

中国移动问诊白皮书2018

2017年12月

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析



分析定义与分析方法



分析范畴与定义

- 本分析内容主要对中国移动互联网在移动问诊方面的服务渗透现状及趋势进行研究，包括但不限于移动问诊发展的背景梳理，医院运营痛点，问诊付费的发展趋势，患者和医生用户概况，以及移动问诊发展趋势等内容。所涉及企业对象包括但不限于春雨医生，以期市场提供客观参考。
- 移动问诊是指以互联网、移动互联网为载体和技术手段，由医生向患者提供在线疾病、健康咨询与指导。



分析方法

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的研究、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。
- 分析内容中运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场研究、行业研究和企业研究，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及企业的发展现状。



数据说明

- 数据说明：千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖、5.2亿移动端月活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。
- 易观千帆“A3”算法升级说明：易观千帆“A3”算法引入了机器学习的方法，使易观千帆的数据更加准确地还原用户的真实行为、更加客观地评价产品的价值。整个算法的升级涉及到数据采集、清洗、计算的全过程：
 - 1、采集端：升级SDK以适应安卓7.0以上操作系统的开放API；通过机器学习算法，升级“非用户主观行为”的过滤算法，在更准确识别的同时，避免“误杀”
 - 2、数据处理端：通过机器学习算法，实现用户碎片行为的补全算法、升级设备唯一性识别算法、增加异常设备行为过滤算法等
 - 3、算法模型：引入外部数据源结合易观自有数据形成混合数据源，训练AI算法机器人部分指标的算法也进行了调整

目录

CONTENTS

01  中国移动问诊发展背景

02  中国移动问诊发展现状

03  中国移动问诊用户画像

04  中国移动问诊发展趋势

PART1



中国移动问诊发展背景

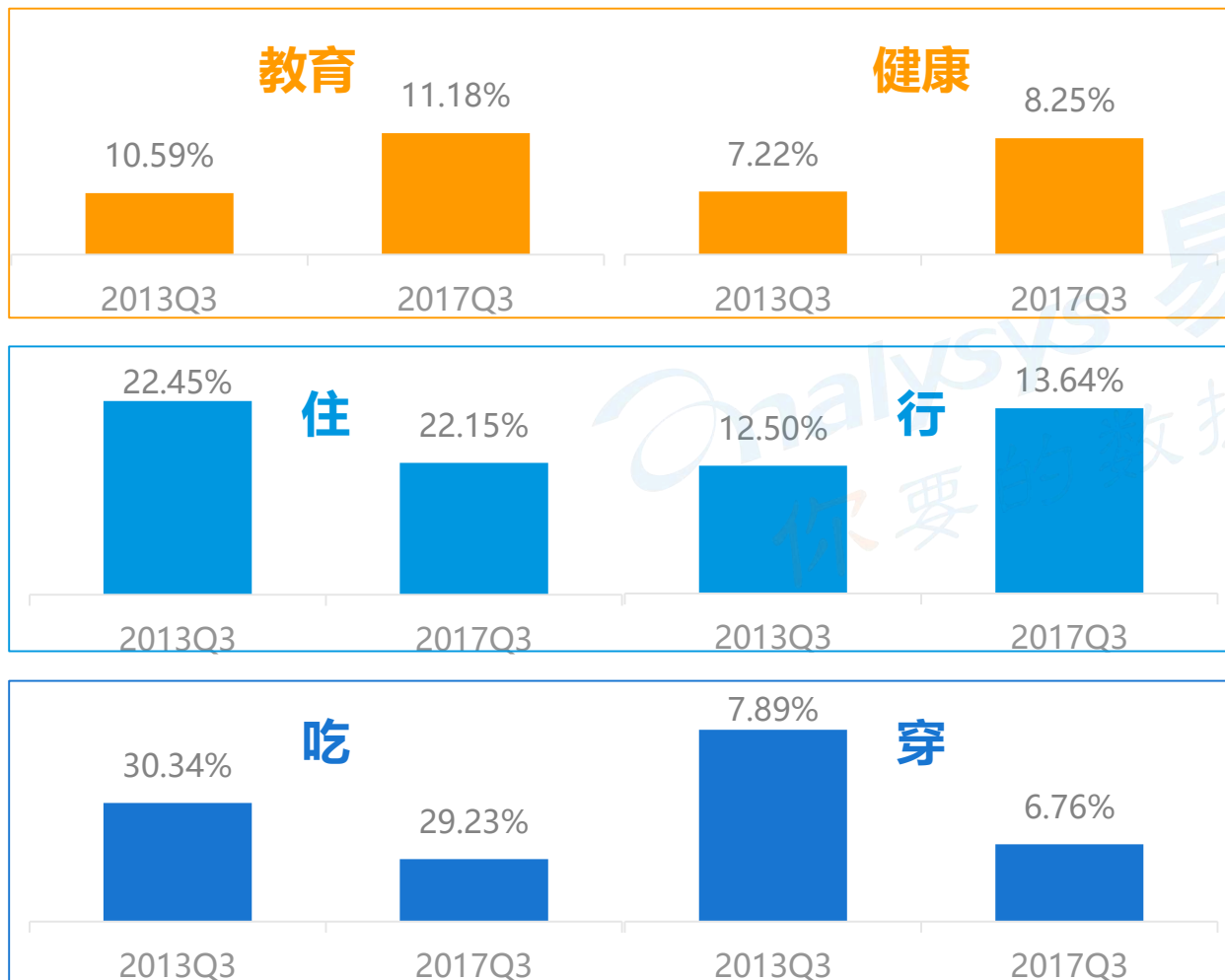
消费结构升级，从物质需求向品质需求转变

对健康的关注度日趋增加，高质量医疗服务需求升高

近五年我国城镇人口消费结构变化

品质需求

基本物质需求



服务消费比重升高

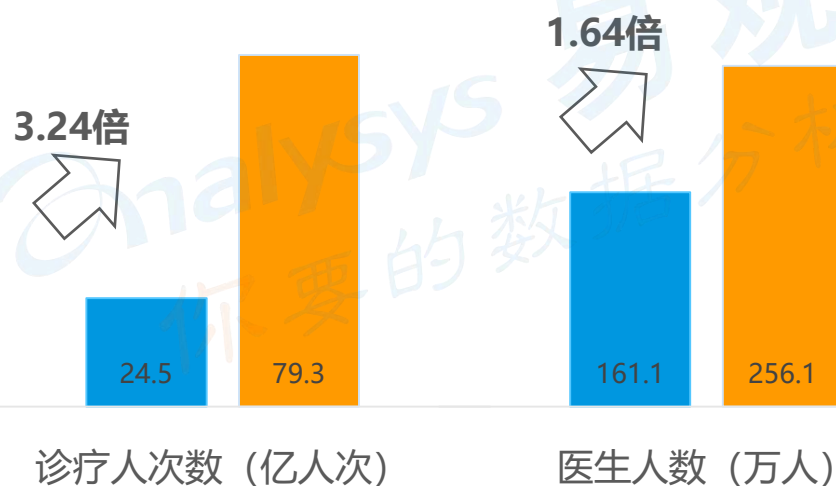
商品消费比重减小

- 长久以来，我国的消费以商品消费为主，然而随着收入水平的不断提高，消费结构正在发生很大的变化。食品、衣着等的增长速度和占比都出现了下降，这意味着商品消费对居民消费的重要性有所减小，而人们在文娱教育、医疗健康等服务消费的消费支出和占比都在快速上升。
- Analysys易观分析认为，随着消费结构的改变，人们的生活方式已从关注衣、食、住、行等基本生活需求逐步向精神层面迈进。人们对生活质量的要求越来越高，对健康的关注也越来越高。健康观念和消费观念的转变，使人们不仅仅满足于基本医疗服务所提供的生存保障，对于高质量的医疗服务的需求也逐渐增高。

医院运营压力暴涨，患者门诊停留平均时间高达1.5-2.5小时

- 根据国家卫计委数据，过去的10年中，随着对健康重视程度的提高、老龄化社会及慢性病的高发，医生人数的增长远不及诊疗人次的需求增长，医生增加了近一倍的工作量。患者在门诊的停留时间最长为436分钟，而医生诊疗时间仅为15-20分钟。
- Analysys易观分析认为，患者人数的增多以及医生人数的不足使医院的运营压力暴涨。而门诊服务流程环节多，服务效能低，首诊成功率低等原因导致医生工作负荷加大，患者就诊时间成本加剧。优化服务流程，强化诊前导诊分诊能力，可有效缓解压力。

