加速渗透核心医疗资源。线下诊所也有助于医生实现多点执业，促进医疗资源的流动。

2016年移动医疗健康市场关键词盘点

商业变现

4

由于盈利模式不清晰，造血能力差等原因，2016年，就医160、寻医问药、好大夫在线等企业接连被曝出裁员新闻，而知名医药电商“药给力”因为融资未果停止运营。艾媒咨询分析师认为，资本的理性回归导致企业融资门槛提高，企业需要挖掘自身潜力，打造竞争优势，提高盈利能力，一方面深度切入行业痛点，真正解决用户看病问题，另一方面，需要通过投入研发、布局闭环等手段建立起竞争壁垒。

医疗重资产

5

2016年5月，“平安好医生”正式对外宣布，完成5亿美元A轮融资，该轮融资完成后，平安好医生估值达到30亿美元，刷新全球范围内互联网医疗初创企业单笔最大融资及A轮最高估值两项记录。艾媒咨询分析师认为，互联网医疗创业公司多以轻资产模式起家，在经历了几年的发展后，由于找不到合适的商业模式，纷纷谋求转型，布局线下互联网医院或医疗诊所，重资产、轻重结合的模式或许将成为互联网医疗行业的主流。

医药电商

6

7月底，国家食药监总局结束互联网第三方平台药品网上零售试点工作，涉及天猫医药馆、1号店与八百方等三家电商平台。艾媒咨询分析师认为，网上零售药品打破信息壁垒，对消费者而言，不仅可以通过比价买到更便宜的药品，在隐私药、短缺药和新特药的购买上，也更加便利。未来，线上O2O将是线下实体药店的标配，它将与线下药店形成互动，成为继线下实体药店之外不可或缺的一种业态。

2016年移动医疗健康市场主要融资情况

时间	企业	金额	轮次
1月	杏树林	3200万美元	C
1月	微医集团	2000万美元	F
1月	健客	1亿美元	A
1月	思派网络	数千万美元	A
2月	青苹果健康	数千万美元	B
3月	妈咪知道	1亿人民币	B
3月	万里云	2.25亿人民币	A
4月	名医主力	1.5亿人民币	B
4月	碳云智能	10亿人民币	A
5月	平安好医生	5亿美元	A
5月	甘草医生	数千万人民币	A
6月	思派网络	数千万美元	B
7月	碳云智能	3亿人民币	—
7月	就医160	7400万人民币	C
8月	同心医联	7500万人民币	B
8月	熙康	6400万美元	B
8月	趣医院	2.16亿人民币	B+
9月	糖医生	数千万人民币	Pre-A
9月	心医国际	2亿人民币	C
11月	蜜肤医疗	数千万人民币	A
11月	心医国际	6000万人民币	—
11月	就医160	5650万人民币	IPO上市后

注：本表以公开数据为准，部分融资额和估值可能存在虚高

患者端细分市场发展面临因素

盈利困境

目前患者端应用仍未能实现全面自主盈利，在资本理性回归的情况下，部分移动医疗企业面临着资金链断裂的危险。

分析师点评：移动医疗企业难以盈利的原因主要有两点：没有抓住医疗资源的核心——医生、医院；没有解决用户真正痛点，缺乏服务创新。

人口结构变化

2015年数据显示，中国60岁及以上人口达到2.22亿人，占总人口的16.15%；慢性病患者已经超过2.6亿人，由慢性病导致的疾病负担占到总疾病负担的近70%。

分析师点评：针对老年人和慢性病患者的医养服务已经成为移动医疗领域的发展重点之一，未来会有更多企业推出相关业务。



政策规范

互联网医疗由于和国家的医改目标吻合，得到了政策决策者的高度重视和支持，但是国家政策也着重考虑就医公平、制度改革缓冲等元素，步伐比较稳健，对于互联网医疗也推出一些规范的政策，如2016年5月卫计委对网络挂号的限制。

分析师点评：政策规范虽然会暂时限制企业业务上的开展，但从长远来看，对行业整体发展利大于弊。

医疗资源紧张

中国医疗资源整体非常薄弱，而医疗技术人员的不足表现最为明显。2014年数据显示，中国每千人拥有5.56名卫生技术人员，远低于世界平均水平10.6。

分析师点评：医疗资源培养周期长、社会成本大，医疗资源的配置将在较长时间内成为医疗健康行业的核心问题。

春雨医生：聚焦在线问诊



春雨医生是一个移动医疗健康应用，提供用户自诊、健康咨询、医患互动交流服务，目前平台内拥有49万名公立二甲医院以上的专业医生。



艾媒咨询分析师认为，春雨医生一方面通过调动医生资源，推动问诊成为网上看病入口；另一方面通过问诊开放平台整合线上、线下全流程的各项医疗服务，促进在线问诊及延伸服务的市场布局。

- 2016年10月，春雨医生创始人张锐因突发心肌梗去世。春雨目前仍处于“烧钱”模式，创始人的去世会让资本投资的意愿降低，加上行业资本整体趋于理性，春雨未来融资难度会增加，春雨医生的发展不确定因素增多。

糖医生：全方位糖尿病管理服务



糖医生成立于2014年，定位于糖尿病健康管理，基于糖医生平台，为糖尿病患者提供全方位的糖尿病管理服务。2016年9月，糖医生获得数千万人民币Pre-A轮融资。

血糖监测

患者可以通过手机健康应用存储收集饮食、血糖水平和药物治疗方案信息，并获得个性化的反馈和警示；糖医生与南京健桥合作开发糖医生智能血糖仪，也和其他第三方医疗公司在体检设备、检测仪器上有合作。

线下诊疗

目前糖医生在全国拥有10多家自营或合营的线下服务网点，为糖尿病患者提供院外服务；2016年9月，糖医生位于天津的两家全科诊所开始营业。

保险金融

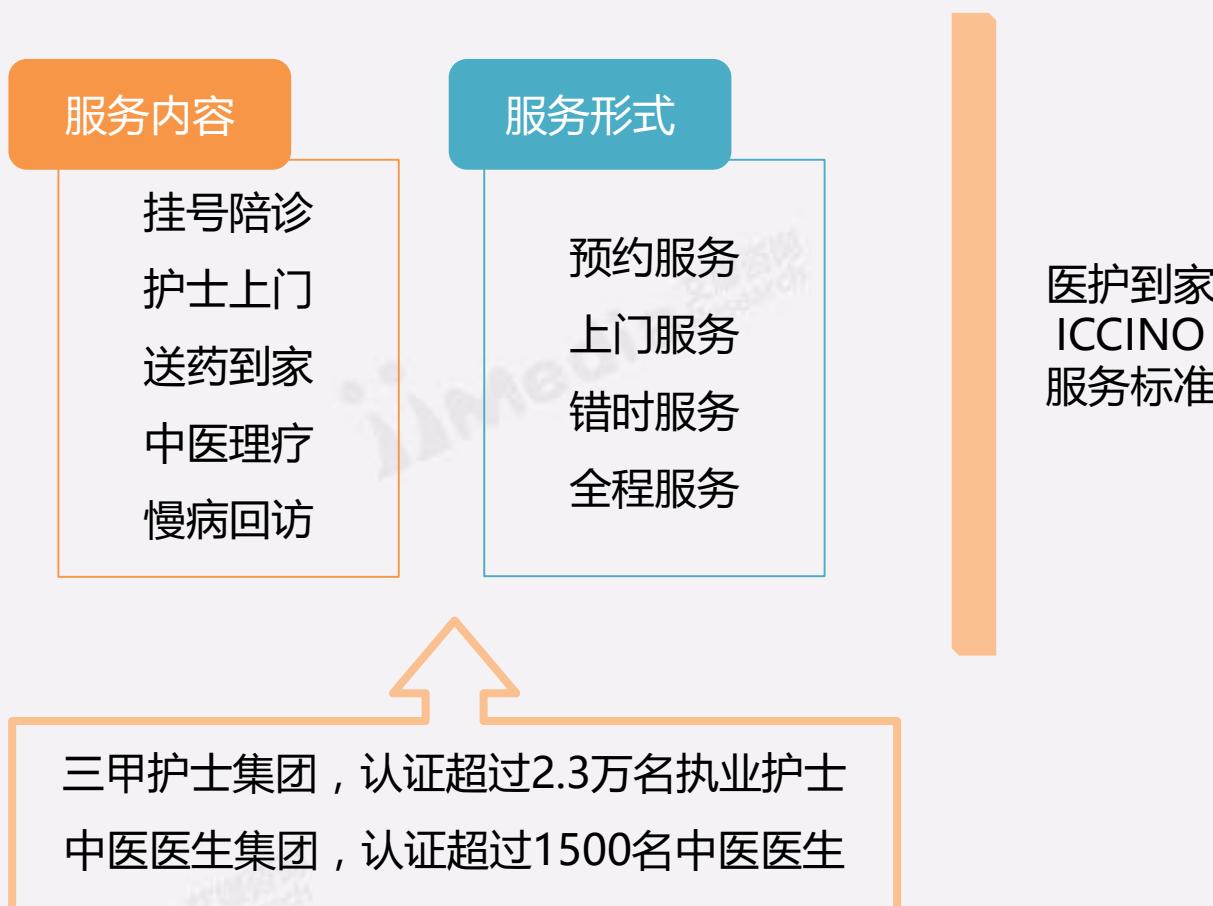
糖医生与招商信诺合作推出“糖无忧”保险，同时也是另一款保险“退糖鼓”的合作糖尿病健康管理平台之一。

