



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

2015年中国“互联网+”医疗研究报告

2015 China “Internet +” Medicine Research Report

(内部精简版)

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进行分析研究。

- 通过对行业专家、政府部门与相关企业进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得需要的相应数据。
- 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和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据进行分析。
- 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alex@iimedia.cn](mailto:alex@iimedia.cn)。

医疗



创新·重构·转型·变革

餐饮



“互联网+”洞察研究计划

2015年3月5日，十二届全国人大三次会议在人民大会堂开幕，国务院总理李克强在政府工作报告提出，将制定“互联网+”行动计划。这是此行业热词首次出现在政府工作报告中，“互联网+”生态战略获奖成为国家重要战略。

为了让创业者精准把握商业机遇、助力传统行业积极转型、让大众更了解“互联网+”……艾媒咨询隆重开启“互联网+”洞察研究计划——7大行业报告+1部干货纸书，餐饮、医疗、社区服务、出行、金融、房产、教育全面扫描，挖掘潜藏的行业数据，分析真实的成功案例，总结无形的转型理论，并把精华内容集结成书——艾媒咨询首部大手笔互联网+实体图书巨著《互联网+：颠覆还是被颠覆》。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

目录

CONTENTS

- 2015年中国“互联网+”医疗行业基本状况
- 2015年中国“互联网+”医疗用户调查分析
- 2015年中国“互联网+”医疗行业典型案例分析
- 2015年中国“互联网+”医疗发展趋势

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询（iiMedia Research） All Right Reserved

2015年中国“互联网+”医疗行业基本状况

“互联网+”医疗 研究背景

“互联网+”医疗领域囊括了医药电商、健康管理、智能硬件、医患社交等细分领域。

本报告主要针对医药电商、健康管理、智能硬件等移动医疗领域进行市场解析、用户研究以及未来趋势预测。



数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

“互联网+” 医疗 发展背景概述

在中国，“看病难、看病贵”等问题较为突出，无论是医院、医生还是患者均存在诸多痛点。其中最根本的原因在于医疗资源的分配失衡。随着移动互联网、大数据、可穿戴设备以及云计算的发展，移动医疗有望推动中国医疗资源进行优化配置，提升效率。借助于互联网技术的发展，在互联网+的驱动下，互联网医疗、移动医疗必将推动医疗行业快速发展，优化医疗资源配置。



数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

“互联网+”医疗 最新动态

- ① **行业全领域均衡发展，新生态即将完成：**2014年，互联网在线问诊、线上售药、线上挂号等都得到了迅速的发展。在2015年，在线问诊、在线买药将紧密结合，进一步打通在线求医、买药等多个环节，构建互联网医疗新生态。在众多商业模式中，目前看来，最有潜力的方向主要有医患社交平台、医药电商、智能可穿戴医疗设备等。
- ② **BAT积极布局，行业竞争白热化：**过去一年里，BAT纷纷开始布局在线医疗，百度战略投资“健康之路”（医护网）；阿里巴巴则从药品开始切入，构建医药电商，并借此从药品O2O扩展至医疗O2O，建立起完整的医药生态闭环；腾讯在投入7000万美元到丁香园后，又以1亿美元领投挂号网。据微信官方发布的数据显示，2014年底全国已经有近100家医院上线微信全流程就诊，超过1200家医院支持微信挂号，服务累计超过300万患者，为患者节省超过600万小时。
- ③ **资本持续疯狂涌入移动医疗领域：**2015年上半年，国内互联网医疗领域风险投资总额将近8亿美元。2015上半年，在互联网医疗领域的总投融资额已几乎实现2014年全年投融资额的超越，资本进一步加速在产业的布局，推动行业快速发展。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询（iiMedia Research）All Right Reserved

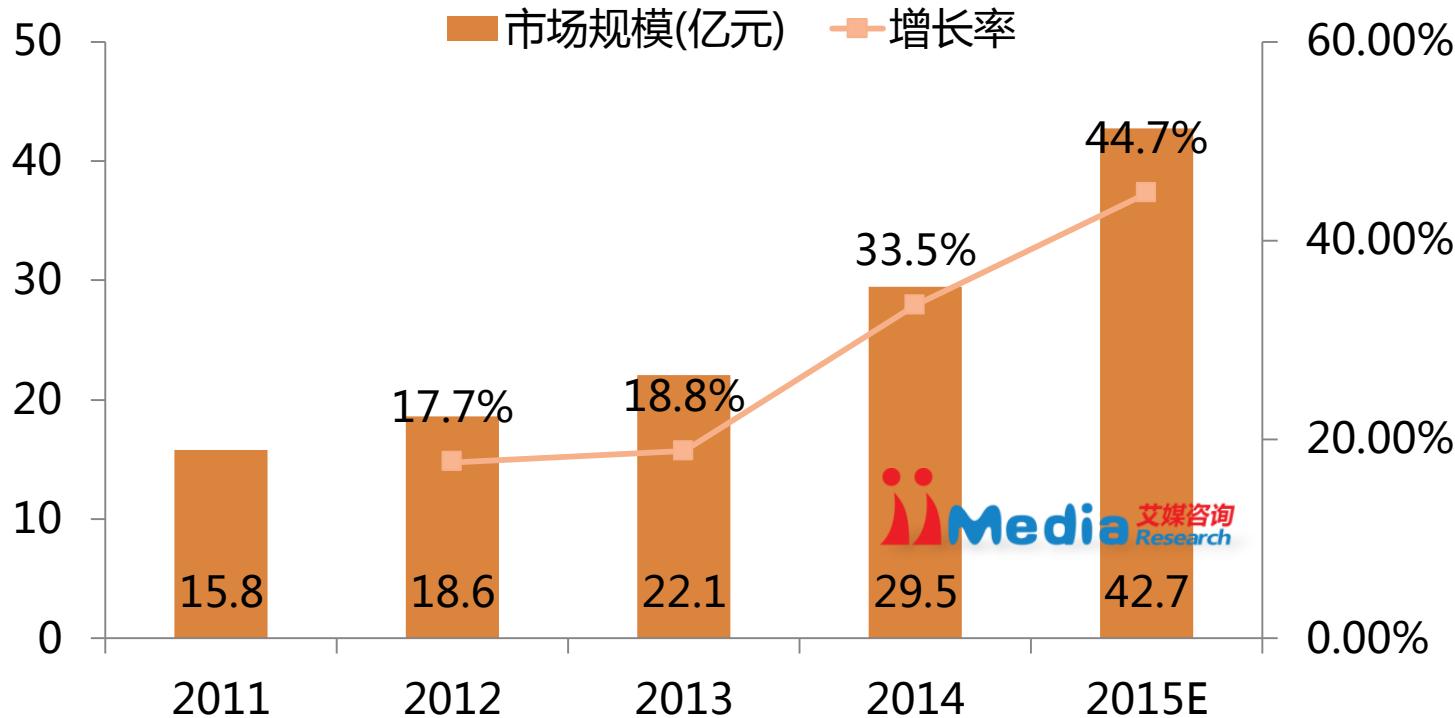
“互联网+” 医疗 最新动态

- ① **互联网医疗垂直企业发力崛起：**对于已在互联网医疗领域深耕多年的企业来说，如春雨医生、好大夫在线等，目前已积累了一定的用户数量，同时在产品以及技术上积累一定的优势。在“互联网+”政策的进一步推动下，这些企业纷纷发力，加大对产业的投入。春雨医生致力打造O+O医疗服务（online私人医生+offline线下诊所）。在线下诊所方面，春雨医生预计将在2015年底完成在全国50个大中型城市开设300家诊所的目标。好大夫在线则在2015年6月获6000万美元C轮融资，将继续完善PC端医疗信息和医患沟通平台，为用户更好地提供包括医患咨询服务、医院医生信息查询服务、病情优先网上加号服务等服务。
- ② **市场角色增多，大企业凸显优势：**不仅BAT，连软件巨头如东软集团、膳食巨头汤臣倍健也都加入行业竞争。2014年年底，东软集团完成了合计约37亿元的国内医疗领域最大单笔融资案，希望构建新的医疗健康创新平台。东软作为国内软件业的巨头，在全国有5000多家合作医院，这也为其在移动医疗领域的发展打下稳固基础。而汤臣倍健作为一家医药健康企业，连续在移动健康领域投资了健康管理平台、跨境电商、保险以及女性健康APP。同时借助其在行业的传统优势，有望在互联网医疗市场杀出血路。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询（iiMedia Research） All Right Reserved