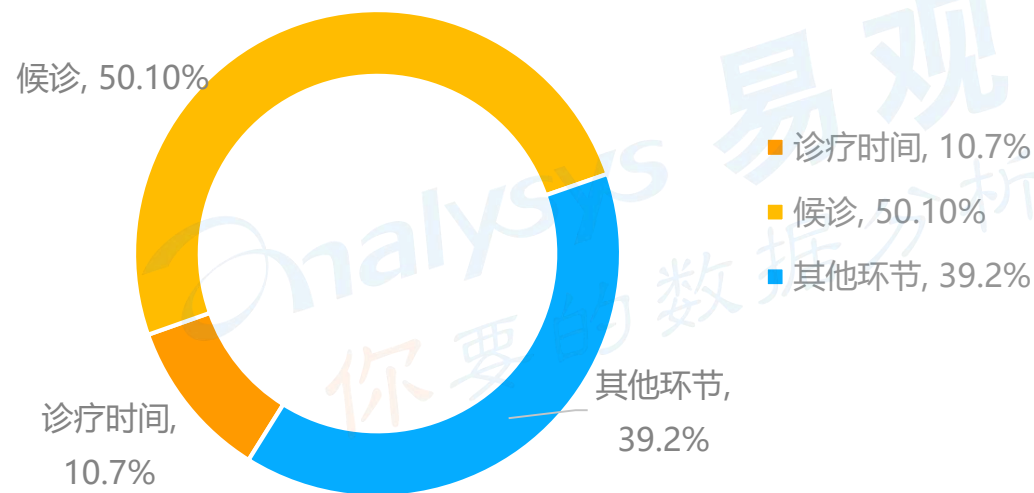
2006-2016年诊疗人次与医生人数变化



© Analysys 易观·国家卫计委

www.analysys.cn

患者门诊停留时间占比



数据来源：《综合性公立医院门诊服务流程优化研究》

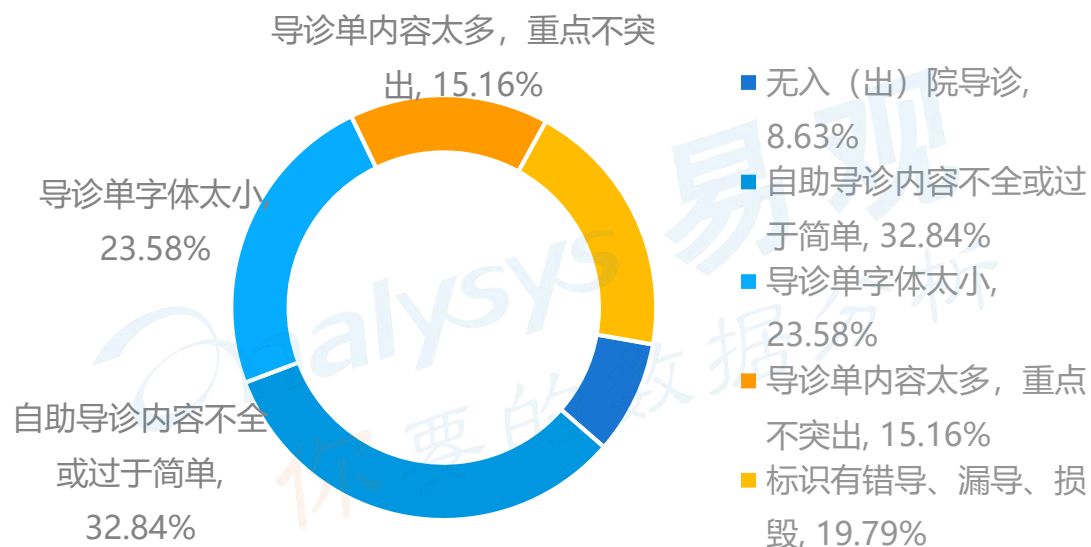
© Analysys 易观

www.analysys.cn

精准导诊分诊能力有待加强，患者就医盲目性仍未缓解

- 根据数据统计，医院导诊服务系统现状存在问题，医院的导诊人员及管理层对于导诊服务的认知存在不足，重视程度较低，导致目前的服务并没有很好的起到引导、分诊、疏通的作用。
- Analysys易观分析认为，当患者对于自身病情的认知不准确时，精准导诊服务将承担起指导就医、引导分诊、帮助病人选择医生等就诊前的关键环节，以缓解患者就医的盲目性，提高医疗服务质量，降低患者就医的隐形成本。

大型医院导诊服务系统现状

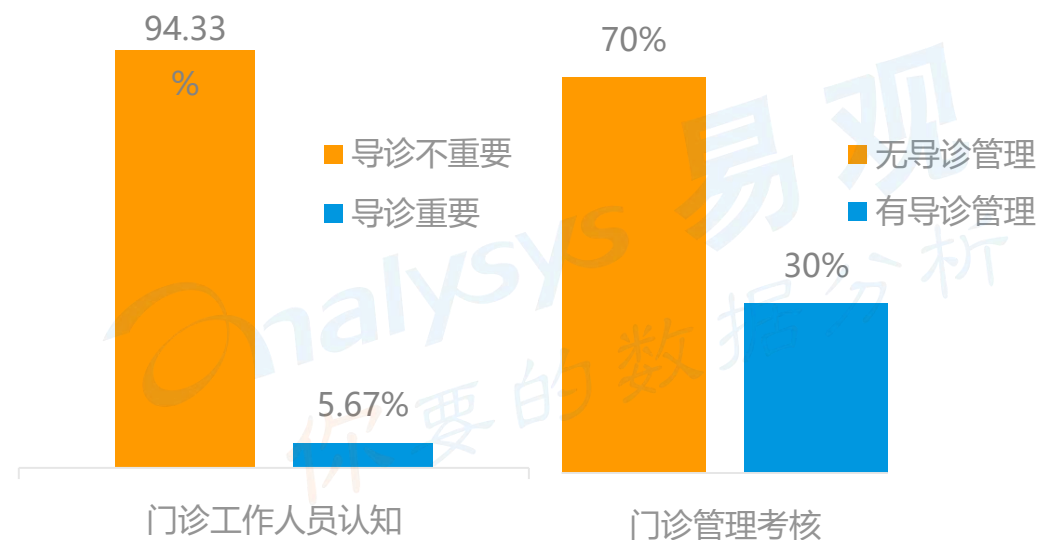


数据来源：《大型医院门诊导诊服务系统的现状分析》

© Analysys 易观

www.analysys.cn

大型医院导诊人员及管理认知现状



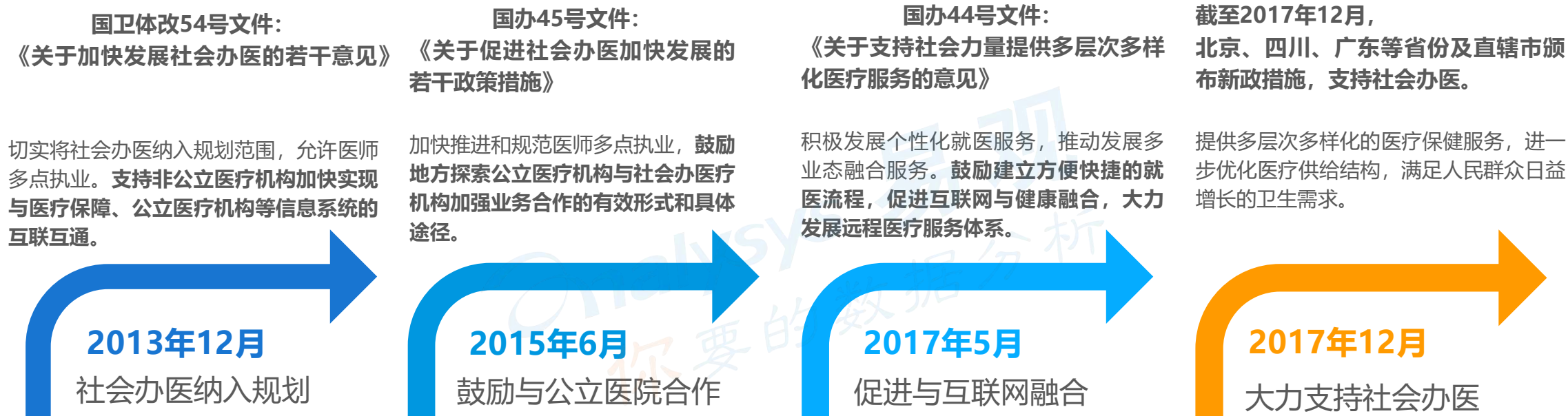
数据来源：《大型医院门诊导诊服务系统的现状分析》

© Analysys 易观

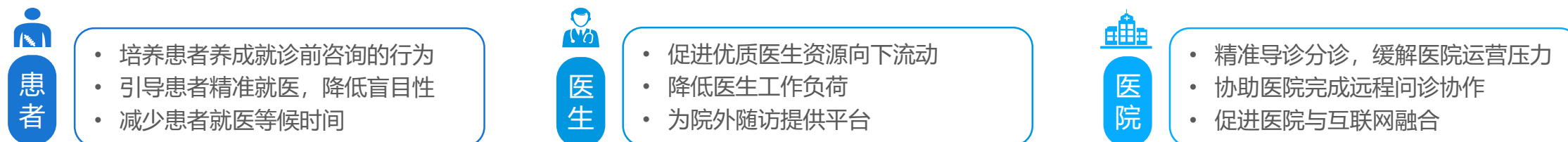
www.analysys.cn

推动社会办医，移动问诊有望补上医疗服务短板

政策逐渐松绑，释放社会办医活力



宽松政策环境下，移动问诊为各方提供补充服务

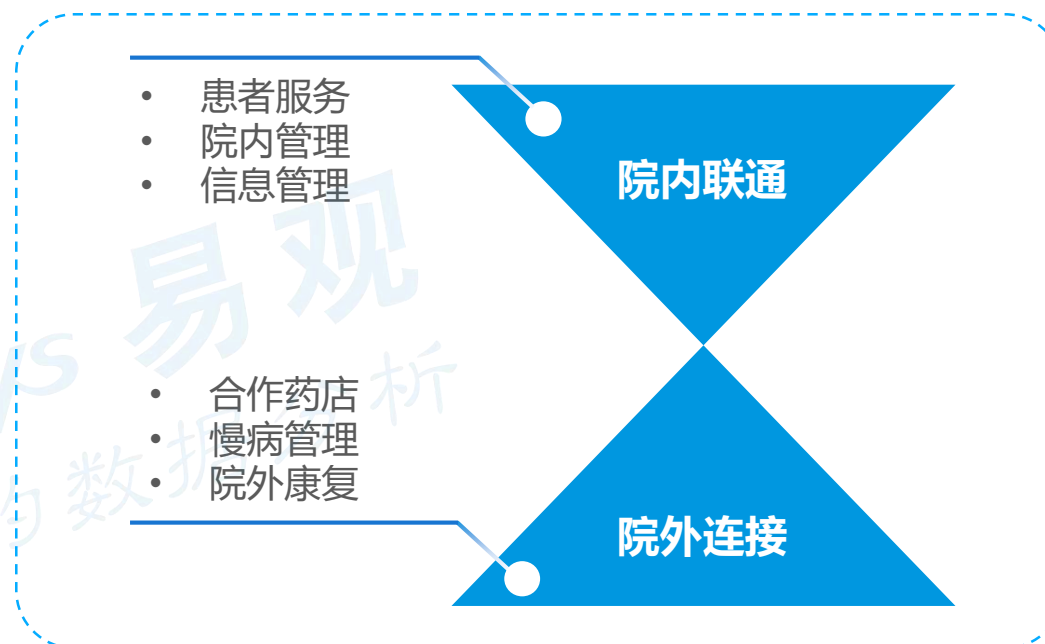


互联网诊疗平台赋能医院，实现医疗全流程互联互通

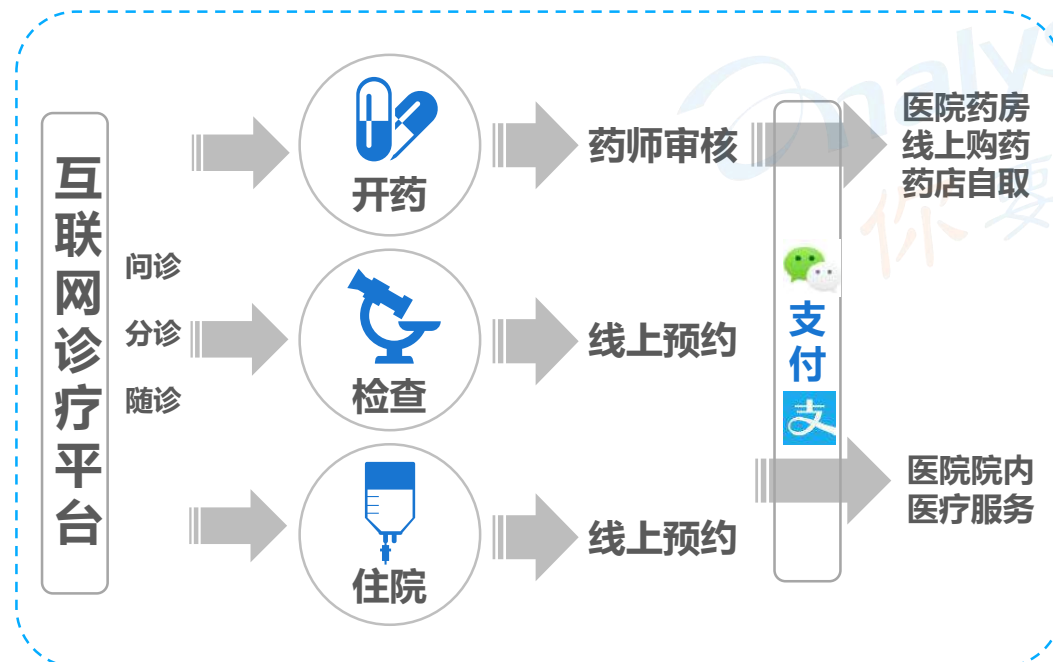
运营体系



服务体系



服务流程



- 医院正从院内信息化走向服务互联网化。以问诊作为入口的互联网诊疗平台通过打通院内院外信息屏障，建立线上院区，提供网络问诊、处方等服务。
- 患者端，简化就医流程，实现慢病全程管理、便捷拿药等用户体验的提升。
- 医院端，实现精准获客、流程优化和数据连续管理，降低运营压力，提高效率