艾媒咨询分析师认为，糖医生积极布局糖尿病医疗产业链，打通器械、医院、药品、食品、保险、支付、管理服务等产业环节，不仅可以更好地服务患者，提升产品使用体验，在布局产业链的同时也可以不断发掘新的盈利点，增强企业“造血”能力。

医护到家：以医养服务为核心



医护到家是中国首个医生护士上门服务平台，通过医护到家平台，可以预约附近医生护士提供护士上门、居家养老、中医理疗等服务。



• 数据来自医护到家

盈利模式

- 平台服务费，订单抽成。
- 与医疗器械、智能硬件厂商合作，推出增值服务，获得销售利润。

艾媒咨询分析师认为，中国60岁以上的老人数量已经达到2.2亿，而面对目前国内医生资源紧张的情况，医护到家转向面对执业护士资源，借此切入慢病管理与养老领域，市场增长空间巨大，加之医护到家目前已经具备较稳定的盈利模式，未来发展趋势良好。

医生端细分市场产品情况

医疗资讯

提供医学界资讯如行业重大新闻、专家讲座、病例讨论等，以及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。此类应用数量市场占比较大，同质化较为严重。



用药参考



临床指南



用药助手



医口袋



执业药师万题库



医学文献

医患交流

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，优势差异较明显。



杏仁医生



春雨医生



平安好医生 好大夫医生版



医客



贴心医生

医生服务

这类应用以医生交流社区为起点，方便医生进行病例讨论、疑难解答、沟通学术知识和分享经验等，目前正在持续拓展更多的医生服务业务，更全面地覆盖医生服务需求。



医联



丁香园



医脉通



Figure 1



医生站



轻盈医学

医生端产品发展面临因素分析



医疗资讯

利好因素

学术和科研是临床医生的基本功，学术成果是考评医生水平高低的关键指标，也是区分医院质量的标准，因此医生对学术知识的需求比较强烈。

挑战因素

医生群体日常工作任务繁重，学习时间紧张，如何优化用户体验，提高学习效率是这类应用在发展中需要解决的问题。



医患交流

利好因素

中国慢性疾病患者数量正逐渐上升，院后随诊需求攀升。

挑战因素

这类应用发展时间较长，市场趋于稳定，未能在竞争期中打造产品优势，收获用户资源的产品未来发展壮大困难较大。



医生服务

利好因素

由于产品特性，这类应用往往具有较大的用户规模，掌握医生资源，未来如果切入患者端服务具备一定优势。

挑战因素

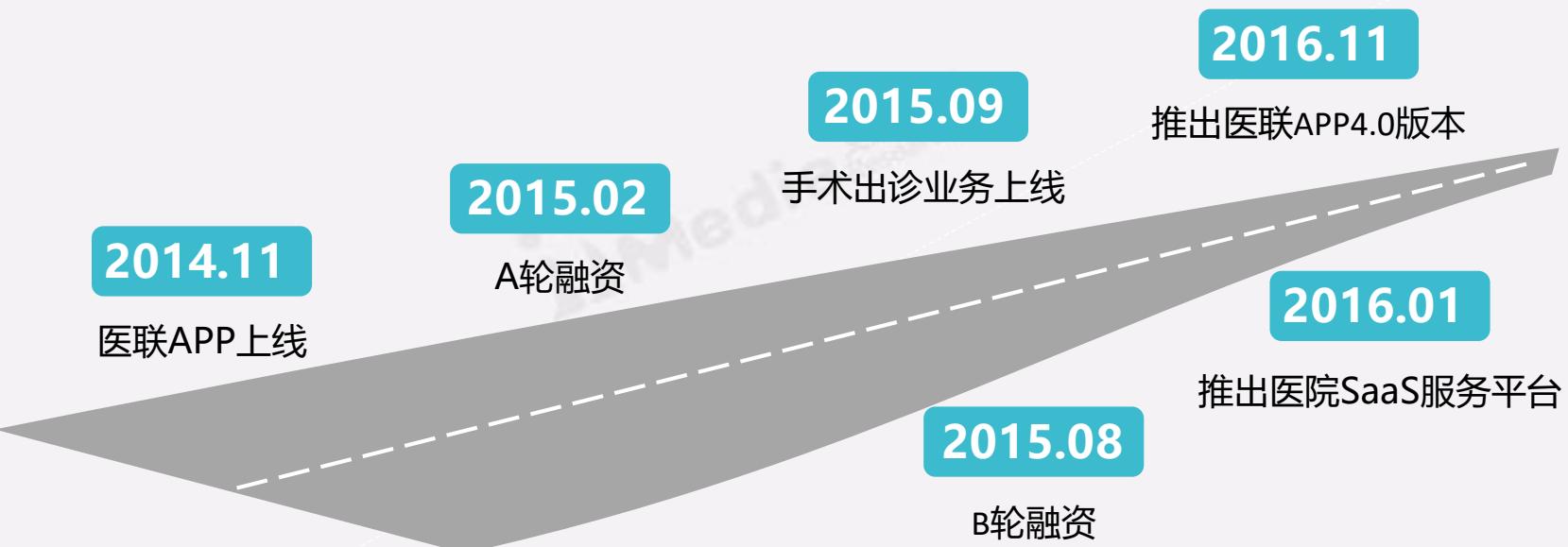
积累优质病例资源，提高用户粘性是这类应用在发展中面临的一道门槛。

医联：定位医生服务平台



医联成立于2014年，是一家专为医生打造的提升学术素养和实现个人价值兼具的职业平台，通过医联，医生可以进行病例分享、学术讨论、临床交流，以及手术出诊与患者转诊等多点执业。