2015年中国移动医疗市场规模预测



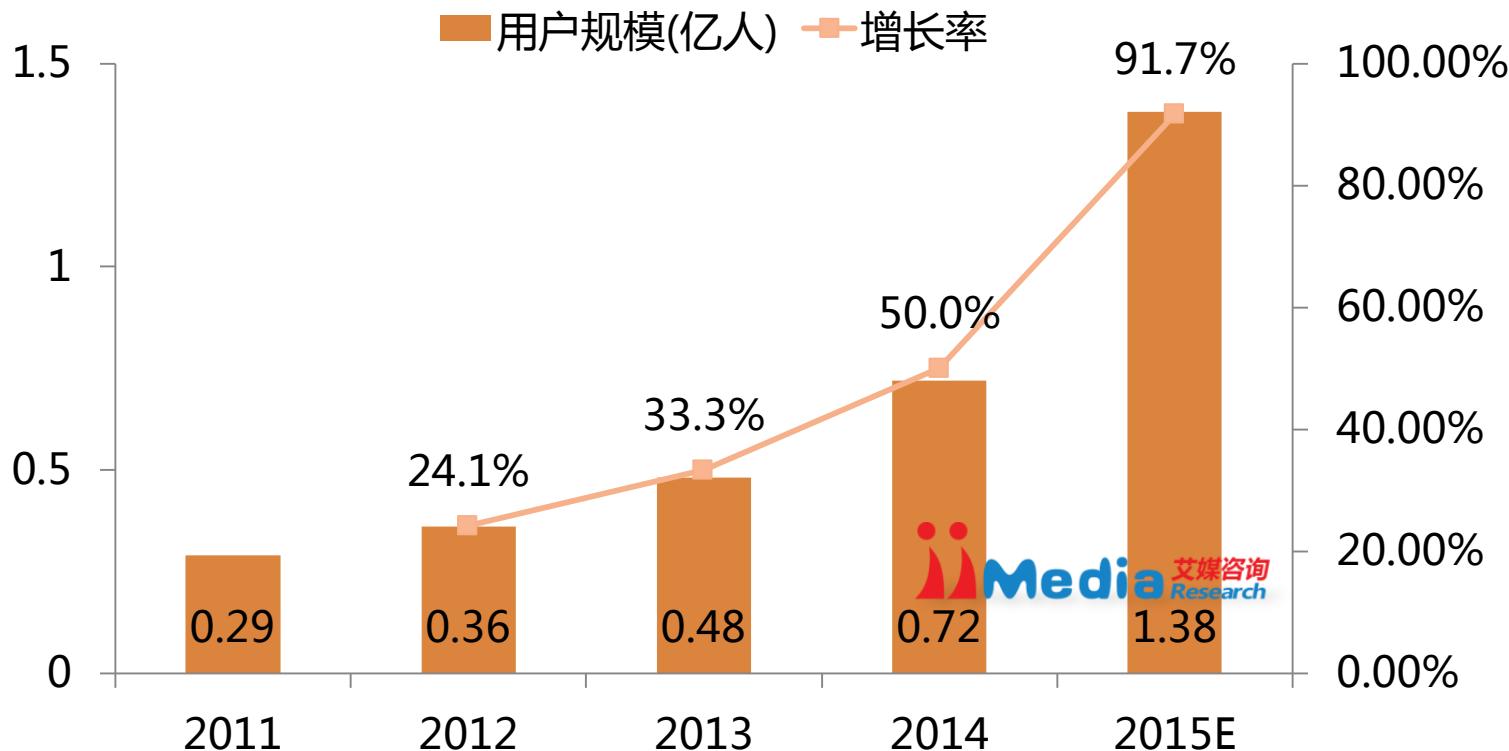
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2014年中国移动医疗市场规模达到29.5亿元。2015年中国移动医疗市场规模将达42.7亿元，增长率为44.7%。

艾媒咨询分析认为，在资本的强力驱动下，中国移动医疗产品正在逐渐趋向成熟，产业生态圈正在逐步完善。在互联网企业及传统医疗机构的共同努力下，中国移动医疗市场将继续保持高速增长。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015年中国移动医疗市场用户规模及预测



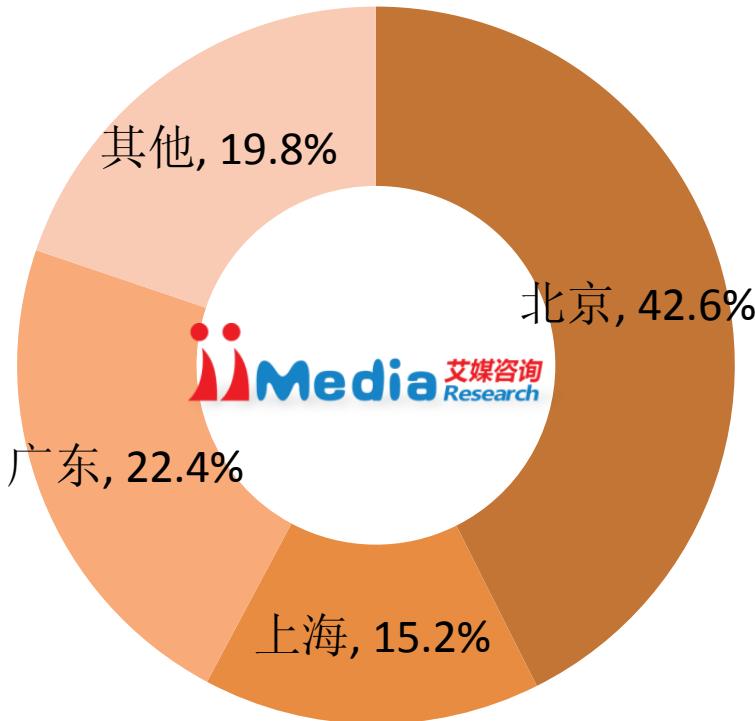
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2014年中国移动医疗用户规模达到0.72亿人，2015年移动医疗用户规模将达1.38亿人。

艾媒咨询分析认为，随着移动医疗市场的逐渐升温，越来越多的创业者加入到移动医疗的浪潮中，不断推出各种具有竞争力的移动医疗产品，吸引了大批用户。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015上半年中国移动医疗企业地域分布



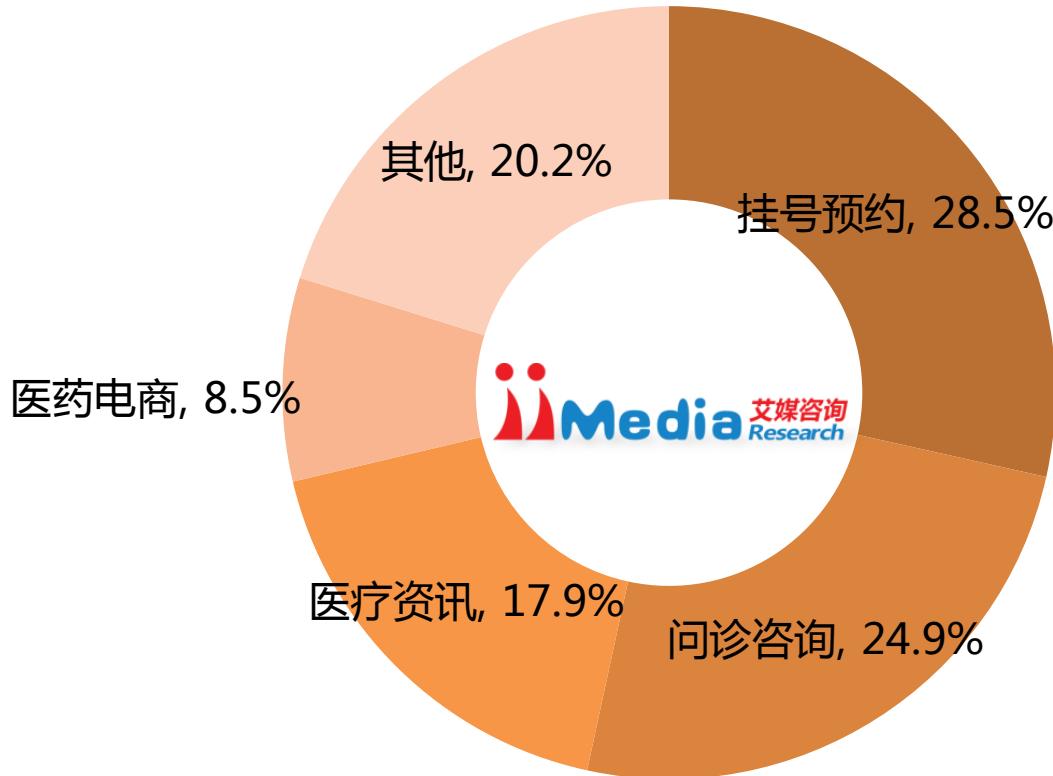
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2015年上半年中国移动医疗企业地域分布主要集中在北京、上海、广东三个地区。其中北京移动医疗企业占比42.6%，上海移动医疗企业占比15.2%。

艾媒咨询分析认为，北京、上海以及广东三个地区在移动互联网行业发展中一直处于领先地位，这也为当地的移动互联网创业企业提供有效的帮助，因此当前大多移动医疗企业均集中于这三个地区。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015上半年中国移动医疗应用类型分布