PART2



中国移动问诊发展现状

问诊服务作为入口，对医疗服务及合作平台精准导流

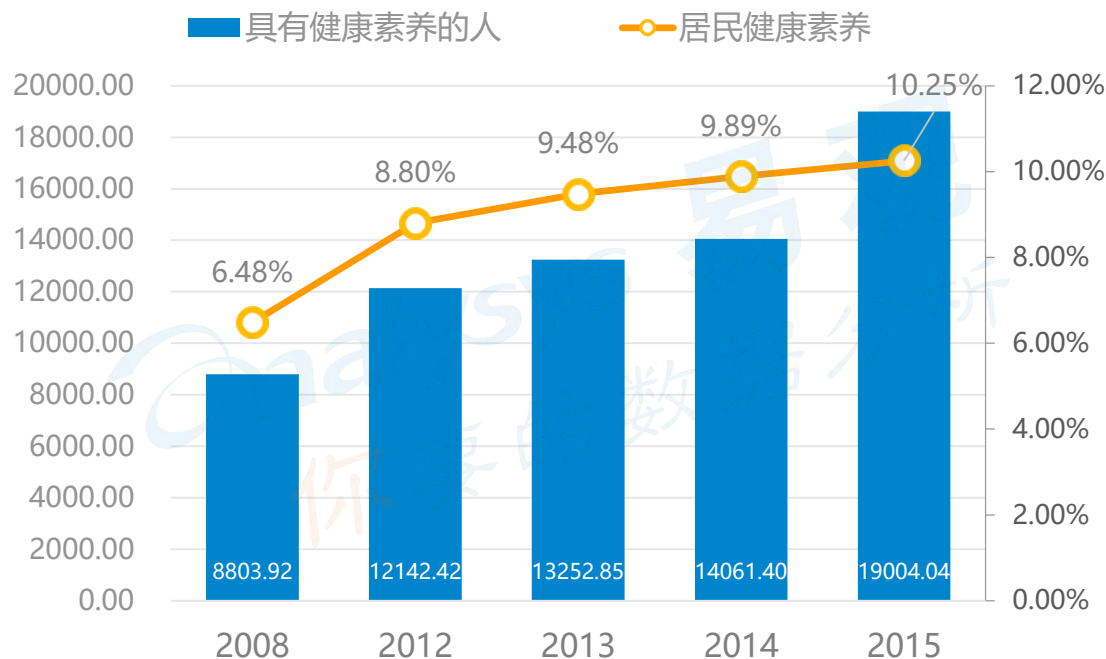
- 移动问诊工具化优势凸显。以春雨医生为例，免费开放问诊平台后，有健康需求的人群可从合作平台，直接进入在线问诊，帮助他们了解自身的健康情况。帮助合作平台扩大服务能力，增加客户的信任度和粘性。
- 用户通过自查自诊、健康科普等方式，引导部分人群自我治疗，减少了“小病跑医院”的概率。通过在线与医生的沟通和交流，精准导诊分诊，充分弥补了院内导诊的不足。与医院服务的结合后，移动问诊平台逐渐告别“轻问诊”时代。用户通过问诊平台的信息、服务和数据连接等功能，进入医疗核心环节，初诊成功率升高，提高患者体验。



健康观念提升，溢价获取高质量医疗服务意愿上升

- 在居民健康素养提升和消费升级的背景下，以及现有医疗资源的局限性，人们更加关注的是如何获得高质量的医疗服务。而“三长一短”的就医隐形成成本极大的阻碍了消费者获得优质医疗服务的需求。随着收入水平提高，消费者对于医疗服务的需求更加多元化，更具有针对性。健康观念的转变大大的提高了消费者对于健康咨询和轻症治疗的需求。消费者更愿意通过溢价支付，满足自身的医疗需求。

2008-2015年居民健康素养稳步提升



© Analysys 易观 · 国家卫计委

www.analysys.cn

收入水平提高

可支配收入增加以及消费升级促使消费者在医疗保健的消费增加

健康观念转变

从“有病才医”的重症治疗转变为轻症治疗和“治未病”的预防性保健



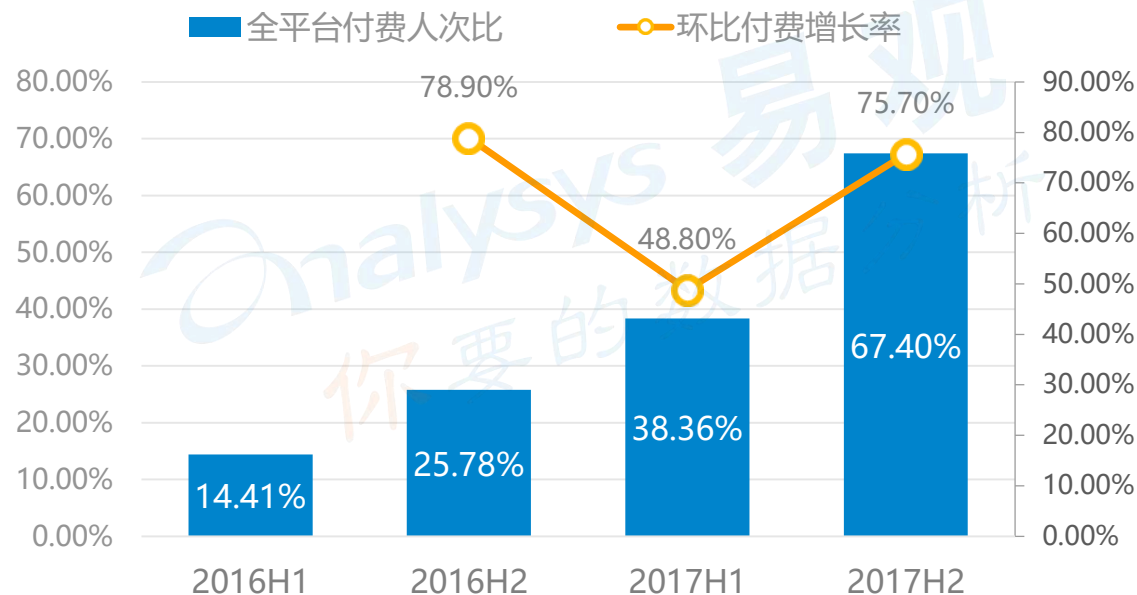
知识付费时代来临，推动用户付费行为建立

- 在移动互联网时代信息大爆炸、消费升级等多重背景下，信息获取的方式正发生着微妙的变化。碎片化时代的到来，并不代表人们丧失了对精准、权威、专业内容的需求。移动支付的普及降低了消费时产生的痛感，不受时间空间条件约束，提高了购买效率。
- 随着移动支付的普及，出行、餐饮、在线影视等行业用户付费习惯的养成，在线教育、在线医疗等基于知识付费的消费习惯也正在形成，付费问诊的比例大幅提升。

知识支付三大驱动因素



2016-2017年移动问诊平台付费情况



数据说明：企业访谈及公开数据整理

© Analysys 易观

www.analysys.cn

移动问诊成为标准化服务，“开放”和“赋能”成行业趋势

- 因移动问诊突出的入口特质，移动医疗领域各厂商纷纷上线移动问诊服务，包括以医生为主要客户的医生服务平台、医药电商平台、细分领域中的中医平台以及由地方卫计委整合资源的导诊平台等
- 值得关注的是，春雨医生再次创新移动问诊的应用场景，通过与医院合作，将医院原有的业务流程、服务方式、运营手段等进行互联网化改造，以春雨医生的技术与运营能力为依托，打造“线上+线下”就医全流程互联网化的“互联网诊疗平台”。

移动医疗各领域进入移动问诊

综合问诊



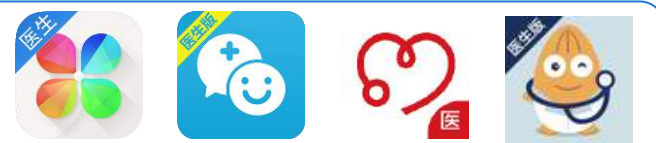
细分领域问诊



中医问诊



医生端



预约挂号



医生服务



线下医院与线上问诊融合

共建互联网诊疗平台

线上平台和医院信息系统互联互通，实现线上+线下医疗全流程联通



互联网医院

利用互联网技术提供远程疾病诊断、治疗活动的卫生机构



医院开放线上问诊

公立医院

具有国家卫计委颁发的医疗机构资质，政府举办的纳入财政预算管理的医院



民营医院

具有国家卫计委颁发的医疗机构资质，非政府公办的，具有私人性质的医院



移动问诊竞争格局有所变化，春雨医生持续领跑



实力矩阵是从企业现有资源和企业创新能力两个维度综合反映市场上主要企业的市场表现和竞争地位的研究模型。

横轴—创新能力，包括产品创新能力、技术能力、商业化能力；
纵轴—现有资源，包括医疗资源、资本实力、用户资源、产品和服务运营、数据分析能力。

领先者象限：春雨医生

春雨医生等企业的用户规模和医疗资源均位于领先地位，在商业模式创新或产品、服务创新性上拥有较强的独特性，同时具有很好的系统执行力能够把创新性提供给市场并获取较高的市场认可；