发展历程



平台资源

认证医生	三甲医院医生	月活用户	专业病例分享	用户覆盖省份
43万+	23万+	12万+	13万+	34

• 数据来自医联

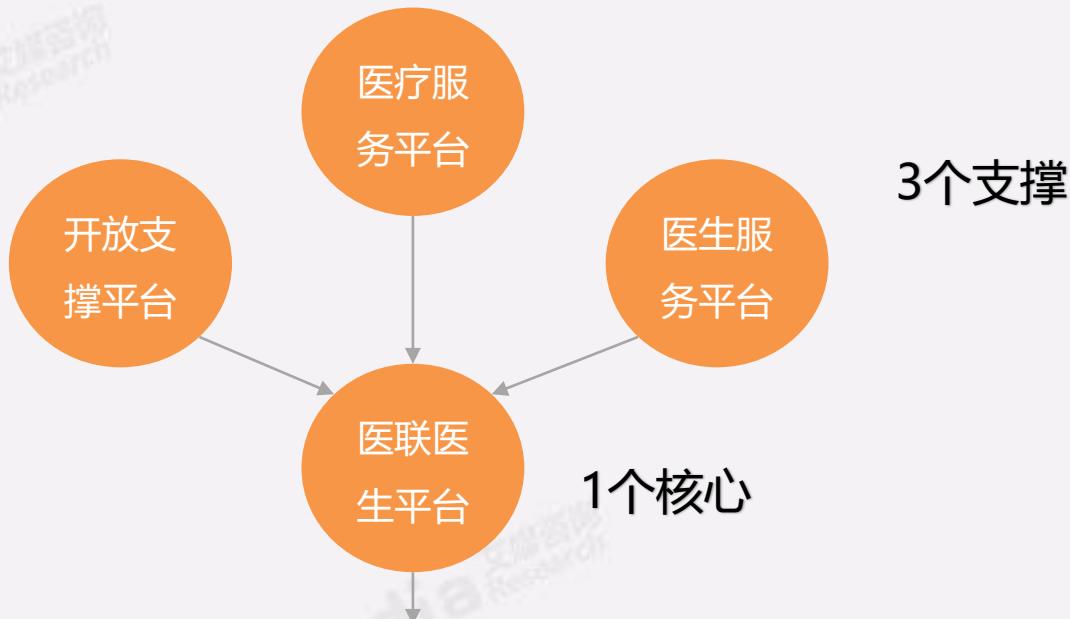
医生服务平台



医联：多方位服务医生需求



业务模式



职业发展	学术交流	执业地点	配套支撑	创新增值服务	患者来源
医学会议	医生社区	医院	药械供应链	金融	互联网入口
手术直播		医生工作室		保险	基层医疗机构
专家讲座					

医疗资源B2B2C服务模式



医联实行B2B2C模式，通过间接方式，为有医生需求的平台提供包括在线问诊、线下面诊、用药治疗或预约手术等一系列完整的医疗解决方案。

医联以服务医生为宗旨，为医生提供工作、科研、学术社交和个人品牌的能力支持，将医生的能力产品化、互联网化，并输送给需求方。艾媒咨询分析师认为，医联通过整合优质的医疗资源，全方位为医生提供多种服务，满足医生职业素养、价值提升等多重需求，并有效将医疗资源下沉至患者，提高医疗效率，在行业内品牌影响力逐渐上升。

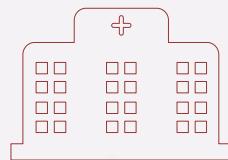
杏仁医生：专注服务医生价值



杏仁医生APP于2014年9月上线，定位为一款医患沟通管理工具。医生可以通过杏仁医生与其就诊的患者建立更深入紧密的联系，并提供特色的随诊、跟踪、交流、检索功能。



419769
实名认证医生



43608
覆盖医院



342
地区



7175684
累计服务患者

数据来自杏仁医生，截止2016年11月

临床案例支持

- 临床医学知识库UpToDate
- 合理用药支持系统MCDEX

执业安全保障

- 杏仁医责险、出行险
- 覆盖线上问诊、线下诊疗

个人品牌塑造

- 医生信息共享于百度百科
- 大众点评“名医推荐”板块

艾媒咨询分析师认为，医生是医疗服务中最核心的部分，杏仁医生通过与多元化市场参与者建立合作，为医生群体提供优质的服务和提高效率的工具，深度切入医疗服务核心资源，为企业未来发展铺下良好基础。

医院信息系统概念介绍

医院信息系统

医院信息系统（ Hospital Information System , HIS ）是指利用计算机软技术与网络通信技术，从根本上实现对医院的人流、物流、财流进行综合管理，对医疗活动各阶段产生的数据进行采集、处理、储存、提取、传输、汇总、加工生成各种信息，从而实现医院全面的、自动化的管理。

临床诊疗

包括：门诊医生工作站、住院医生工作站、护士工作站、临床检验系统、输血管理系统、医学影像系统、手术室麻醉系统等。

药品管理

药库、药房及发药管理；合理用药的各种审核及用药咨询与服务。

综合管理与统计分析

病案管理、医疗统计、院长综合查询与分析、病人咨询服务。

经济管理

门急诊挂号，门急诊划价收费，住院病人入、出、转，住院收费、物资、设备，财务与经济核算等。

外部接口

提供HIS与医疗保险系统、社区医疗系统、远程医疗咨询系统等接口。

医院信息系统服务流



医院信息化建设中的问题

医疗服务信息化是国际发展趋势。随着信息技术的快速发展，国内越来越多的医院正加速实施基于信息化平台、HIS系统的整体建设，以提高医院的服务水平与核心竞争力。但在多年的发展中，中国仍未全面实现医院信息化运营，其主要原因有三点：

缺乏顶层设计与规划

目前中国的医院信息化建设缺乏系统的顶层设计与规划。主要体现在，相关信息系统的建设与应用探索集中在地方层面，国家层面的统一规划和总体设计稍显滞后，导致医院信息化的区域发展不平衡，城市二、三级医院信息化水平远远高于经济欠发达地区和农村基层医院，信息化建设整体水平偏弱。

缺乏统一的HIS建设规范和技术标准

目前中国医院信息标准化建设处于起步阶段，各医院的HIS系统间自成体系，互不兼容，使得医院之间甚至是医院内部不同系统之间存在信息共享的困难，产生“信息孤岛”现象。比如医院内部病人ID、各种诊疗和药品代码均为自定义，病人在各个医院之间的就诊信息不能得到有效共享；由于没有标准化接口以及诊疗和价格代码，医院为了实现与医保中心的信息交换，需要编制专门的接口软件等。

法律、法规建设相对滞后

中国医院信息化建设的相关法律、法规建设严重滞后于应用。例如电子病历建设，只作为医疗文件夹来管理，缺乏安全性和规范性，法律效力得不到保障，使得电子病历的应用与发展受到较大制约。除此之外，患者的隐私保护、医疗信息的所有权及使用权等也对医院信息化的法律法规的体系建设提出新的挑战。

医院信息化发展趋势

标准化

医院信息标准化是实现医院不同系统间兼容和信息交换共享的重要基础，对内关系到医疗信息的集成和有效利用，对外关系到互联互通、信息共享、业务协同。《健康中国2020战略研究报告》中提出：未来要推进7大医疗体系专项建设，在医疗信息化方面，国家将推出预算达611亿元的全民电子健康系统工程，包括大型综合医院信息化系统的标准化建设、建立全民电子健康档案和区域性医疗信息化平台等三项工作。

移动化

目前，移动护理、移动查房、移动患者管理、移动输液室管理、移动心电采集、移动麻醉工作站、移动药品核对与药品盘点、移动资产管理、无线呼叫，以及各类基于蓝牙技术的医疗设备应用等，正成为医院内部移动医疗的主要应用形式。移动医疗有助于以病人为中心理念的实现，今后无论医生在哪里，患者病情发生任何变化，医生都可以利用身边的移动设备进行相应操作或指导。

区域化

随着区域人口健康信息化建设和医疗联合体热潮的兴起，以及远程医疗的逐步发展与普及，医院信息化正朝着区域化方向发展。未来通过医院信息平台与区域卫生信息平台的对接，依托区域影像、区域临床检验以及区域HIS中心等，可实现两级平台和跨医院之间的诊疗信息共享，实现包括居民健康卡、电子健康档案、预约挂号、双向转诊、远程医疗、公众医疗服务等应用的业务协同。

医联云：辅助医生多点执业



医联云是医联2016年推出的新产品，是以SaaS模式运营的平台级管理服务系统，关联名医在行、医疗保险、病例分享等服务，突出出诊特色模块，可向医联43万+医生发出出诊的需求。目前，医联云已经连接超过5000家全科诊所+口腔诊所。

口腔版



- 运营管理
- 效率工具
- 营销推广
- 学习培训

诊所版



- 品牌推广
- 客户维持
- 名医出诊

医院版



- 远程会诊
- 名医出诊
- 患者服务
- 品牌营销



艾媒咨询分析师认为，基于庞大的用户群体和病例资源，医联正着手打造集医联APP、医联通、医联云等产品的“三位一体”医生服务平台，未来医联除了通过医联云来连接更多诊所外，可能会发展自有诊所业务，通过合作共建或完全自营的方式帮助医生实现多点执业。