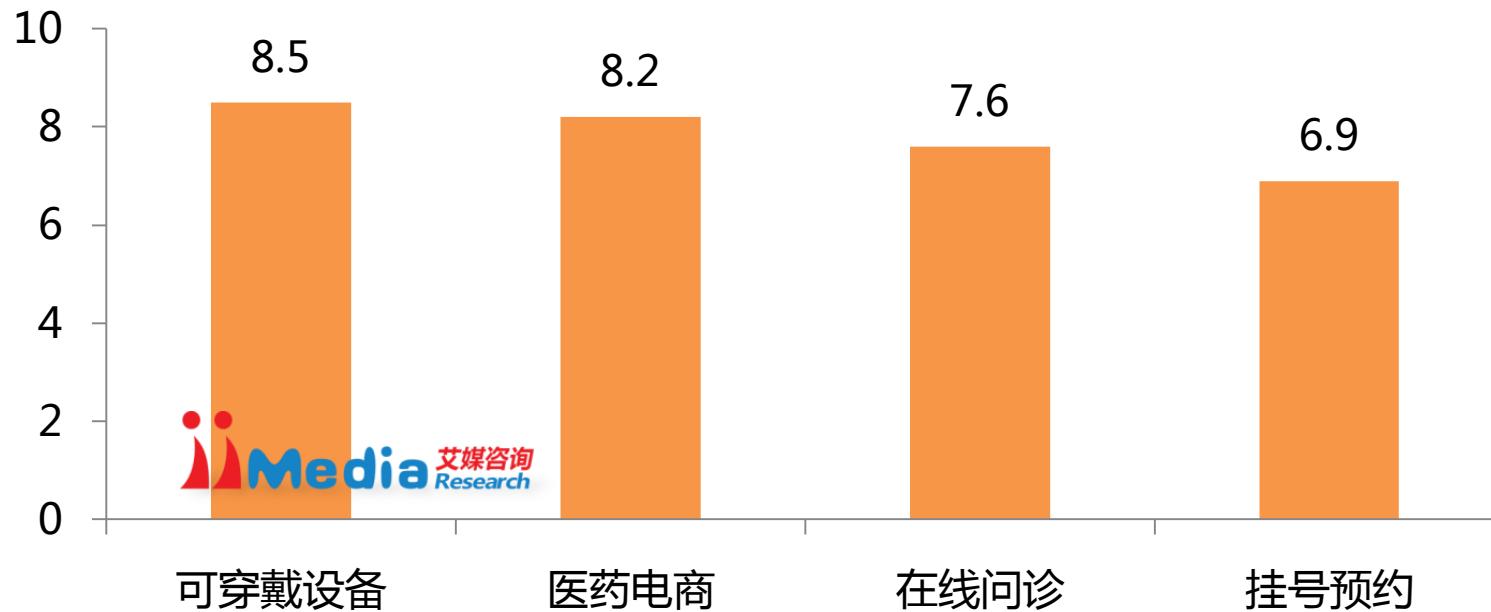
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2015年上半年，中国移动医疗应用类型主要为挂号预约类、问诊咨询类、医疗资讯类，分别占比28.5%、24.9%以及17.9%。

艾媒咨询分析认为，目前中国移动医疗行业格局仍然未定，对行业内企业来说，各细分领域的机会还有很多，这也进一步催化了行业竞争的激烈性。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015中国移动医疗（创业）发展潜力指数



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在2015中国移动医疗（创业）发展潜力排行中，可穿戴设备排名第一，医药电商排名第二，在线问诊和挂号预约紧随其后。

艾媒咨询分析认为，从当前行业热度来看，可穿戴设备无疑走在移动医疗行业的前沿。而随着医药监管制度的落实，医药电商或将迎来发展良机。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

“互联网+”医疗 行业图谱

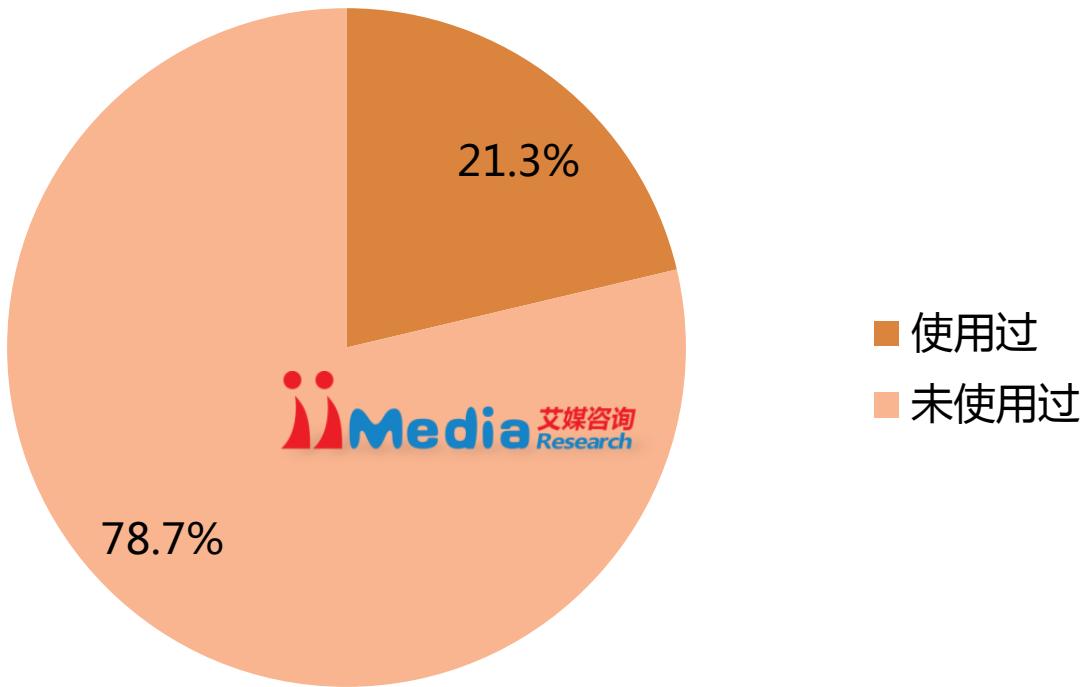


数据来源 : iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015年中国移动医疗用户行为调查

2015上半年中国手机网民移动医疗产品使用率

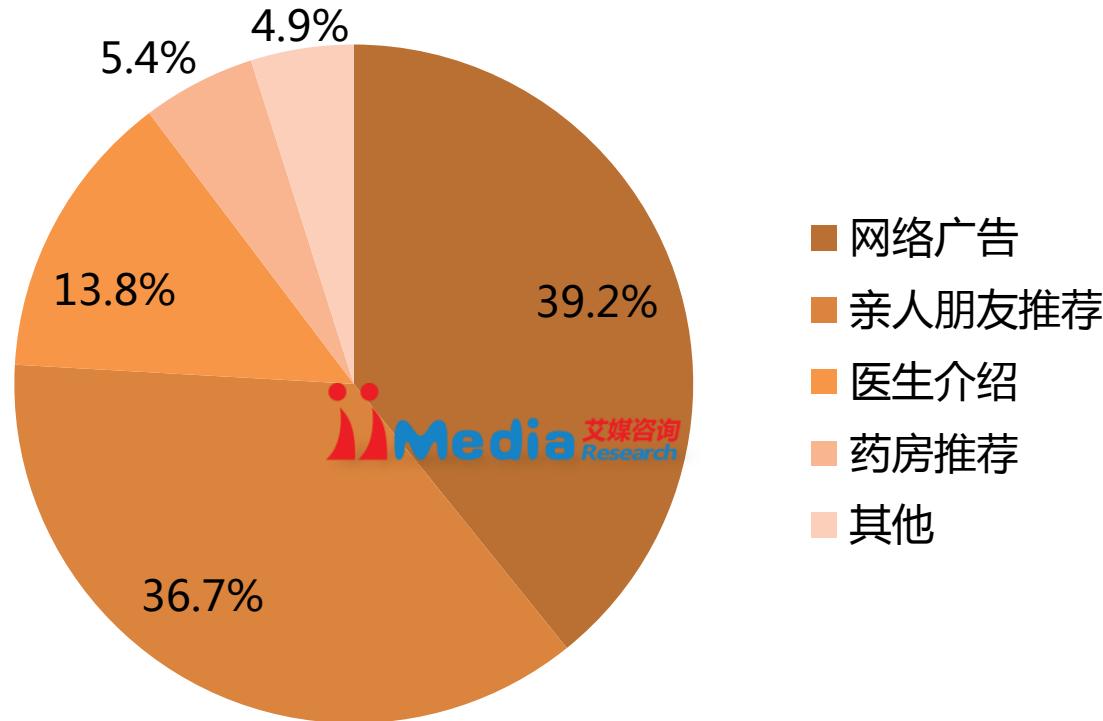


iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示 , 2015年上半年 , 21.3% 的中国手机网民表示曾经使用过或正在使用移动医疗产品 , 78.7% 的中国手机网民表示未使用过移动医疗产品。

数据来源 : iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015年中国手机网民移动医疗产品了解渠道分布情况