创新者象限：医联

医联以医生为中心，提供与医生相关的服务，打造医生经纪团队，与大流量平台合作，以轻问诊作为入口，围绕开刀、开药、开会实现商业化盈利。

务实者象限：丁香医生

丁香医生通过丁香园积累的医生人群，发掘在线问诊服务。轻资产运营，做邮件式的付费问诊。抬高医生入驻门槛，建立质量的把控体系，提高平台效率。

补缺者：大家中医

大家中医致力于为中医师提供一站式工具和服务的中医平台，通过线上SaaS工具和药房服务，帮助医生管理患者。目前移动互联网中医市场正处于发展初期，大家中医平台的搭建是对于互联网医疗领域的有效补充。

PART 3



中国移动问诊用户分析

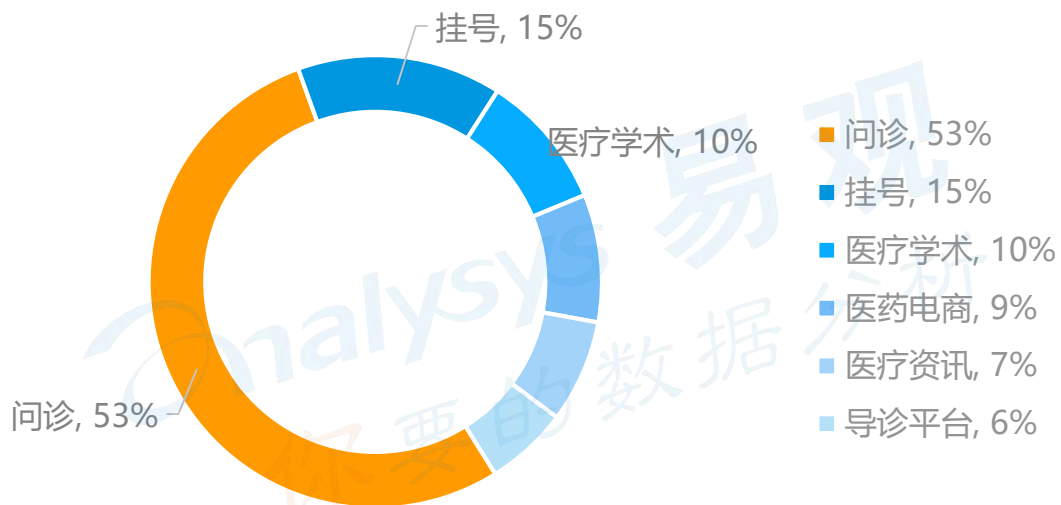


用户端

移动医疗领域格局已定，移动问诊成移动医疗首选服务

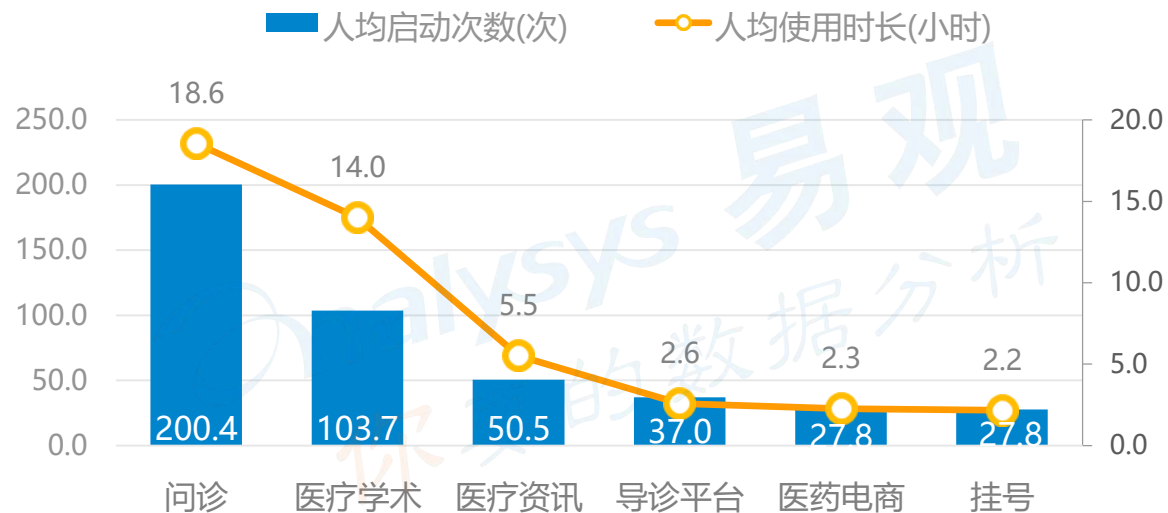
- 移动医疗领域格局已成定局，移动问诊作为移动医疗入口环节，成为用户解决其医疗保健等健康需求的首选平台。易观千帆监测显示，问诊在移动医疗领域的活跃用户数占比超过半数，挂号、医药电商位居二、三。
- 人均启动次数及人均使用时长遥遥领先，说明用户已逐渐养成通过问诊平台，获取、查询、咨询以及连接后续医疗需求。

2017年前三季度移动医疗活跃用户



数据说明:易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计, 不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术, 帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

2017年前三季度移动医疗平台用户活跃度

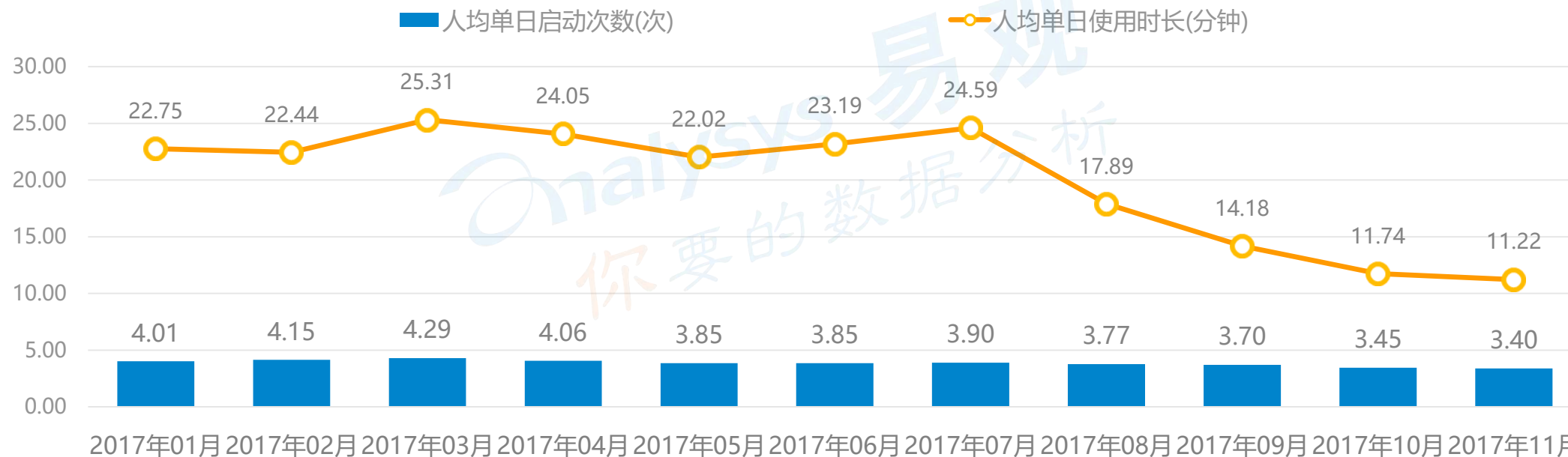


数据说明:易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计, 不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术, 帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

移动问诊用户低频高粘性，诊前咨询习惯已逐渐养成

- 易观千帆监测显示，问诊领域活跃用户呈明显季节性特点。移动问诊属于低频领域，冬季和春季属于疾病高发期，在用户粘性上明显高于夏秋两季。
- Analysys易观分析认为，移动问诊已逐渐使患者养成就诊前咨询的行为习惯，从而降低了“小病跑大医院”的概率，有效缓解三级医院的运营压力，促进分级诊疗和医联体改革中所强调的对患者的就诊行为引导。

2017年1月-10月问诊领域活跃用户启动次数与使用时长统计



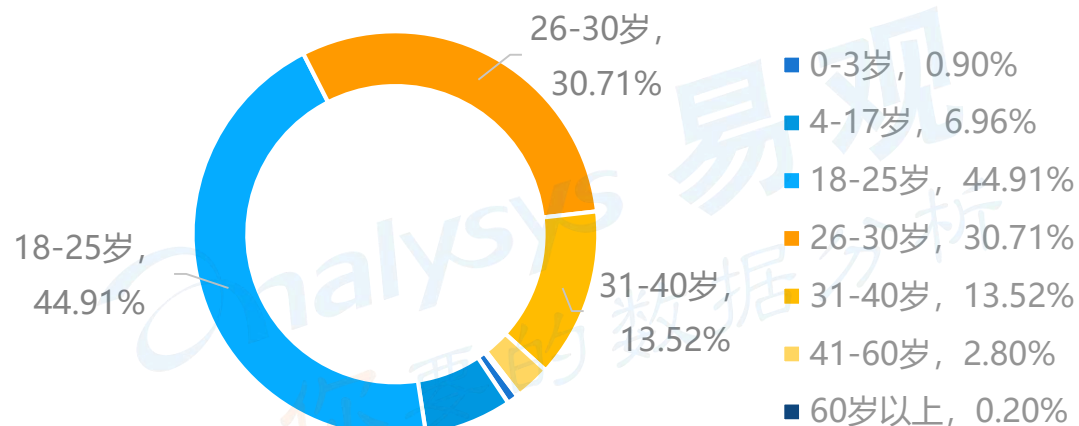
数据说明:易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

移动问诊用户呈年轻化，女性较多，一类城市用户需求高

- 根据春雨医生数据显示，女性患者仍然略高于男性。移动问诊患者呈年轻化，18-30岁的人群约占75%。31-40岁人群占比上升。就城市等级分布来看，一类城市的需求较高。
- Analysys易观分析认为，女性更加关注自己的健康，而青年人更习惯通过互联网满足其对健康的需求；青中年人群增长说明移动问诊已向成熟年龄层渗透。