芯联达：集成医院信息化系统

Sinldo

芯联达成立于2010年，是移动端医院SaaS管理平台服务商。2016年4月，芯联达完成新三板挂牌。

跨平台 移动医疗 系统

- 包含移动医生工作站、移动护士工作站等产品
- 从各个版块对医院信息系统（HIS、LIS、EMR、PACS、ICU等）进行集成



移动医疗 开源平台

- 对移动护理系统、移动医生工作站、医患沟通平台系统等进行开源
- 有偿对HIS厂商开放，降低中小HIS厂商研发移动医疗产品的门槛及部署成本



移动 互联网医院 解决方案

- 以SaaS服务模式为基础理念
- 以信息集成和共享为基本途径
- 实现医疗资源无缝对接

艾媒咨询分析师认为，目前国内外HIS厂商繁多，系统之间相互独立，难以实现信息互联互通，导致医疗信息化建设成本增高，芯联达通过各种业务实现各类HIS信息集成与共享，有助于医院信息化建设，符合医院信息化发展趋势，芯联达未来会继续保持这一战略。



PART THREE

2016年中国移动医疗 慢病管理专题研究

慢病的定义与分类

慢病，即慢性非传染疾病的简称，是一种长期存在的疾病状态，主要表现为器官功能的减退，通常年纪越大，发病率也会更高，主要有以下特征。



根据以上慢病的定义与表现特征，可以将慢病分为呼吸系统疾病、循环系统疾病、泌尿系统疾病等多种分类，主要包括高血压、冠心病、肝硬化、糖尿病、风湿性关节炎等。



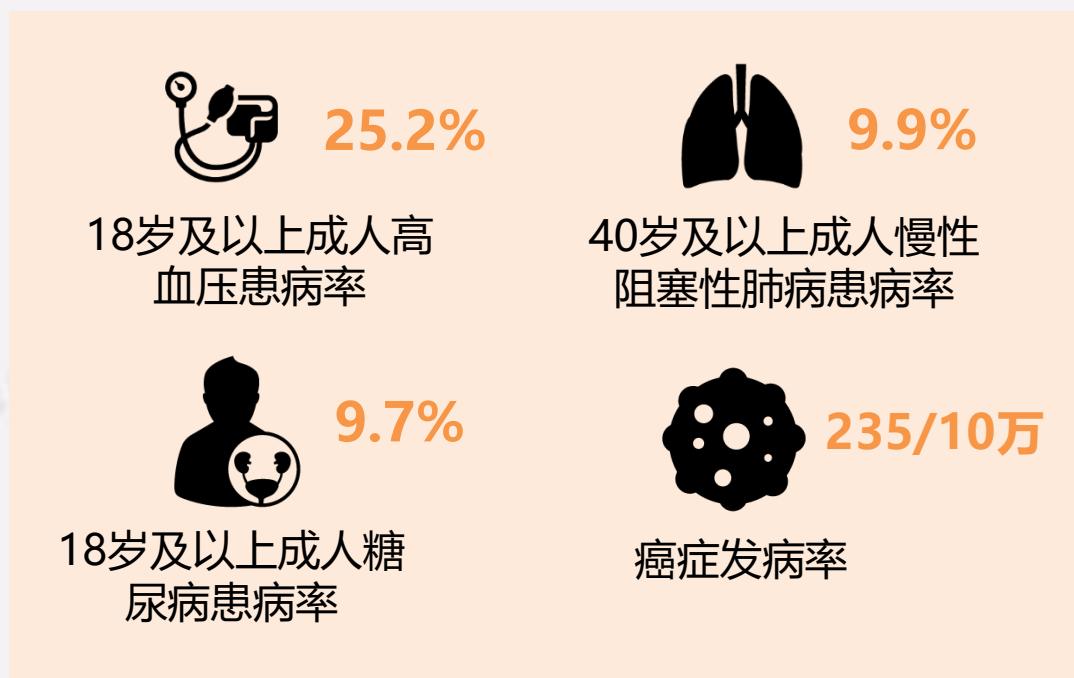
移动互联网慢病管理概念

慢病管理的定义

慢病管理是指对慢性非传染性疾病及其风险因素进行定期检测，连续监测，评估与综合干预管理的医学行为及过程。狭义慢病管理是指对慢性非传染性疾病的管理，广义慢病管理还包括改善患者疾病认知及所处的社会环境的过程。

移动互联网慢病管理的定义

目前，移动互联网慢病管理主要是指狭义慢病管理，因此本报告涉及的移动互联网慢病管理皆指医生、护士等人员利用移动互联网技术为用户或患者提供个性化慢病医疗服务的过程。



国家卫计委发布的《中国居民营养与慢性病状况报告(2015)》显示，近年来我国重点慢病以高血压、慢性阻塞性肺病、糖尿病和癌症为主。移动互联网慢病管理领域针对以上几种重点慢病也逐步深化布局，高血压、糖尿病等成为慢病管理市场的发展重点。

移动互联网慢病管理市场动态

2016年

“互联网+慢病管理”在两会中获肯定。全国政协委员、解放军总医院副院长范利就认为，可以通过移动互联网手段，实现慢性病随访和管理。



3月

赛诺菲和阿里健康签订战略合作框架协议，商谈慢性疾病科学管理等内容。

6月



9月

百度正式发布其智能医疗的最新成果——“百度医疗大脑”。

9月

腾讯糖大夫发布第二代产品，还与丁香园、北京大学国际医院达成深度合作，逐渐深化在互联网慢病管理上的布局。

10月



可穿戴设备与慢病管理

慢病人群对可穿戴设备的需求出发点在于监测准确的技术性，而非娱乐时尚性。他们不会像当前一些健康娱乐类可穿戴设备的用户一样，由于失去新鲜感等原因就把所设备遗弃。慢病人群对可穿戴设备的粘性较高，对可穿戴设备存在刚性需求。

可穿戴设备

减少家属、护工等看护压力

提高与医生的沟通效率

有利于协助构建各大社区的居民电子健康档案



糖大夫血糖仪由腾讯推出的一款智能便携式血糖仪，血糖监测数据归微信管理，当患者血糖不正常时，会向患者及家人发出预警信息。



iHealth 穿戴式单导联心电记录仪，连续 72 小时对佩戴者的心脏活动进行记录。

移动互联网慢病管理应用商业模式分析

B2B+B2C 模式



控糖卫士

B2B
+
B2C

瞄准医院，为医院提供远程管理系统，帮助患者控制血糖，帮助科室做专业化的管理，建立云科室等。

瞄准用户，协助用户或患者对血糖进行管理，提供身体数据监测、健康的饮食计划等服务。

C2C+B2C 模式



抗癌卫士

C2C
+
B2C

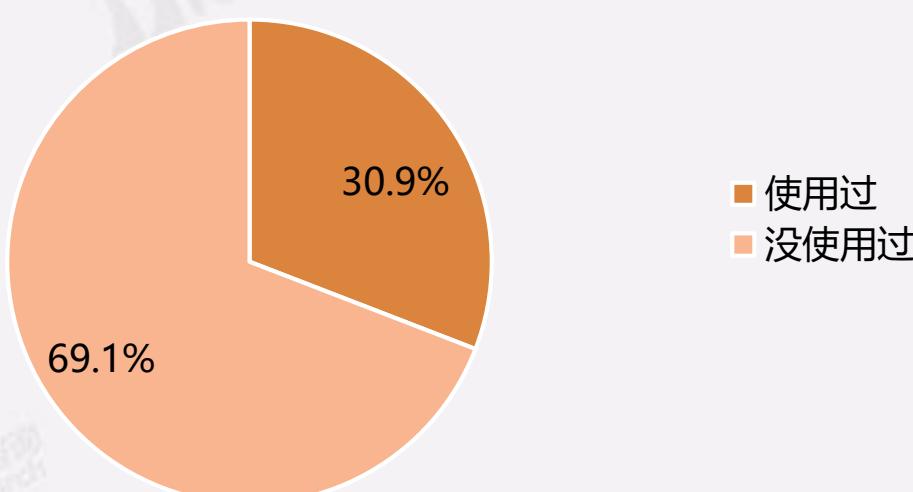
对用户来说，可与其他用户进行经验交流，加入到讨论圈子。对医生来说，可通过平台接触、服务到更多有需要的患者。