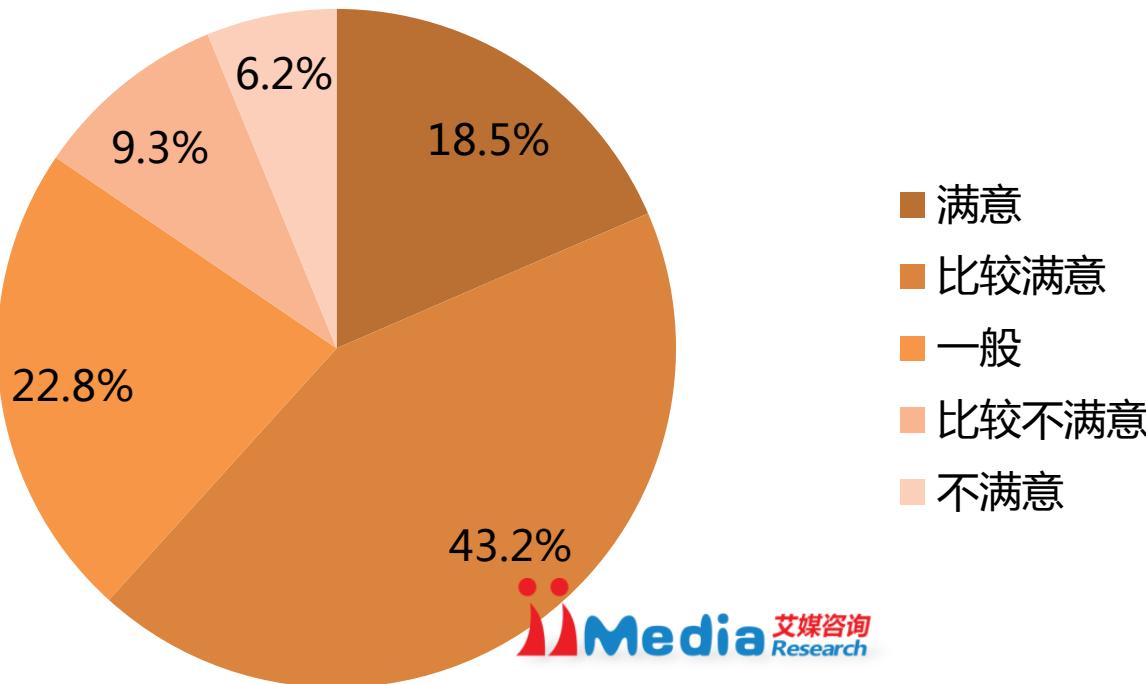
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，2015年，39.2%的中国手机网民通过网络广告了解移动医疗产品；36.7%了解移动医疗产品则是通过亲人好友推荐渠道。

艾媒咨询分析认为，目前移动医疗市场仍处于初级阶段，随着产业的进一步成熟，移动医疗产品的宣传渠道也将更加多样化，用户普及速度也会进一步加快。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015年中国移动医疗用户产品满意度情况



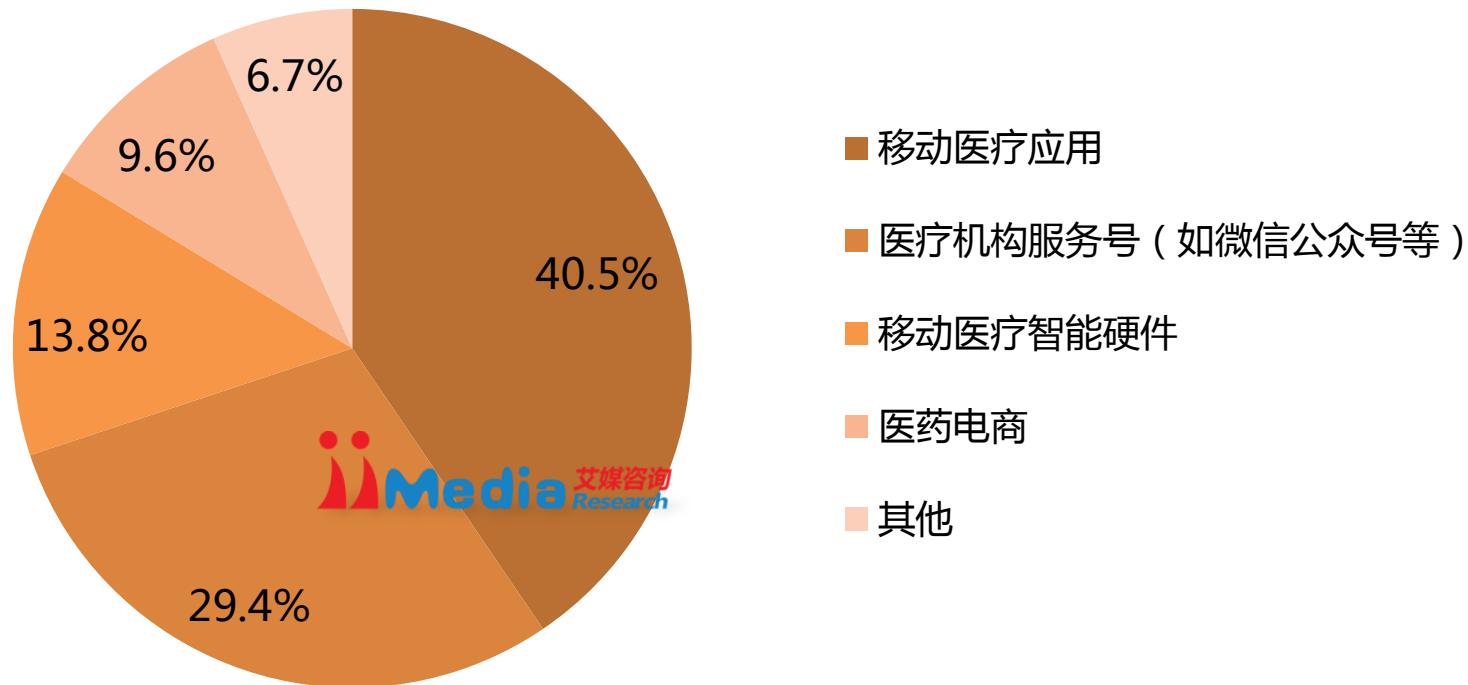
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在移动医疗用户对产品满意度上，18.5%的用户表示满意，43.2%的用户表示比较满意。而仅有6.2%的用户在使用之后对移动医疗产品非常不满意。

艾媒咨询分析认为，目前用户普遍从移动医疗产品中得到了相应的医疗健康服务辅助，大多用户体验趋向满意，但仍有相当大的上升空间。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015年中国移动医疗用户使用产品类型分布



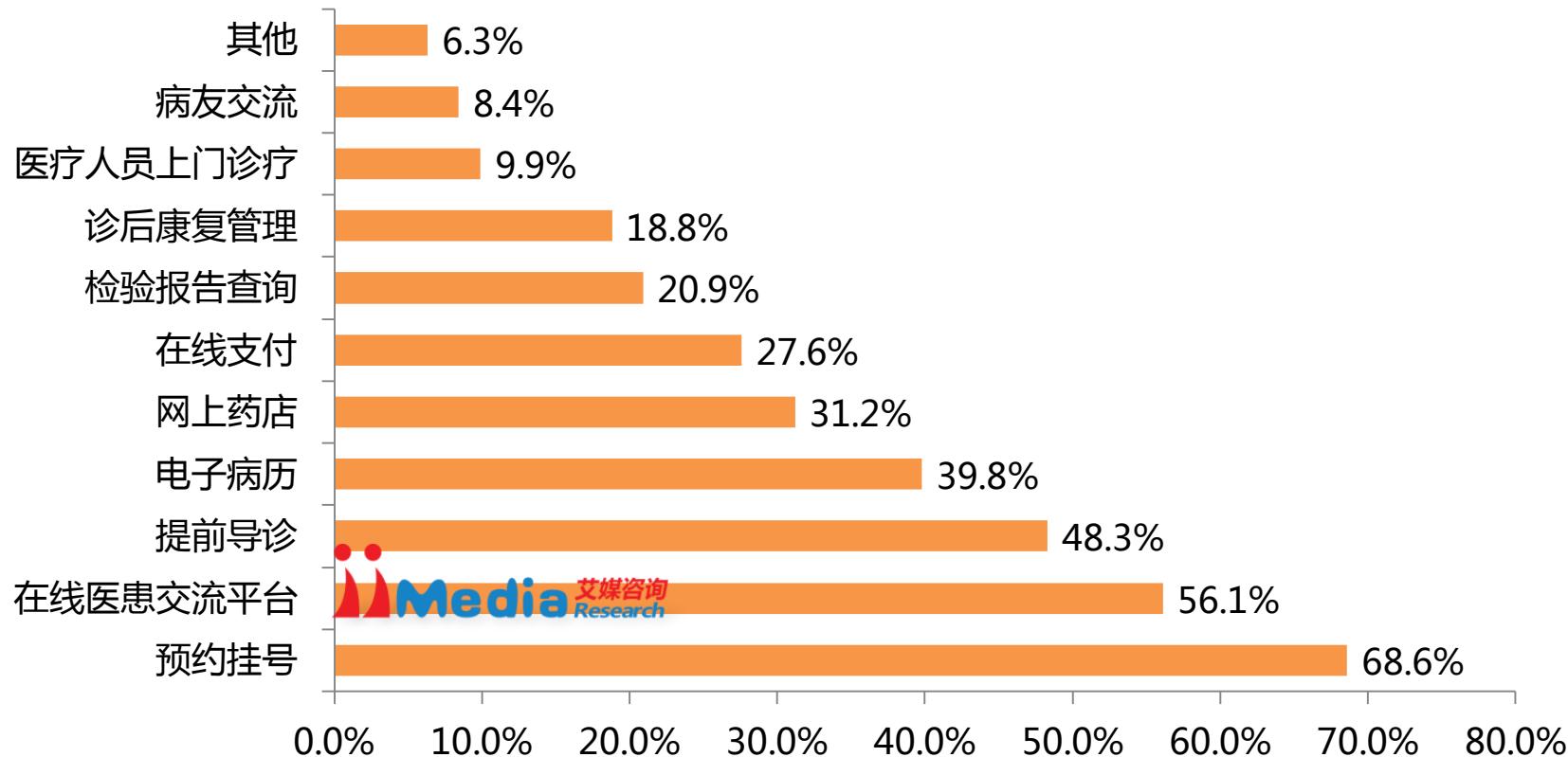
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在目前的移动医疗产品当中，移动医疗应用使用率最高，为40.5%；其次为医疗机构的服务号，占比29.4%；智能硬件和医药电商的使用率相对前两者偏低。