春雨医生问诊用户年龄分布

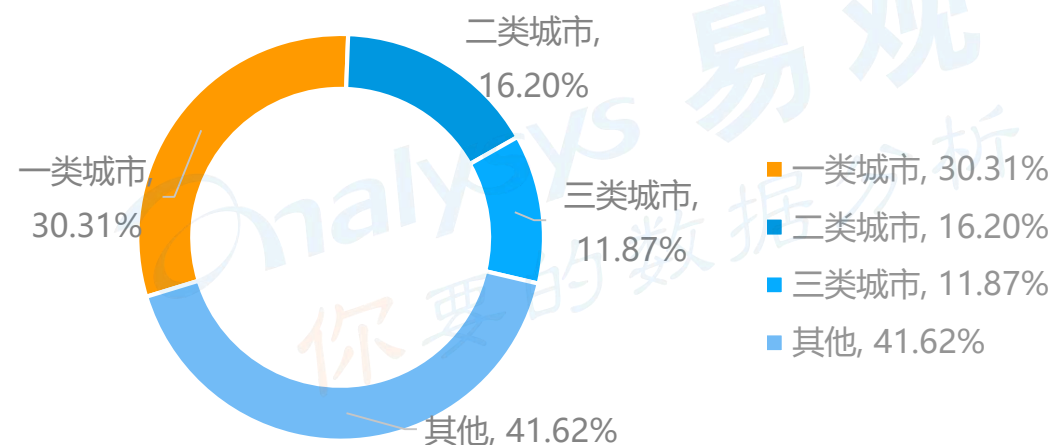


数据说明：数据来自春雨医生运营数据，统计春雨医生2016年第四季度到2017年第三季度问诊患者属性。

© Analysys 易观 · 春雨医生

www.analysys.cn

春雨医生问诊用户分布城市等级



数据说明：数据来自春雨医生运营数据，统计春雨医生2016年第四季度到2017年第三季度问诊患者属性。

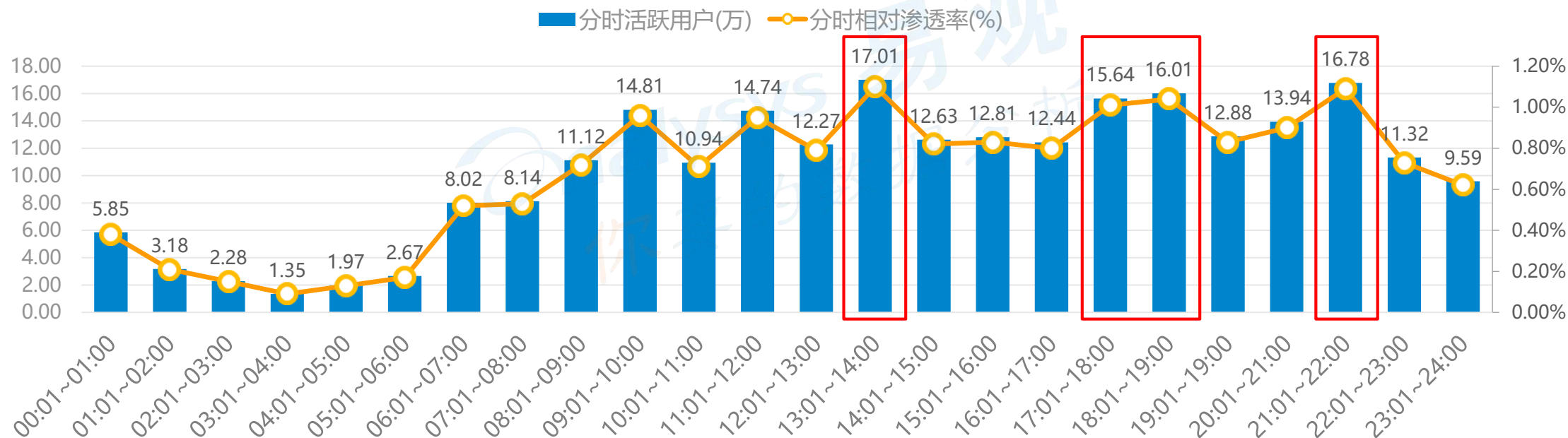
© Analysys 易观 · 春雨医生

www.analysys.cn

春雨医生用户粘性高，午休、通勤、睡前都在用

- 根据易观千帆监测显示，问诊用户的活跃度有明显的时段差别。以春雨医生用户为例，分时活跃情况基本与用户画像生活习惯相符。使用呈碎片化，说明用户使用粘性较高。在中午午休，下班通勤，以及睡前出现使用的小高峰，说明用户以逐渐养成在闲暇时间通过问诊平台满足其健康需求的习惯。

2017年10月春雨医生用户分时活跃情况



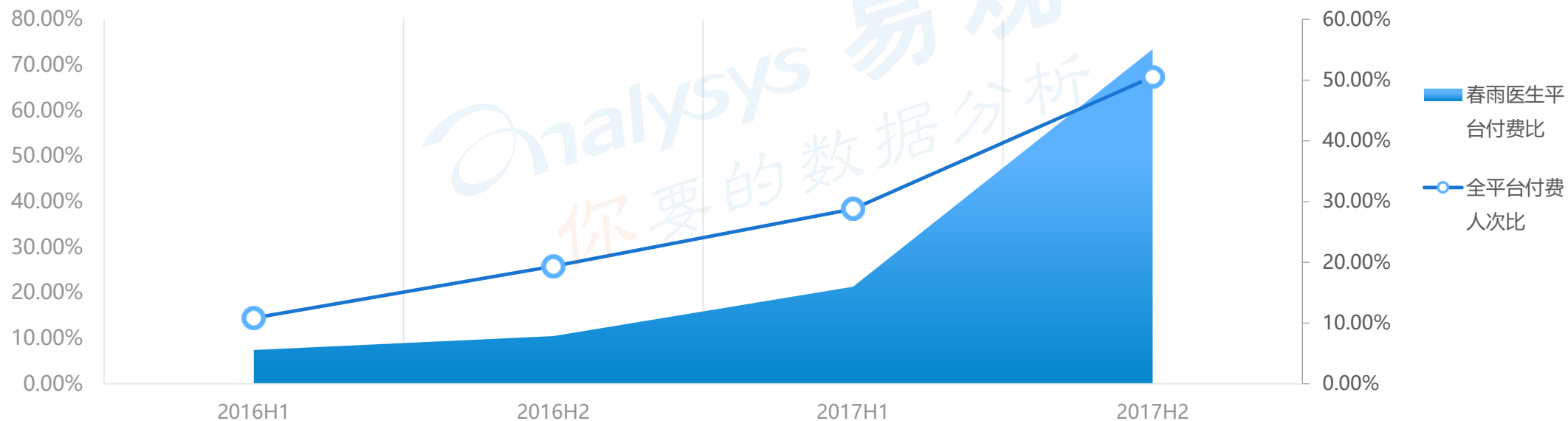
相对活跃渗透率说明：在所选时间段内，APP的活跃用户占该APP所属领域活跃用户的比例。

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

付费意识逐渐建立，2017年付费问诊爆发式增长

- 根据春雨医生数据统计，2016年-2017年移动问诊平台付费比例逐渐上升，2017年下半年爆发式增长，增长率超过行业平均值。
- Analysys易观分析认为，自2016年知识付费元年，用户的付费意识已逐渐建立。可期待的是，移动问诊行业将由流量时代变为现金流时代，完全免费的问诊将成为历史。

2016-2017年春雨医生及全移动问诊平台付费情况

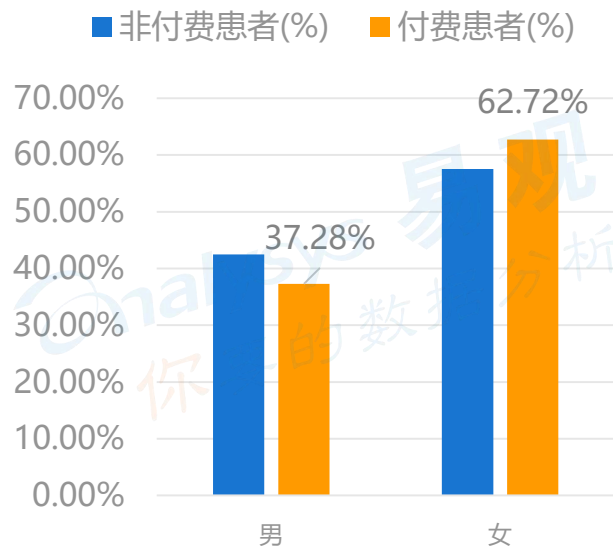


数据说明：数据来自春雨医生运营数据，统计春雨医生以及全问诊平台2016年第四季度至2017年第三季度问诊共6,758,799付费患者统计

女性、中老年、消费水平较高人群付费意愿较高

- 根据春雨医生数据统计，移动问诊付费用户女性居多，超过六成。18-40岁的人群为付费主力，占比近九成。以地域来看，付费患者多来自一类城市。
- Analysys易观分析认为，付费意愿与消费能力以及健康需求息息相关。女性作为家庭的健康管理者，更加关注健康。31-40岁的人群对于健康需求的针对性更强，且消费能力相对较高，所以付费比例明显高于年轻人。一二类城市人群消费水平相对较高，更愿意通过方便快捷的方式获取医疗服务。