平台可为用户或患者提供国际先进治疗技术咨询与预约服务、国内未上市药品购买渠道等等。

过半手机网民没有使用过慢病管理应用

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年，69.1%的手机网民没有使用过慢病管理应用。艾媒咨询分析师认为，现阶段慢病管理应用的用户规模仍存在较大的增长空间，部分用户潜在需求仍有待挖掘。随着个体健康意识的逐渐增强，患者对互联网医疗产品与服务的接受程度不断提高，慢病管理应用的使用人群会进一步扩大，与之相关的产品，如可穿戴医疗设备等的使用需求也会变多。

2016年中国手机网民对慢病管理应用的使用情况分布



2016年中国手机网民不使用慢病管理应用的原因

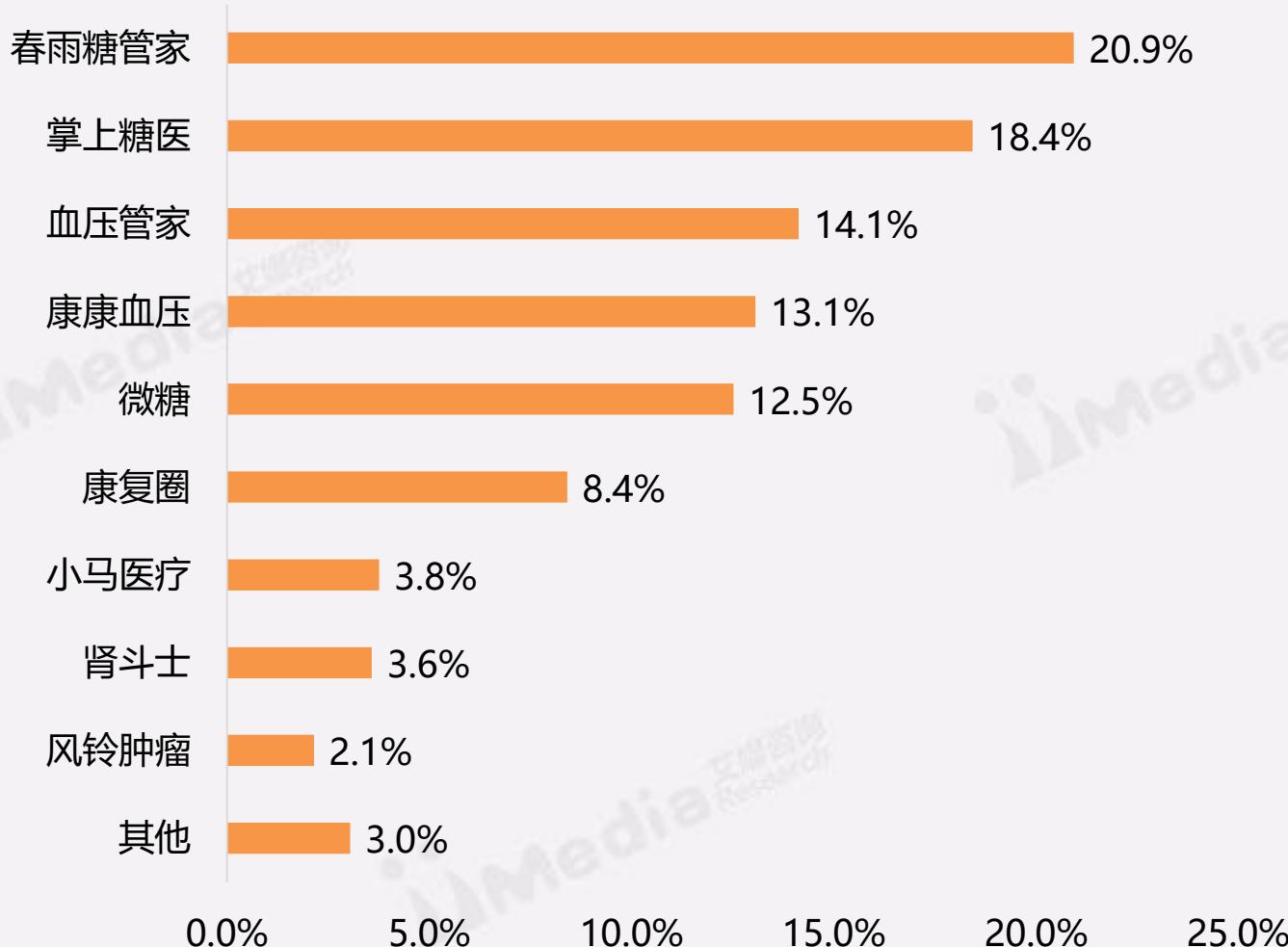


数据来源：iiMedia Research

手机网民对糖尿病慢病管理应用的了解最多

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年，了解春雨糖医生的用户最多，占20.9%，其次是掌上糖医和血压管家。艾媒咨询分析师认为，由于糖尿病、高血压等慢性病患者人数较多，市场为了迎合用户或患者的需求，主要提供糖尿病、高血压等相关产品与服务。但目前针对糖尿病、高血压等常见慢病细分领域，市场已出现供过于求的现象，同质化问题突出，未来企业针对其他种类的慢病人群需求会加大对产品的研发力度。