艾媒咨询分析认为，目前移动医疗应用品种繁多，其在用户当中的普及率也最高。而一些医疗机构的资讯服务号在进一步引进了线上挂号、支付等功能之后，也得到了一部分用户的青睐。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015年中国移动医疗用户功能需求类型分布



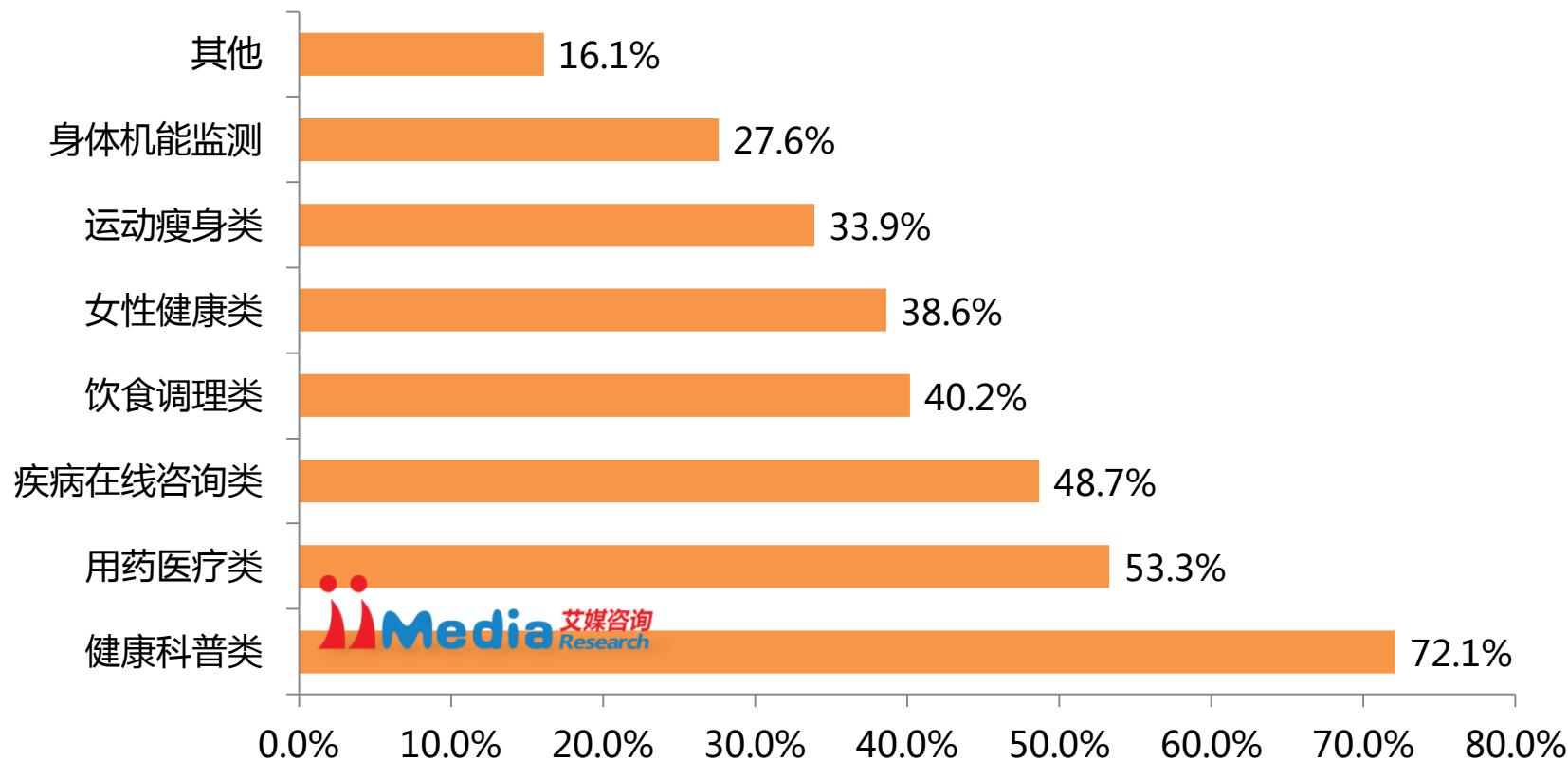
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在功能需求上，68.6%的移动医疗用户选择预约挂号为主要需求；56.1%的用户则认为移动医疗有助于搭建在线医患交流平台。

艾媒咨询分析认为，移动互联网技术的发展，明显提高了用户在医用资源上的便利性，提升了效率。同时，用户也对移动医疗提出了更高的要求，用户需求较为多样化。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015年中国移动医疗用户服务需求类型分布



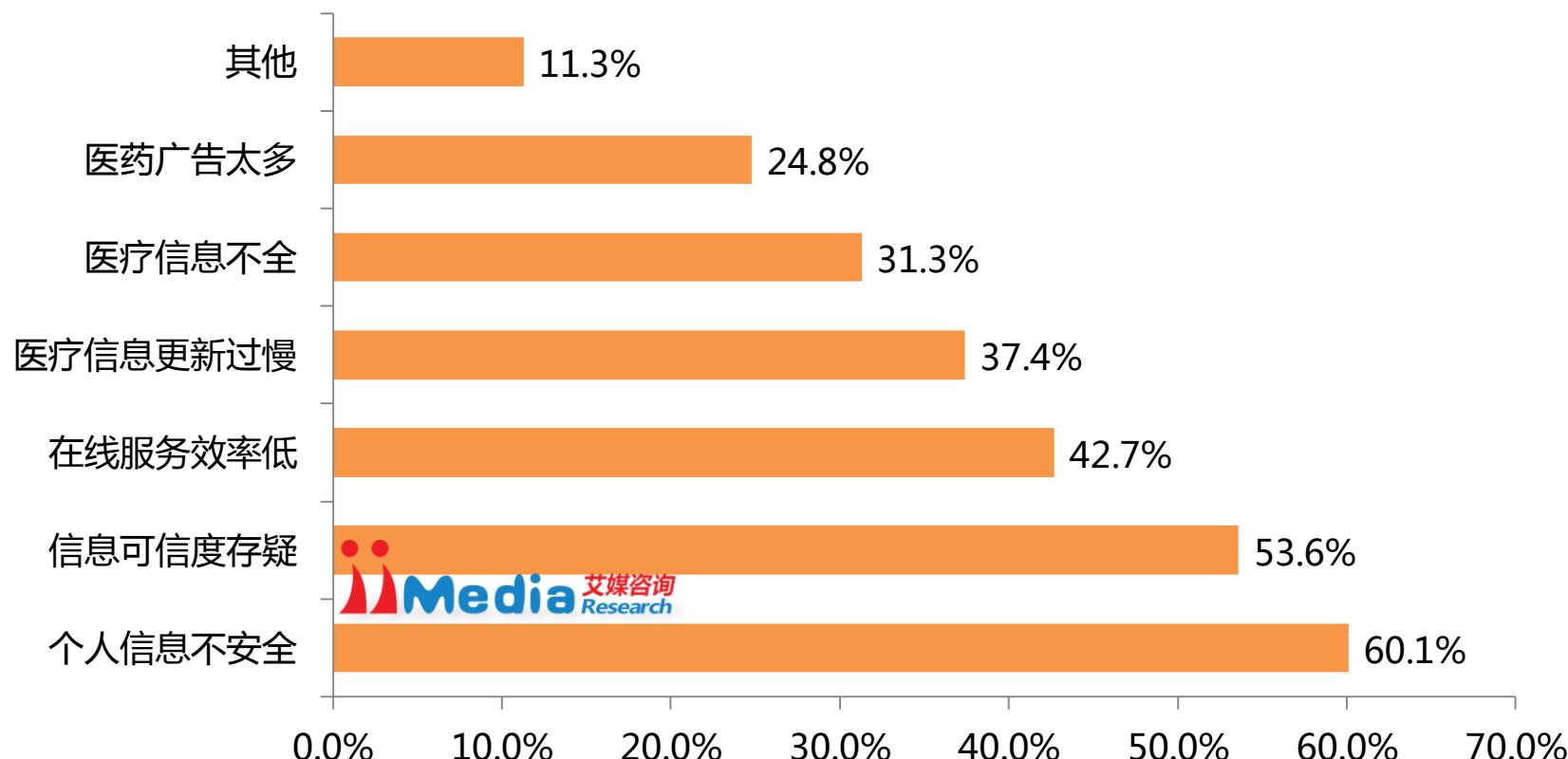
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在服务需求类型上，72.1%的移动医疗用户集中在健康科普类；53.3%的用户使用的为用药医疗类；48.7%的用户则需要在移动端进行疾病在线咨询。