付费患者性别分布

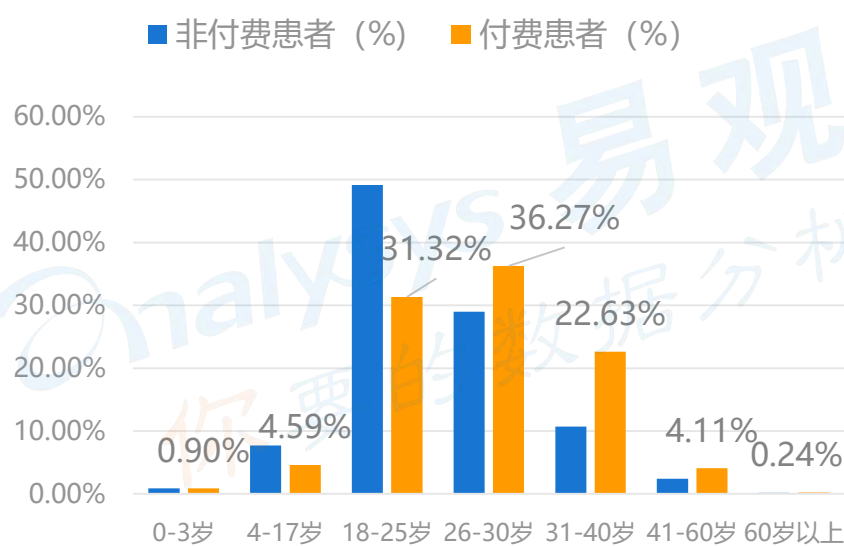


数据说明：数据来自春雨医生运营数据，统计春雨医生以及全问诊平台2016年第四季度至2017年第三季度问诊共6,758,799付费患者统计

© Analysys 易观 · 春雨医生

www.analysys.cn

付费患者年龄分布

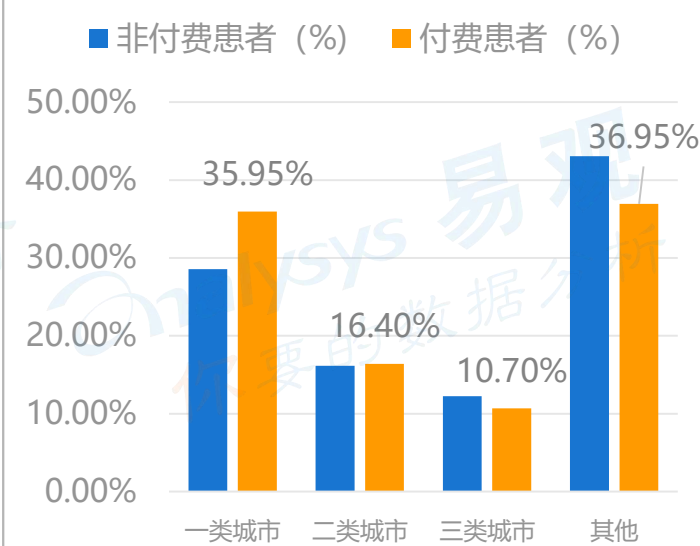


数据说明：数据来自春雨医生运营数据，统计春雨医生以及全问诊平台2016年第四季度至2017年第三季度问诊共6,758,799付费患者统计

© Analysys 易观 · 春雨医生

www.analysys.cn

付费患者地域分布



数据说明：数据来自春雨医生运营数据，统计春雨医生以及全问诊平台2016年第四季度至2017年第三季度问诊共6,758,799付费患者统计

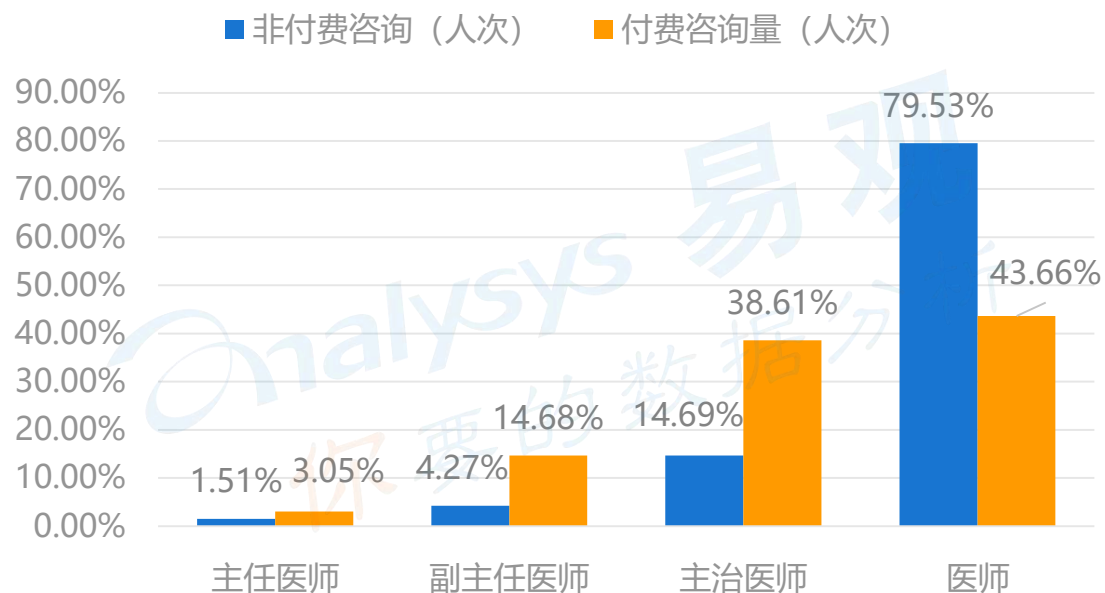
© Analysys 易观 · 春雨医生

www.analysys.cn

高级职称、三级医院，付费用户愿意为高质量医疗服务买单

- 根据春雨医生数据统计，住院医及其他职位医生接诊次数最高，但付费比例不足六成。主治医师以上等中高级职称医生，付费人次约为非付费人次的2-3倍。付费用户偏好二级三级医院医生，实现全面付费咨询。
- Analysys易观分析认为，付费用户对于优质医疗资源的需求较高，对基层医院信任度偏低，恰恰说明移动问诊在平衡医疗资源供给、提升医疗服务质量方面，起到了显著的作用。

移动问诊付费用户-医生偏好

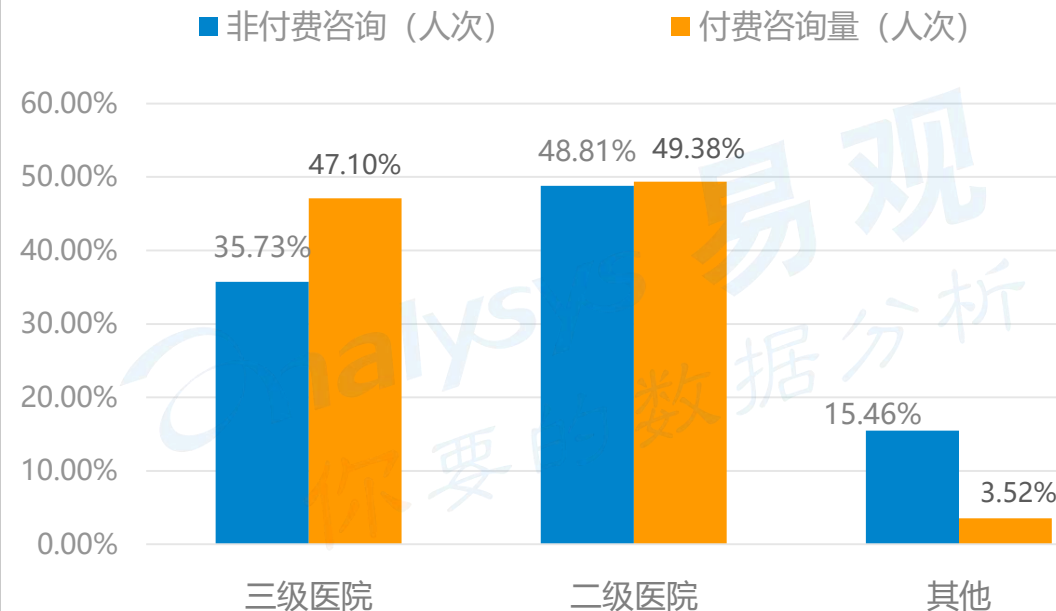


数据说明：数据来自春雨医生运营数据，统计春雨医生以及全问诊平台2016年第四季度至2017年第三季度问诊共6,758,799付费患者统计

© Analysys 易观·春雨医生

www.analysys.cn

移动问诊付费用户-医院偏好



数据说明：数据来自春雨医生运营数据，统计春雨医生以及全问诊平台2016年第四季度至2017年第三季度问诊共6,758,799付费患者统计

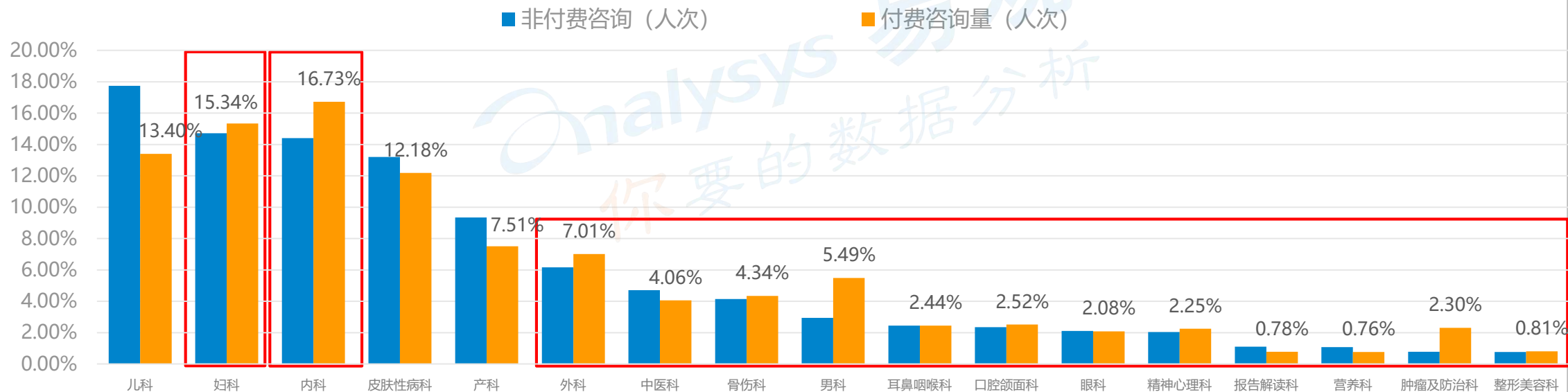
© Analysys 易观·春雨医生

www.analysys.cn

儿妇内科需求相对高，专科需求长尾特征明显

- 根据春雨医生数据统计，儿妇内科大科室依然排在咨询次数的第一位。但儿科付费比例不高。付费用户科室偏好长尾特征明显，基本实现付费咨询。妇科，内科付费咨询比例较高。男科属于隐私性较高的专科，付费咨询比例明显。肿瘤病人咨询人次较低，但是付费意愿最高。
- Analysys易观分析认为，目前平台的问诊能力已基本能满足常见病以及病情稳定的慢性病的问诊需求。儿科的医疗需求与优质资源供给之间差距仍然较大。用户对于专科的需求呈现多样性，付费意愿较高。

移动问诊付费用户-科室偏好



数据说明：数据来自春雨医生运营数据，统计春雨医生以及全问诊平台2016年第四季度至2017年第三季度问诊共6,758,799付费患者，科室分类按照一级科室的分类统计，内科、外科、儿科等均包含若干细分科室统计。

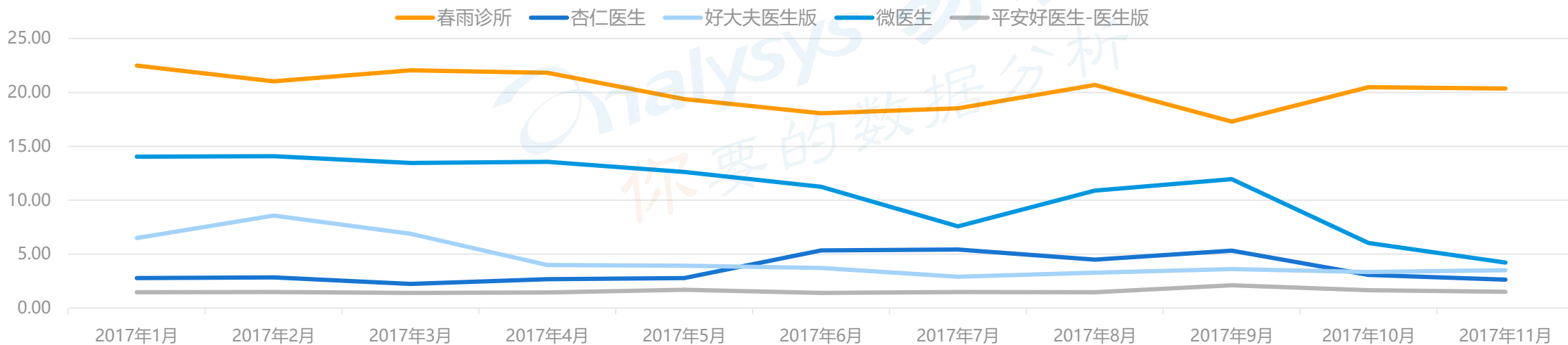


医生端

问诊医生端人均单日启动平均8.35次 春雨医生-医生端年增长超40%，领先行业近2倍

- Analysys易观分析认为，移动问诊医生端的使用粘性逐渐增加，说明医生已逐渐习惯通过抓取碎片时间转化医疗服务价值。
- 易观千帆监测显示，2017年移动问诊医生端主要APP人均单日启动次数较2016年均有上升，平均启动次数8.35。春雨诊所（春雨医生-医生端）增长明显。春雨诊所人均单日启动次数在18-21次左右，年比增长42.86%，持续保持高度领先地位。