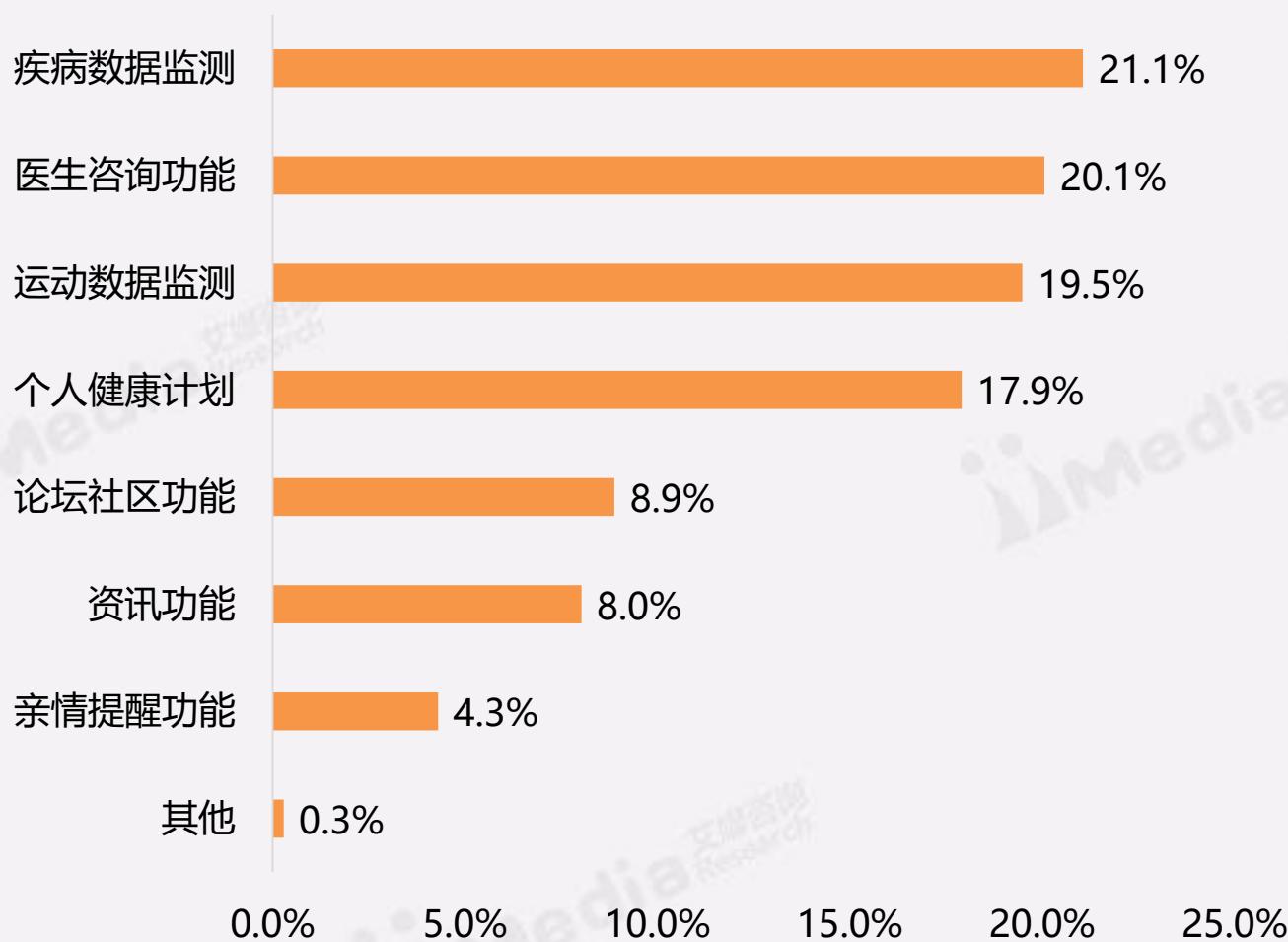
2016年中国手机网民对慢病管理应用知名度调查



身体数据监测是用户使用慢病管理应用的主要目的

iiMedia Research (艾媒数据) 显示，2016年，40.6%的用户使用过身体数据监测功能，20.1%的用户通过应用向医生进行咨询，17.9%的用户曾在应用中制定个人健康计划。艾媒咨询分析师认为，身体数据监测依然是用户或患者使用慢病管理应用的主要目的，但随着应用对社交功能的重视，慢病患者对交流互动等社交需求增强，论坛社区可能将会成为用户或患者使用慢病管理应用的一大动力。

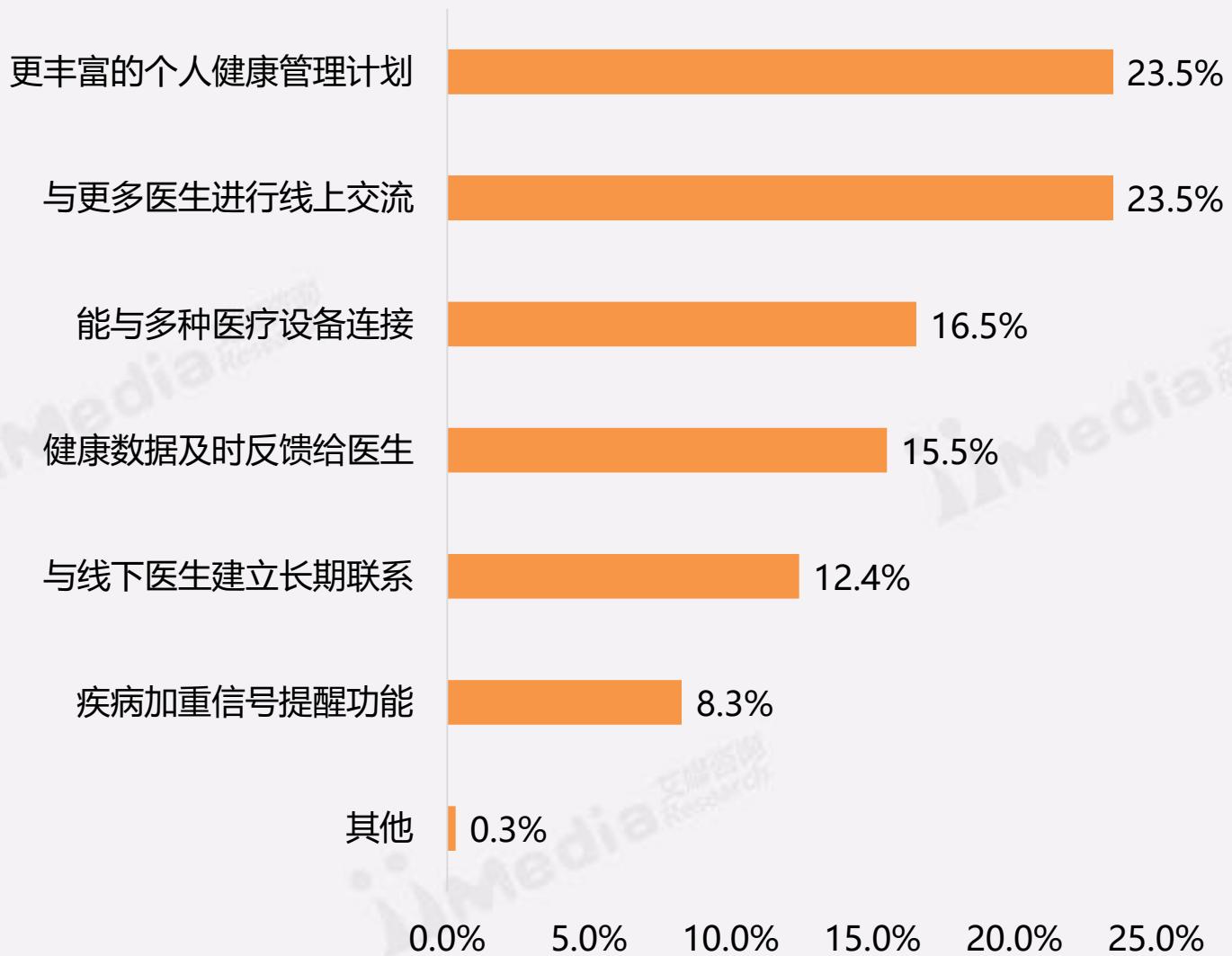
2016年中国慢病管理应用用户的功能使用情况调查



个性化和综合化健康管理服务是未来慢病管理应用的发展方向

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年，23.5%的用户希望慢病管理应用可以提供更加个性化、综合化的个人健康管理服务，并且他们期望与更多医生进行线上即时交流。艾媒咨询分析师认为，个性化和综合化的健康管理服务是未来慢病管理应用的发展方向，加之平台逐渐与多种医疗设备、可穿戴设备连接，像运动、疾病、睡眠等多维度数据可能会被导入到慢病管理应用中，正面影响个人健康管理计划的完善。