艾媒咨询分析认为，目前用户在移动医疗的需求已从健康资讯科普逐渐扩散，包括在线咨询、到日常健康保健等，应用范围越趋广泛，移动医疗产品生态也将越趋完善。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015年中国移动医疗用户对移动医疗服务不满原因分布



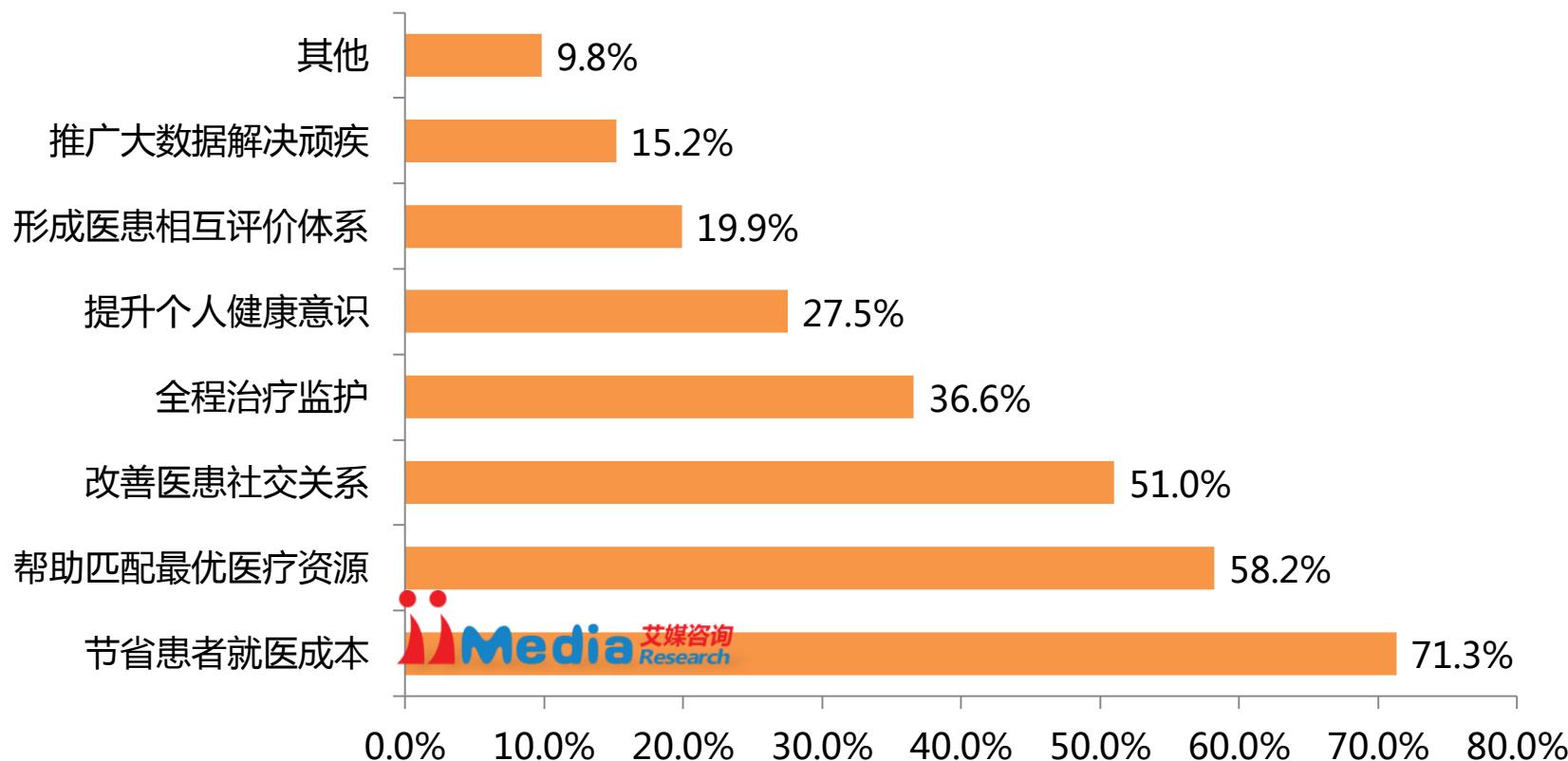
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，60.1%的移动医疗用户认为目前移动医疗服务对个人信息安全方面的保障不足；另外，平台信息可信度低、服务效率低也是用户不满的主要愿意，两者分别占比53.6%和42.7%。

艾媒咨询分析认为，目前移动医疗生态建设仍然处于初级阶段，政策监管制度也有待完善。这导致了用户对移动医疗产品的信任度不高，在一定程度上也妨碍了移动医疗的发展。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015年中国移动医疗用户服务期望改进服务类型分布

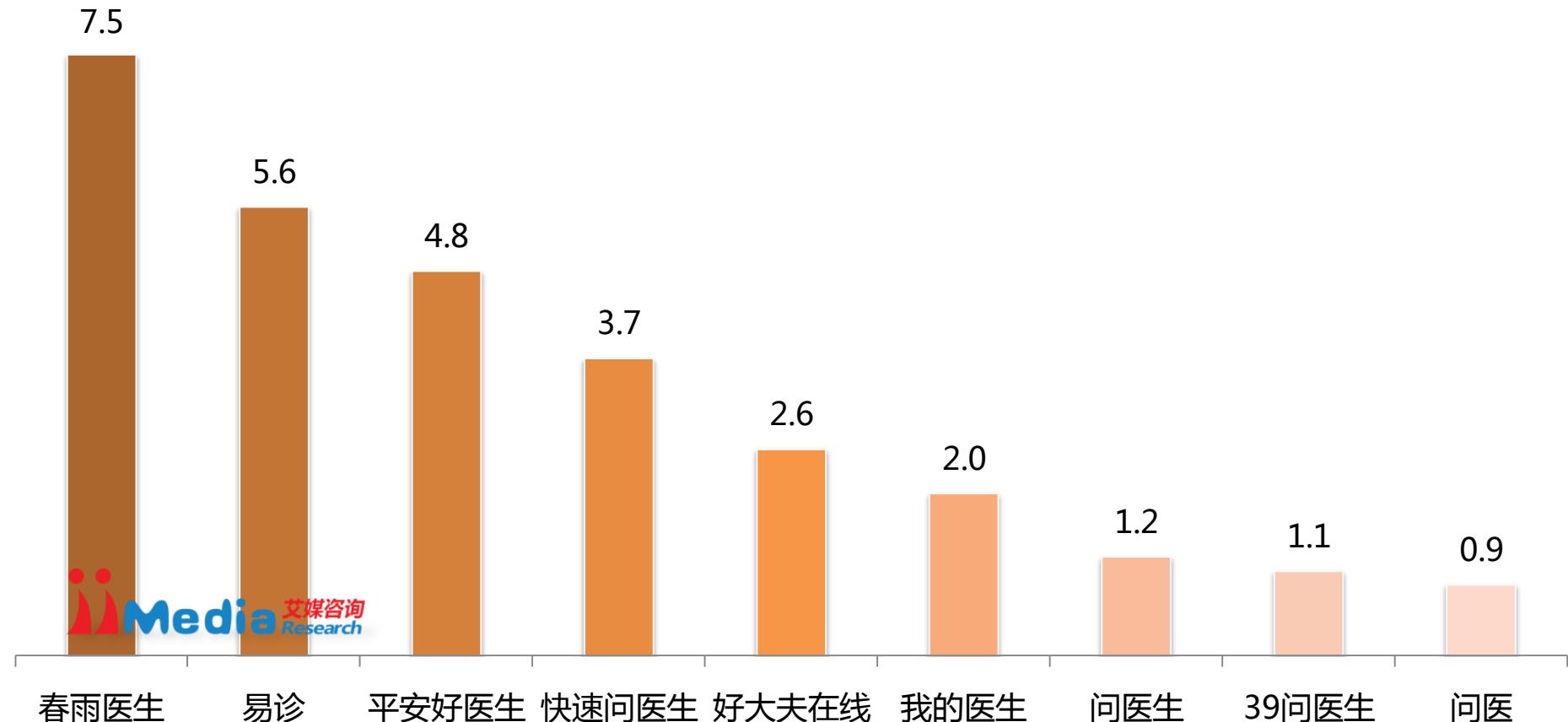


iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，71.3%的移动医疗用户希望通过移动医疗来节省就医的经济以及时间成本；58.2%的用户希望通过移动医疗帮助匹配到最佳的医疗资源；51.0%的用户则期望移动医疗能进一步改善医患社交关系。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015中国移动医疗之问诊咨询类应用综合竞争力排行