2017年问诊医生端主要APP人均单日启动次数统计（次）

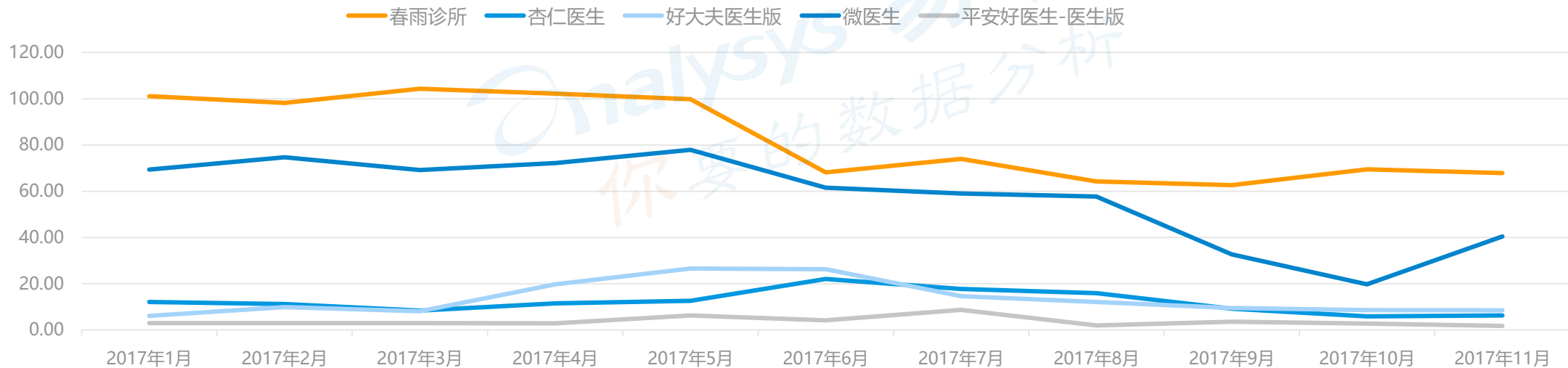


数据说明:易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计, 不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术, 帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

问诊医生端各APP使用时长略有增长 春雨医生-医生端保持医生时间高占有率，大幅领先

- 易观千帆监测显示，2017年移动问诊医生端人均单日使用平均时长为35.36分钟，较去年略有增长。春雨诊所在同领域中长期保持大幅领先优势。
- Analysys易观分析认为，2017年已从入口之争逐渐向扩大核心医疗资源占有率转变。医生在医生端所展现的高度粘性，说明移动问诊平台释放了医生的生产力，用以缓解目前医生数量短缺以及医疗资源配置不均供不应求。

2017年问诊医生端主要APP人均单日使用时长统计（分钟）

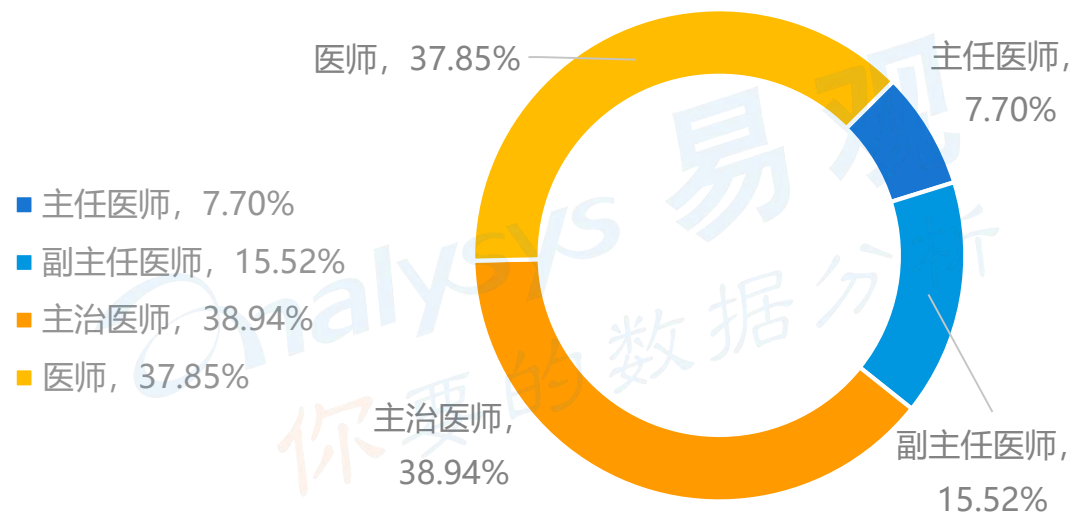


数据说明:易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第3季度易观千帆基于对21.9亿累计装机覆盖及5.2亿活跃用户的行为监测结果。采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

初中级职称医生更加活跃，骨科增长明显 青年医生可在移动问诊平台中提升自我价值

- 与去年相比，春雨诊所活跃医生职称占比变动不大，对初中级职称医师的吸引力较大。以所属科室的分布情况来看，内外儿妇等大科室仍较为集中。皮肤科医生仍保持专科活跃位置。值得注意的是，骨伤科医生的人数增长明显。
- Analysys易观分析认为，移动问诊平台可帮助初中级职称的医师提高收入、积累病例、建立个人品牌知名度。骨伤科可通过图片等方式向医生展示，获得专业建议，充分符合移动问诊实现的客观条件，受到骨伤科医生的认同与参与。

春雨医生-医生端活跃医生职称分布

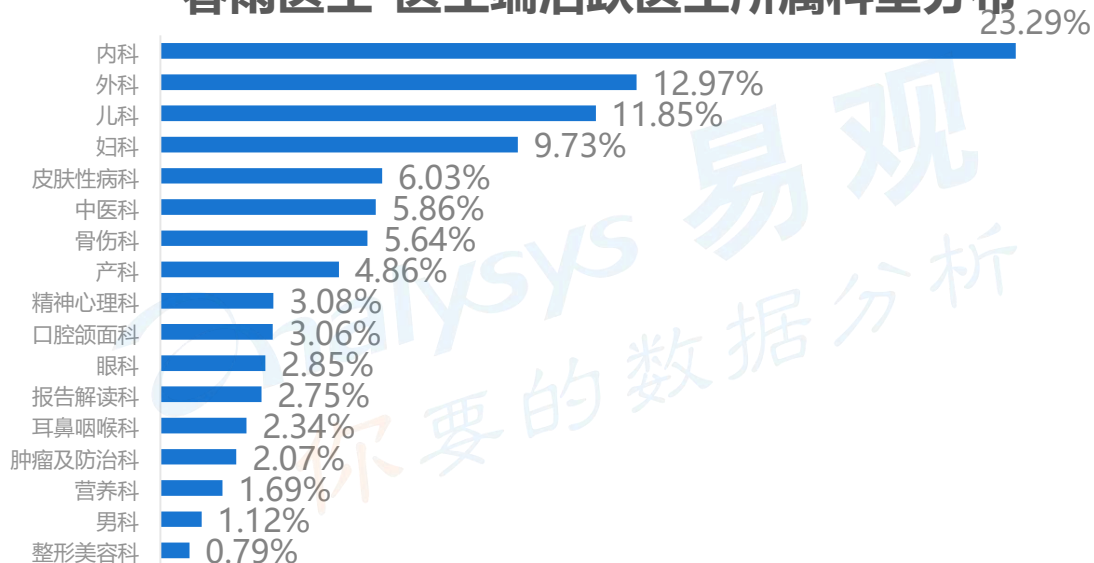


数据说明：数据来自春雨医生版应用春雨诊所运营数据。统计春雨诊所2016年第四季度到第三季度活跃医生的活跃情况。

© Analysys 易观 · 春雨诊所

www.analysys.cn

春雨医生-医生端活跃医生所属科室分布



数据说明：数据来自春雨医生版应用春雨诊所运营数据。统计春雨诊所2016年第四季度到第三季度活跃医生的活跃情况统计。科室分类按照一级科室的分类统计，内科、外科、儿科等均包含若干细分科室统计。

© Analysys 易观 · 春雨诊所

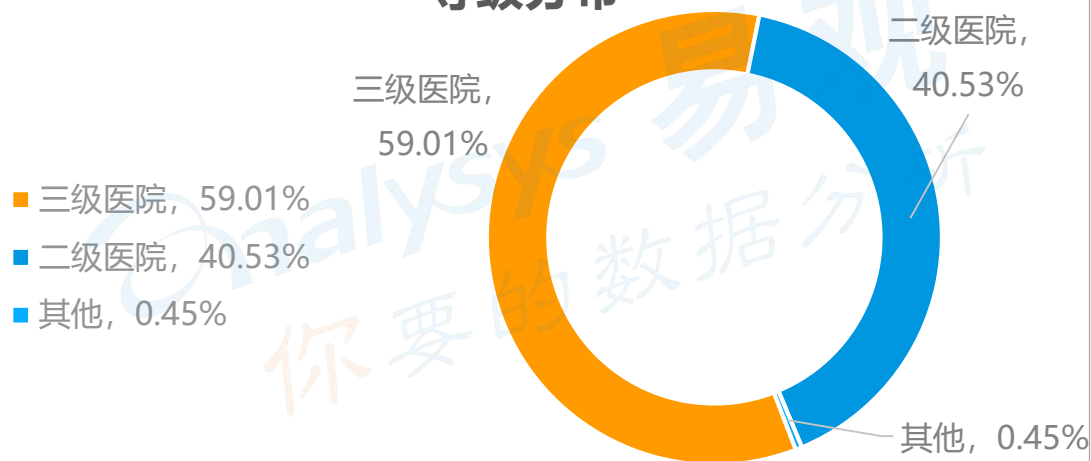
www.analysys.cn

医生端一类城市的三级医院医生最为活跃 移动问诊释放医生生产力，使医生创造更大价值

- 2017年三级医院的医生活跃度约占6成，超三成来自一类城市。
- Analysys易观分析认为，患者对于三级医院医生的信任度明显高于其他医院。一类城市医生紧跟时代发展，更愿意接受并利用互联网平台进行医疗服务。移动问诊平台整合医生零散时间，释放医生的生产力，增加医生的合法收入。