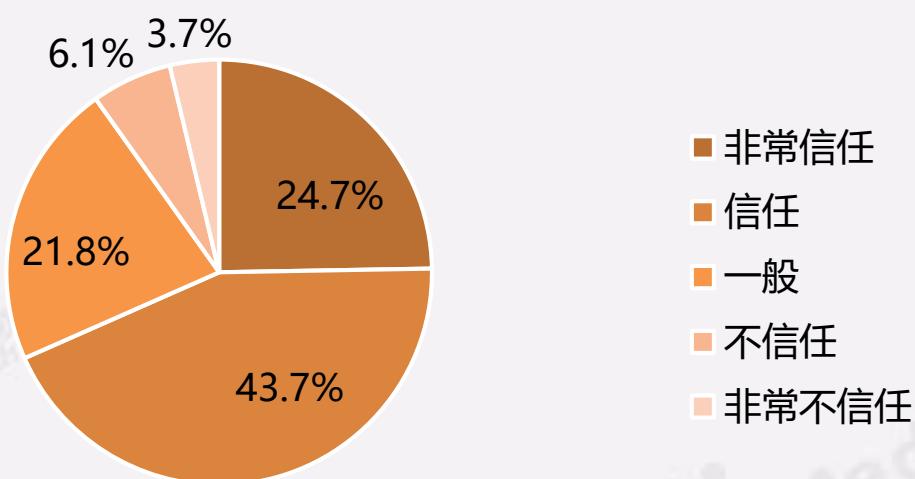
2016年中国慢病管理应用用户的期待因素调查



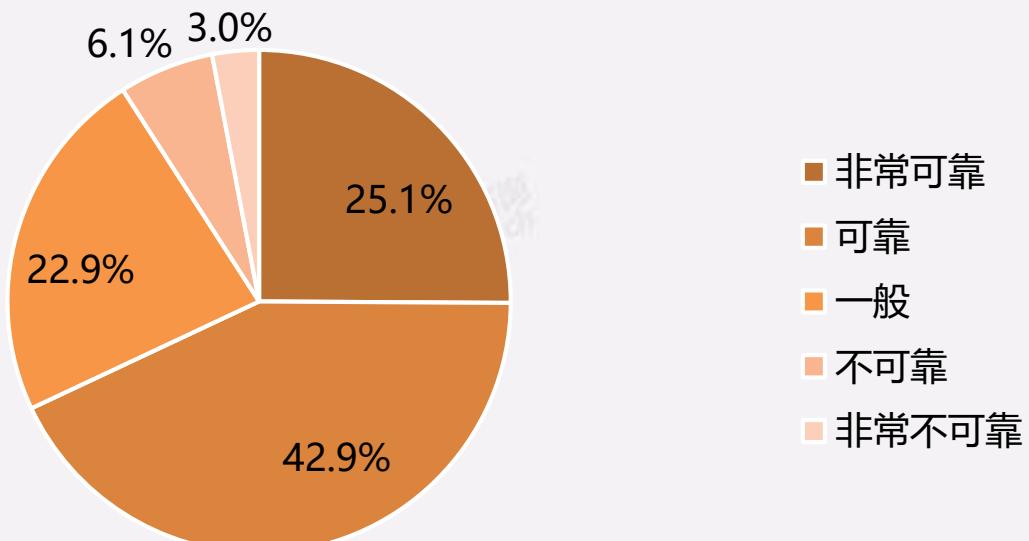
用户对慢病管理应用的信任度较高

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年，68.4%的用户对慢病管理应用中的建议表示信任，68.4%的用户认为慢病管理应用中的医生是可靠的。艾媒咨询分析师认为，用户对慢病管理应用所提供建议的信任度较高，如对健康资讯、养生建议、医生提供治疗方案比较认同，这也说明大部分用户能较好接受慢病管理应用的线上健康管理方式，未来应用可成为获取慢病医疗资源的新渠道，医院等卫生机构可通过应用提高诊后服务质量。

2016年中国慢病管理应用用户对提供建议的信任度分布



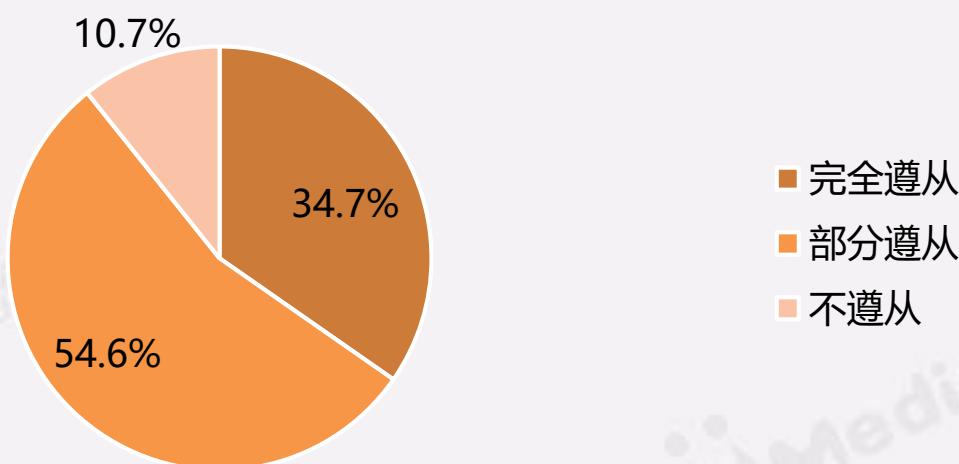
2016年中国慢病管理应用用户对医生可靠性意见分布



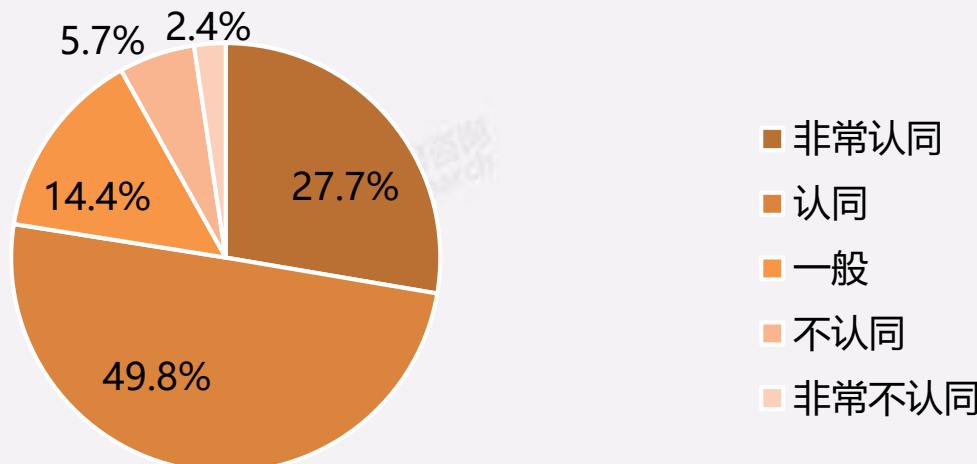
个人健康计划仍不够贴近生活

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年，54.6%的用户选择部分遵从慢病管理应用中的个人健康计划，77.5%的用户认为慢病管理应用对生活是便捷的。艾媒咨询分析师认为，慢病管理应用能提供身体数据监测、个人健康计划等服务，有效提高用户的生活效率。但由于个人健康计划的部分内容大多时候与用户工作、学习等安排有所冲突，因此应用在个人健康计划设置上仍需多加考虑日常行程安排、个人生活习惯、时间等多种因素，以保证健康计划能更加贴近用户的生活，满足用户生活的个性化需求。

2016年中国慢病管理应用用户对
健康计划的遵从性分布



2016年中国网民慢病管理应用用户对
生活便捷性认同度分布

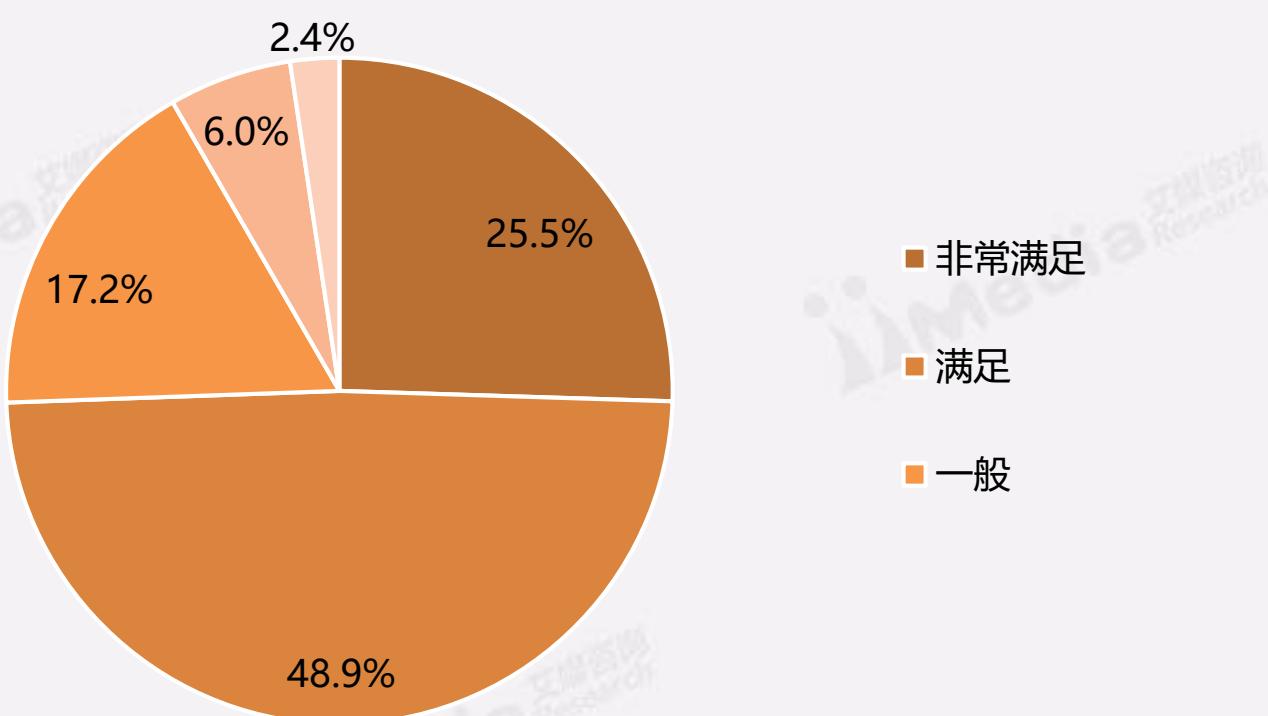


数据来源：iiMedia Research

慢病管理应用基本满足用户的使用期望

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2016年，74.4%的用户认为慢病管理应用能满足使用预期，只有8.4%的用户不满意慢病管理应用所提供的产品与服务。艾媒咨询分析师认为，由于目前用户主要使用慢病管理应用的身体数据监测功能，市面上大部分慢病管理平台基本满足这方面需求，因此个体对应用的使用满意度较高。但随着人们对慢病管理认识的加深，用户对产品功能和服务的个性化、多样化要求逐步提高，慢病管理应用只有通过不断加大对创新的投入，才能维持较高的用户使用预期。