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示，在中国移动医疗问诊咨询类应用综合竞争力排行中，春雨医生以7.5分排名第一；易诊以5.6分排名第二；平安好医生、快速问医生、好大夫在线位列3~5位。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

2015年中国“互联网+”医疗 行业典型案例分析

“互联网+”医疗 BAT之争



当前阿里主要布局分布在[阿里-未来医院](#)、[天猫医药](#)、[阿里健康](#)三者。借助阿里本身在移动支付上的优势，打通B2B以及B2C的交流渠道，彻底深化O2O在在线医疗的应用。



Tencent 腾讯

腾讯在充分利用[微信](#)超级APP优势的情况下，配合[挂号网](#)还有[丁香园](#)的助力，已经轻松实现O2O。而在智能设备还有垂直搜索方面，腾讯同样也有着如[糖大夫](#)等相关部署。



百度凭借与[301医院](#)还有[医护网](#)的战略合作，当前已搭建互联网医疗线上平台，同时已逐步将百度医疗服务拓展延伸至线下。百度利用其在大数据方面的优势，配合Dulife硬件平台，打造互联网医疗生态圈。



数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved



“互联网+”医疗 移动医疗平台 春雨医生

春雨医生是国内首家基于手机终端的移动医疗品牌，致力于利用移动互联网的技术解决用户就医难题。目前，春雨以“医患关系”为基础，通过线上+线下的融合建立移动医疗生态体系。通过与可穿戴设备厂商、药厂、保险等上下游企业合作，为健康、老年、慢病等病痛用户提供个性化的健康解决方案，进一步解决“看病难、药价高、保险亏”等难题。



7850万
用户

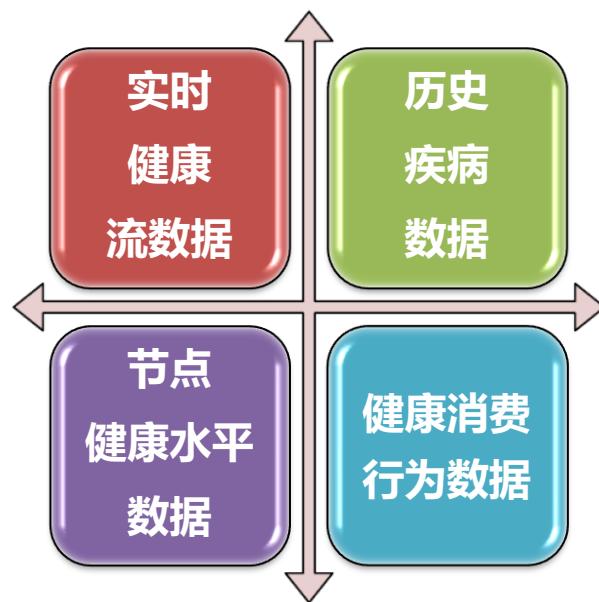


30万
注册医生



8000万条
健康数据

(数据截止到2015年8月)



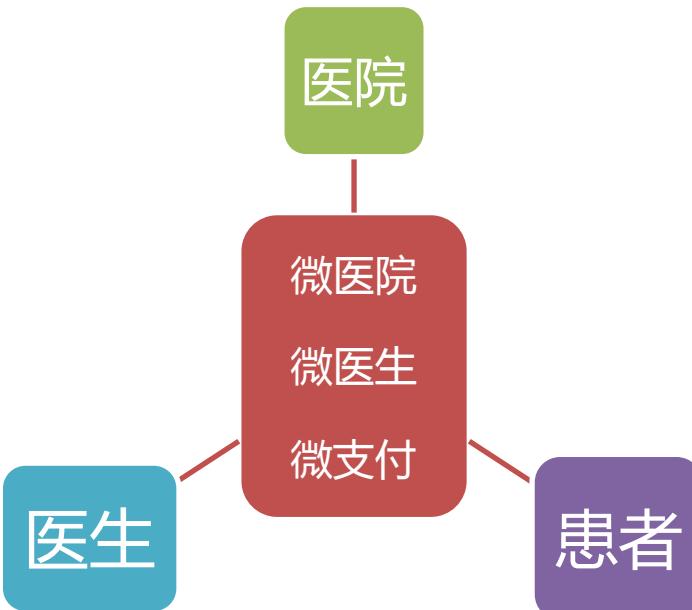
春雨医生目前已联合中国科学院大学成立健康大数据实验室，将在包括实时健康流数据、历史疾病数据、节点健康水平数据、健康消费行为数据四个维度上开展研究和实际应用：针对20种中国人常见病进行数据建模，定义数据采集的规范和传输标准，利用机器算法对这20种疾病进行自动化健康预警。该系统将打通春雨的医患交流平台，在实时监测数据的基础上提供线上线下的长期医疗服务和紧急医疗救助，并利用互联网进行健康状态警报，实现高度智能化的慢病管理，并通过管理降低发病率、最终降低治疗费用。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

“互联网+”医疗 医疗服务平台 挂号网

挂号网是国家卫生和计划生育委员会批准的全国就医指导及健康咨询的移动医疗服务平台。截至2014年7月，挂号网已经与全国23个省份、900多家重点医院的信息系统实现连接，拥有超过3000万的实名注册用户、10多万名重点医院的专家。2011、2012、2013年度，挂号网累计服务患者人次分别为650万、2800万、7200万，2014年这一数字超过1亿。



微医是挂号网的移动互联网入口，是以“微医院”、“微医生”和“微支付”为主要内容的移动医疗服务集合平台，连接医院、医生、患者三方，为用户提供移动互联网就医入口。

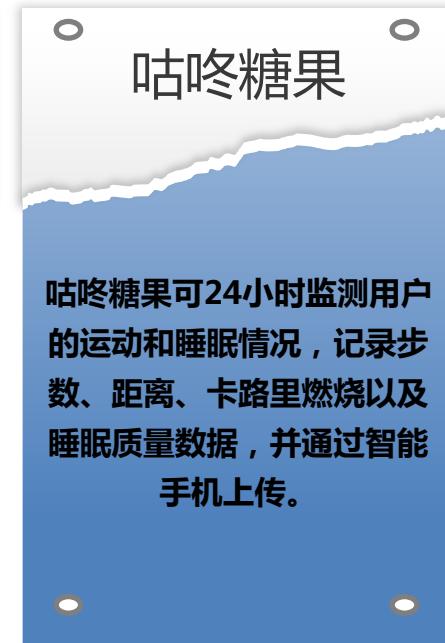
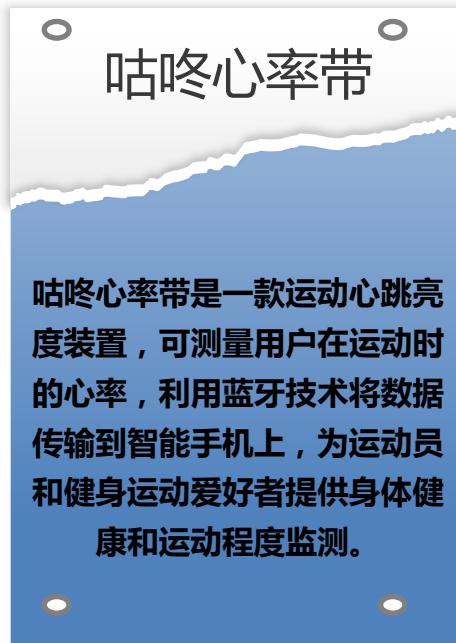
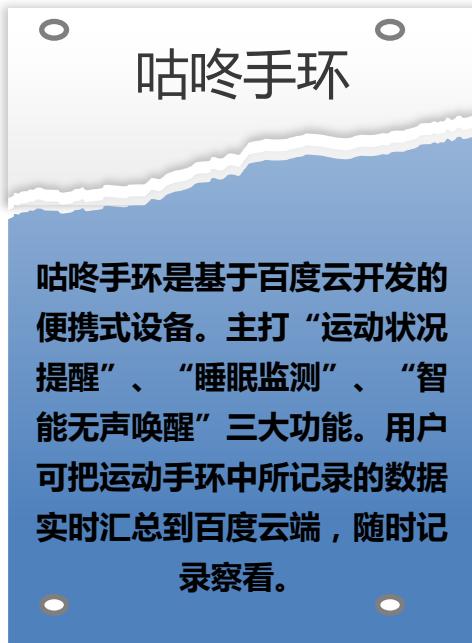
微医APP分为用户版和医生办微医；用户版为用户提供专家咨询、智能分诊、即时挂号、院外候诊、检查检验报告查询、处方查询、医疗支付及动态电子病历服务；医生版则是医生的“移动诊室”，帮助医生完成患者管理、医患交流、诊后随访、患者转诊。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