春雨医生-医生端活跃医生所属医院

等级分布

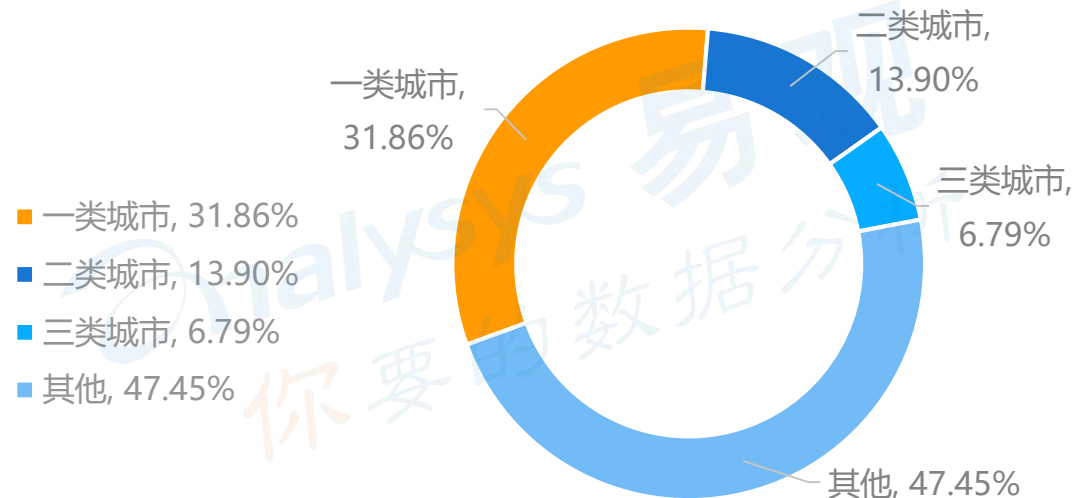


数据说明：数据来自春雨医生版应用春雨诊所运营数据。统计春雨诊所2016年第四季度到第三季度活跃医生的活跃情况。

© Analysys 易观 · 春雨诊所

www.analysys.cn

春雨医生医生端活跃医生城市分布



数据说明：数据来自春雨医生版应用春雨诊所运营数据。统计春雨诊所2016年第四季度到第三季度活跃医生的活跃情况。

© Analysys 易观 · 春雨诊所

www.analysys.cn

PART 4



中国移动问诊发展趋势

© Analysys 易观

www.analysys.cn

围绕核心资源打造生态，充分发挥入口优势 连接医疗、医养、医药、医保大健康产业链

- 移动问诊与线下医院结合，完善互联网医疗闭环，增加入口流量，精准导流。帮助医院实现精准获客，缓解运营压力。
- 与医院合作，协助医院完成互联网化，增加医院品牌知名度，减少边际成本。



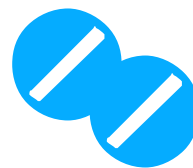
医疗

医养



- 发挥移动问诊平台在常见病、稳定慢性病的优势，实现“足不出户”看病，将服务扩大至中老年群体。
- 利用互联网优势，与养老社区结合，提供远程问诊、会诊，以及在必要时，提供转诊绿色通道。

- 与药厂合作，发挥平台优势，利用现有用户及医生资源，提供药品信息普及，减少中间环节，直达终端用户。
- 在医药分开的政策背景下，配合医院互联网化，联通医院托管药房。



医药

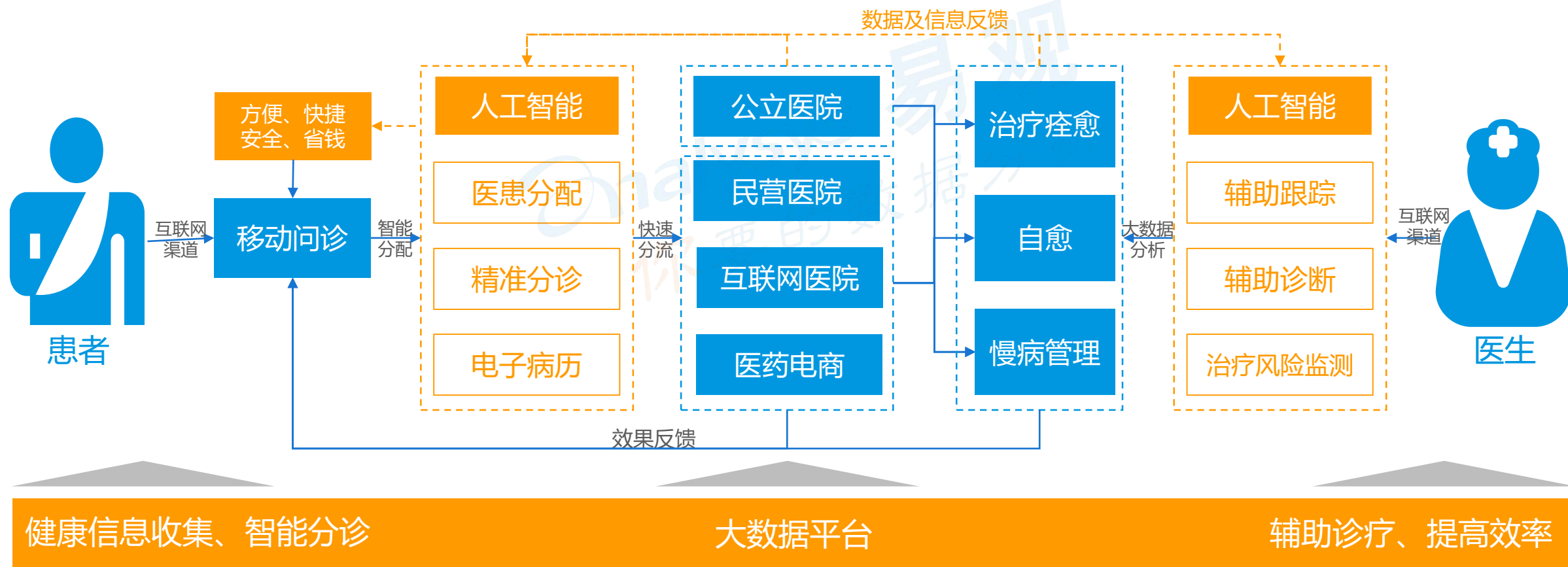
医保



- 利用平台优势，发展医疗商业保险，减轻社保压力。
- 通过自诊平台，线上问诊平台，分流部分人群，避免医疗资源浪费。
- 增加平台使用场景，提供健康干预，对抗慢病，将诊疗关口前移，延缓发病时间，控制病情进展。

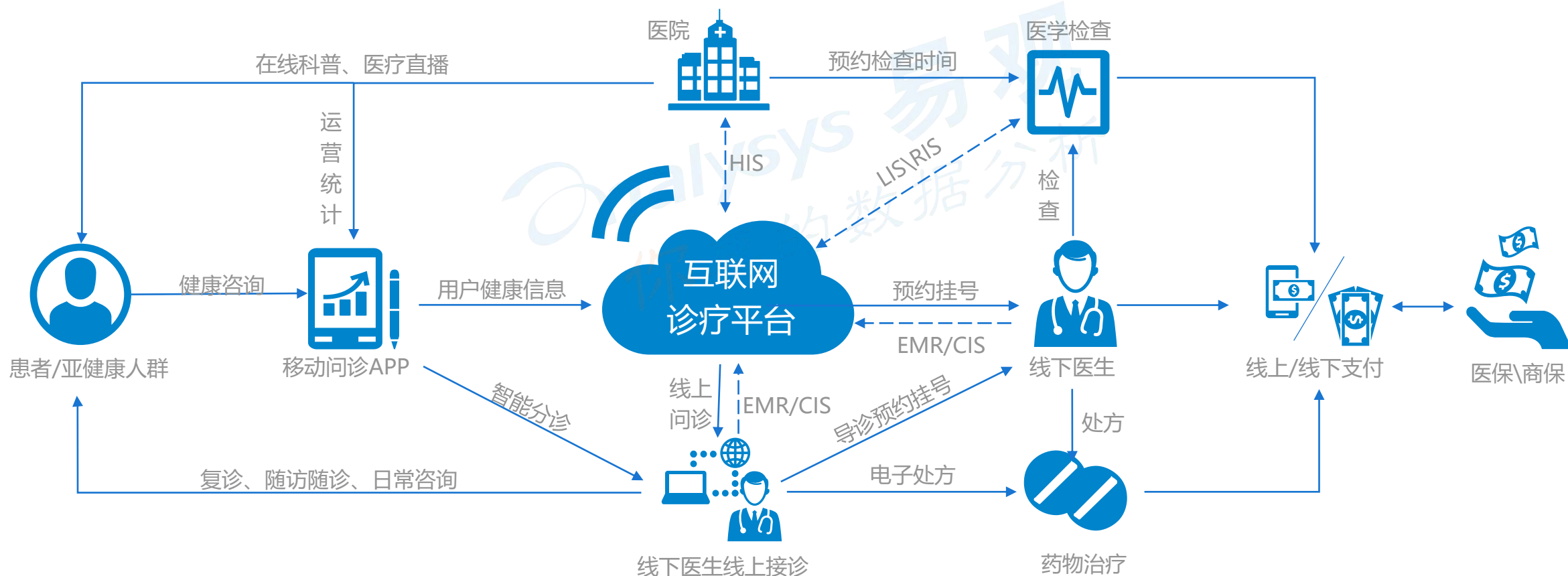
人工智能大势所趋，解决医生资源短缺指日可待

- 随着技术的不断进步，AI因其速度快，重复性高，成本低，客观，全面等特点，将逐步应用于医院的运营中。由于AI的数字化特性，互联网医疗将是AI的首选着陆地。
- Analysys易观分析认为，移动问诊服务的竞争核心在于优质的医生资源。目前，AI+辅助诊疗、AI+医学影像，都将成为在移动问诊中应用的方向。辅助医生，有效的提高效率、降低误诊率、减少成本，从根本上优化解决医疗资源供不应求的现状。



深入医疗服务核心，线上线下各展所长，融合互联

- 消费者对于高质量的医疗服务需求日益增加。移动问诊企业将逐渐从“轻问诊”深入医疗服务核心，逐渐实现医疗互联网化。
- 移动问诊在医疗服务前端的优势，可帮助医院实现精准获客，缓解三级医院日益增长的运营压力，弥补医生人员不足的现状。与医院共建互联网诊疗平台，使线上业务真正成为医疗服务的一部分。
- 与医院数据互联互通，使院内服务逐步延伸到互联网平台，复诊、随访随诊、日常咨询等，均可以通过线上实现。



数据分析驱动变革

- 易观千帆
- 易观万像
- 易观方舟
- 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用