2016年中国慢病管理应用用户的使用预期分布



移动互联网慢病管理面临的挑战

医疗资源供给不足

移动互联网慢性病管理虽然可以改善医疗资源和患者需求之间的匹配效率，提高患者自我管理的意识，但无法在短时间内快速增加医疗资源，吸引到更多知名专家和教授的入驻。

实施过程面临挑战

以对医疗数据的收集为例，中国的医疗数据丰富，但是医疗数据都分散在不同的部门和人手里，再加上共享意识薄弱，数据共享程度较低。

缺少顶层设计和行业规范

移动互联网慢病管理需要医保支付改革等多份政策落地。但目前国家只出台一些指导性的医改政策和建议，还缺少顶层设计和具体的行业规范。

同质化问题突出

移动互联网慢病管理应用数量多，但大部分功能过于趋同，同质化问题严重，参与主体仍需根据移动互联网慢病管理的痛点研发具有竞争优势的产品特色。

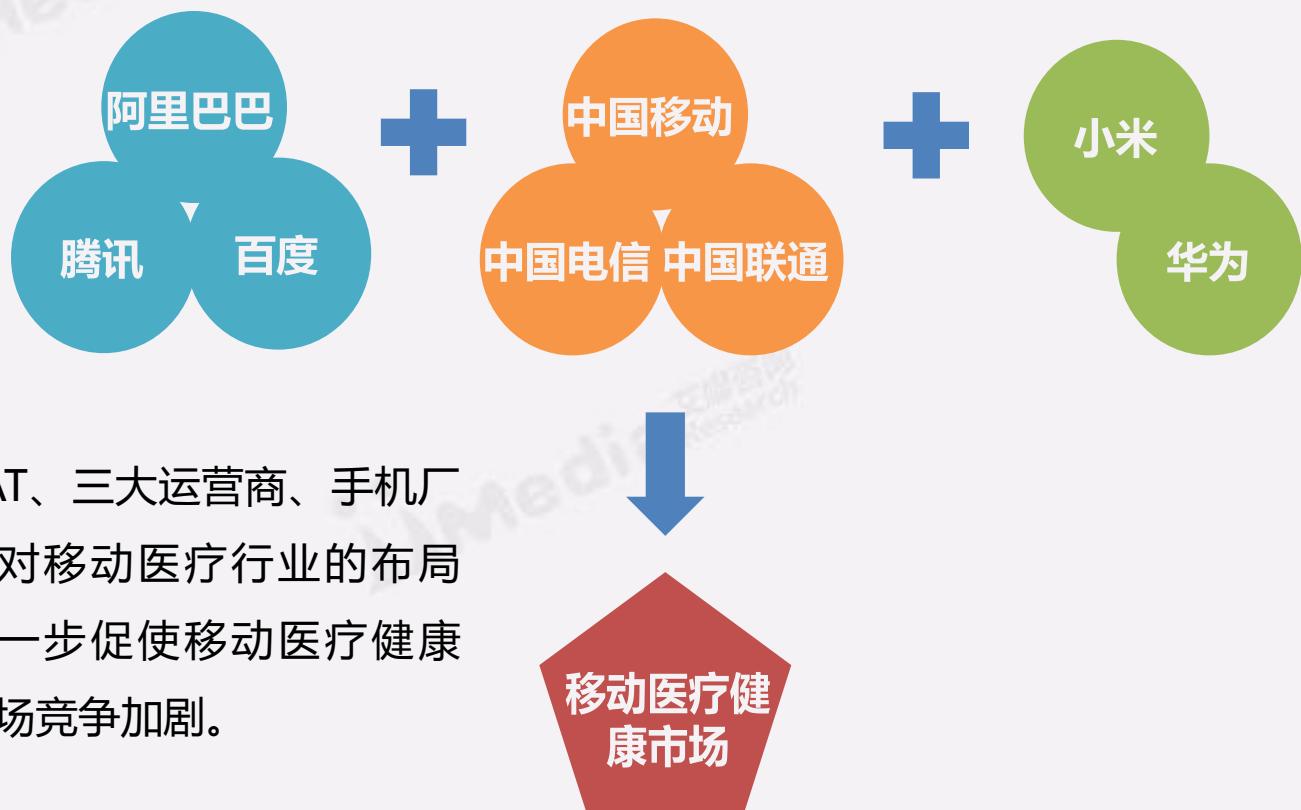


PART FOUR

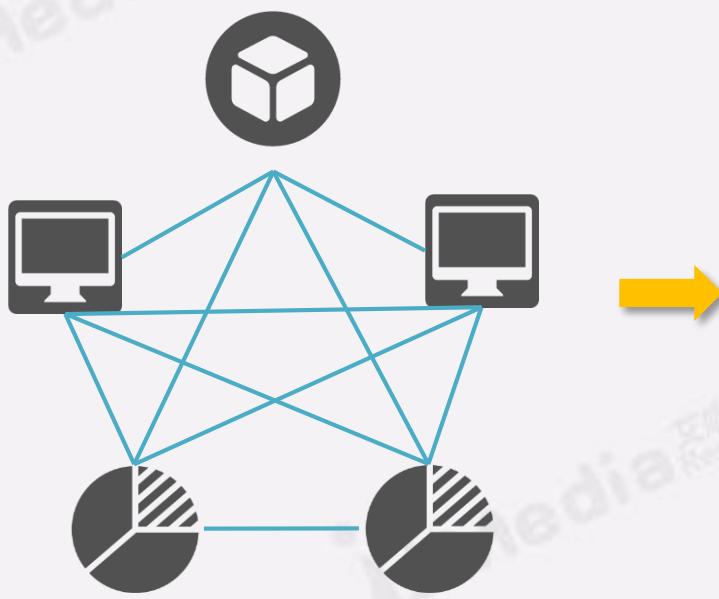
2017年中国移动医疗健康市场发展趋势

2017中国移动医疗健康市场发展趋势

跨领域合作使移动医疗健康市场的竞争加剧



移动信息共享平台能有效打破医院的“信息孤岛”



移动信息共享平台



有利于推动个人电子档案制度的建立与完善，实现医疗信息互联互通，大大改善由于就医地点改变所造成的信息遗漏等问题。

2017中国移动医疗健康市场发展趋势

互联网分级诊疗体系逐步深化

未来移动医疗企业不会局限于提供线上医生咨询等服务，还会进一步拓充线下业务，通过完全自营或者与线下卫生机构开展合作，搭建分级诊疗平台，为患者合理就医和转诊建立必要的通道，推动医疗资源和患者流量的流动与整合，促进互联网分级诊疗逐步深化。

可穿戴设备受到移动医疗市场关注

目前，可穿戴设备在移动医疗领域的应用正逐步扩大。除了能检测和监控人体各项数值变化外，近期已有智能穿戴设备投入医用治疗领域。随着“互联网+医疗”深入推进信息化，以及“健康中国”建设的全面提速，可穿戴医疗设备有望步入快速发展期。

多渠道盈利模式带动移动医疗企业的发展

目前部分移动医疗企业面临营收上的难题，但随着移动医疗服务内容多元化，服务对象多方化，未来移动医疗企业能够在药品制造、临床治疗、保险产品制定、广告精准投入等方面收获新的商业价值，带动企业发展。



北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、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。



ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

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。

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

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。



法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归属于艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；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。



因为专注，
所以专业！

Since 2010, We focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网
大数据挖掘与分析机构