“互联网+”医疗 智能穿戴设备 咕咚网

咕咚网是由成都乐动信息技术有限公司创立。目前基于互联网技术，咕咚已开发了多款个人健康保健电子产品的研发、生产、销售。目前已有咕咚蓝牙4.0智能心率带、咕咚糖果、咕咚蓝牙4.0智能健康秤等智能设备。咕咚在2014年11月共计完成了3000万美元的B轮融资。B轮融资后，咕咚将继续专注于运动社交平台服务和软件开发，增强社交和大数据技术积累，为用户提供一站式运动健康的相关产品和服务。



数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

天猫医药馆是天猫旗下的一个医药购物频道，其汇集了OTC药品、医疗器械、计生用品、品牌保健品、传统滋补品等网购服务项目。

天猫医药目前已成为了天猫里面的一个重要品牌，凭借自身巨大的流量积累吸引了各种传统大小药店的进驻，并迅速占据医药电商市场份额。天猫医药馆的爆发已成为当前医药B2C增长的最重要动力。

自有流量红利
降低获客成本

共享平台服务
减少运维成本

涉网经营试水
减少试错成本

提供网络直营
压缩渠道成本

天猫医药馆平台优势

得益于淘宝、天猫平台提供了多样的消费选择以及优惠和完善安全的支付体系，天猫医药馆在医药电商领域发展迅猛。其自有的优势，为天猫医药馆在吸引客户进驻、商店运维、以及降低成本等方面建立了明显的优势。

天猫医药馆提供了让医药品牌商网络直营的便利渠道，而医药品牌商则通过天猫医药馆最大限度获取自身品牌的商业价值。目前医药品牌已开始直接进驻天猫平台，随着天猫医药提供的药事服务越来越完善的话，医药品牌商必然成为未来天猫医药馆的主力军之一。

2015年中国“互联网+”医疗发展趋势分析

2015年中国移动健康医疗APP发展挑战

- ① **企业遇人才瓶颈**：目前中国移动健康医疗APP企业的开发者缺乏具有医学背景的复合型人才，导致产品开发受限。行业急缺既懂互联网/移动互联网又懂健康医疗的人才，这成为了大多移动医疗企业普遍面临的问题。
- ② **盈利模式难寻**：健康医疗类APP当下仍未找到一个有效的盈利模式，这导致了企业巨大的生存压力。在用户习惯于互联网上获取免费内容与服务的前提下，用户的付费习惯有待进一步培养。
- ③ **法律政策监管未完全到位**：虽然在互联网+医疗的推动下，国家针对行业的政策有望进一步完善。但在与互联网的结合当中，法律政策以及医疗系统等其他方面的挑战也可能会对移动健康医疗应用产生影响，导致无法发挥这些应用的最大价值。
- ④ **隐私安全需保障**：在用户的隐私保护方面，一般用户对于医疗健康类数据敏感度较高，健康医疗APP获取用户数据时并利用用户数据时，一定要在用户隐私方面加大防范意识，避免因用户隐私数据泄露导致的各种问题。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询（iiMedia Research） All Right Reserved

2015年中国移动医疗应用（APP）未来发展的趋势

- ① **数据的价值将进一步放大**：医疗健康类APP的核心在于数据，企业对于数据的重视度将会极大提升，通过数据挖掘与数据分析进而构建独特商业模式将对于这类企业的发展有极大的促进作用；
- ② **软硬件结合**：未来，健康医疗类应用将更多的与硬件进行结合以实现更丰富的功能，提供更深层次、智能化的服务；
- ③ **巨头的切入将会加速移动医疗市场的发展**：包括BAT、电信运营商等巨头的切入将会极大的促进整个市场的发展，而健康医疗应用的开发者或将借机向医疗系统进行更深层次渗透；
- ④ **与线下的整合将进一步增强**：未来，具备线下整合能力的健康医疗类应用将更具优势，在竞争中胜出。如牙护士，作为全国性的口腔健康移动互联网一站式服务平台，在完善线上服务的同时，致力整合线下牙医诊所，帮助用户快速匹配牙科治疗资源。在未来，能够更好融合线下资源提供服务的移动医疗应用将在市场上拥有更强的竞争能力。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询（iiMedia Research）All Right Reserved

2015年中国“互联网+”医疗 未来发展趋势

- ① **与传统医疗机构融合，顺应政策风向**：移动医疗的各种设备和服务必须通过医生的对接才能真正发挥作用，其最终的目的是和传统的医疗机构形成共赢，树立医生个人的品牌形象，通过移动医疗真正实现自身价值。同时，互联网+医疗的发展还需政策的全面推动，切实发展惠及全民的健康信息服务以及智慧医疗服务。
- ② **医药电商或将迎爆发**：随着处方药电子商务销售和监管模式的创新以及互联网延伸医嘱、电子处方等网络医疗健康服务的应用，处方药网售权限有望开放，医药等企业也将更多利用电子商务平台优化采购、分销体系，提升企业经营效率。医药电商的发展进一步推动了医药分离的实现，通过互联网有效降低药品销售对医院渠道的依赖性，从而打造完整的购药电商平台生态，医药电商有望迎来爆发式增长。
- ③ **资本关注精准医疗，医疗大数据价值提升**：我国精准医疗尚处起步阶段，在国家基因库组建、基因科普教育及基因数据安全等方面有待进一步提升。随着资本开始关注精准医疗，医疗的大数据有望进一步提升。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询（iiMedia Research） All Right Reserved

2015年中国“互联网+”医疗 未来发展趋势

- ① **个人健康监护更到位**：随着互联网因素的渗透，医疗健康的发展将由临床向预防转变，由仅在医院就诊向健康全方位管理过渡。利用“移动医疗”让有限的资源惠及更多民众将成为互联网经济的一片新蓝海。而通过医疗基础信息整合与共享，智能硬件、大数据等技术的充分应用，将有效实现对个人健康的全面监护。

- ② **移动医疗越趋个性化**：针对需求人群的个体差异，融合文化、技术、产品、服务等，将会衍生出多维度、多角度的服务形式和发展机会。健康医疗呈现垂直多元化，这也相应增加了产业的参与机会。同时，健康医疗将向更加注重患者参与的方向发展，并脱离传统医疗环境。这让用户不管身在何处，家里、办公室、健身房或是车里，医疗与健康管理都能变得触手可及。

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询（iiMedia Research）All Right Reserved



艾媒咨询集团 (iiMedia Research Group) 旗下的艾媒无线广告监测系统 (Adiimedia.com) 是国内领先的第三方移动互联网广告投放监测系统，通过专业的技术手段为广告主提供独立、客观、公正的移动广告监测服务以及最优化最全面的监测解决方案。

Adiimedia可为广告主提供在移动媒体上的广告投放形式、访问量情况、投放费用等统计指标，对包括手机广告业务审核管理办法、手机广告监测和广告效果给予及时准确的反馈，为移动广告客户提供专业的监测解决方案，使广告主能全面了解自身及竞争对手媒体投放情况。

优秀案例征集计划

艾媒咨询是全球领先移动互联网第三方数据挖掘与整合营销机构，为更深入研究和了解消费者行为、优秀企业商业模式和行业竞争等情况，特针对不同领域开启优秀企业案例征集计划，本计划主要针对移动互联网及相关产业链领域企业，并要求企业在其领域内具有一定市场影响力和一定创新模式。

合作详情可咨询alex@iimedia.cn

数据来源：iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right 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。

关于艾媒

艾媒咨询 (iiMedia Research) 是全球移动互联网领域的著名研究机构，也是中国首家专注于移动互联网、智能终端和可穿戴设备等产业研究的权威机构。艾媒咨询成立于2010年，2012年艾媒咨询正式成为CAMIR唯一专注于移动互联网行业市场信息调研的成员单位。

iiMedia Research为包括国家工业和信息化部、人民日报社、广东省人民政府、河南省人民政府等各级政府部门，各电信运营商和设备提供商提供数据研究和决策参考服务。

艾媒旗下艾媒网 (www.iimedia.cn) 是中国最早的移动互联网领域行业数据发布平台，致力于传播无线互联网行业的服务理念，为行业横向交流打造坚实平台。

艾媒每年刊发的研究报告以及分析成果数百份，在业界具有很好的影响力，一直被全球各大主流平面和网络媒体追捧和引用；每年举办多场全国或国际的高层次移动互联网高峰论坛得到行业和媒体、政府的认可和支持。

2015年艾媒咨询集团发起致力于互联网+产业环境下为全球传统产业与互联网建立高层私密交流的高端平台“创势会”，正迅速成长为推动中国经济转型变革的卓越企业家高级俱乐部。

iiMedia Research研究报告指定发布平台：艾媒网(www.iimedia.cn)、魔部网 (www.moobuu.com)

iiMedia Research官网 : <http://www.iimedia.com.cn>

艾媒无线广告监测系统 : <http://www.adiiimedia.com>

创势会官网 : <http://www.imchance.com/>

官方邮箱 : research@iimedia.cn

VIP服务热线 : 400 702 6383



@艾媒咨询



艾媒网

本报告由iiMedia Research集团控股有限公司（中国香港）出品



数据来源 : iiMedia Research

Copyright 2007—2015 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Right Reserved

因为专注，所以专业！

*Since 2010,
We focus on mobile Internet!*