

双色
图解版

- ◆ 5大在线医院的发展布局 ◆ 5大在线医疗推广的方式 ◆ 7个医疗大数据应用分享
- ◆ 9大医疗O2O模式详解 ◆ 9大移动医疗APP分析 ◆ 10多个3D打印案例分享
- ◆ 10多个可穿戴设备的介绍 ◆ 10多个商业盈利环节详解 ◆ 120张高清图片全程说明
- ◆ 380个通俗易懂图解展现

一本与你分享在线医疗变革经验的实用宝典!

玩转

“电商营销
+互联网金融”
系列

一本书读懂

在线 医疗

+

海天电商金融研究中心 编著

轻松掌握在线医疗运作模式，多种方式实现在线医疗的转型发展!

- ☑ 传统危机 ☑ 发展现状 ☑ 盈利模式 ☑ 未来展望 ☑ 医疗热点 ☑ 智能硬件 ☑ 3D打印
- ☑ 养生保健 ☑ 医疗O2O ☑ 医疗大数据 ☑ 在线推广 ☑ 移动APP ☑ 企业布局

清华大学出版社

玩转“电商营销+互联网金融”系列

一本书读懂在线医疗

海天电商金融研究中心 编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书是一本全面揭秘在线医疗的专著,从两条线帮助读者从入门到精通在线医疗。

一条是横向案例线,通过对目前在线医疗行业内影响力极广泛的平台认识,比如百度医生、丁香医生、春雨医生、平安好医生、杏仁医生、掌上药店等,透析每个平台的特色、优势与卖点,对相关的内容从可借鉴的角度进行深入分析。

另一条是纵向技能线,通过全面了解,把握在线医疗的运作工具,比如商业模式、医疗大数据、3D 打印、可穿戴设备、医疗 O2O、医疗移动端、在线医疗网络推广等,认识在线医疗转型安全落地的必备因素。

全书所有内容零基础、全图解,通过 5 大在线医院的发展布局+5 大在线医疗推广的方式+7 个医疗大数据应用分享+9 大医疗 O2O 模式的详解+9 大移动医疗 APP 的分析+10 多个 3D 打印案例分享+10 多个可穿戴设备的介绍+10 多个商业盈利环节详解+120 多张清晰的图片+380 多个通俗易懂的图解,深度剖析在线医疗的精华之处,让您一书在手,即可彻底读懂在线医疗模式、玩转在线医疗平台,从菜鸟成为达人,从新手成为在线医疗领域内的高手!

本书结构清晰、语言简洁、图解丰富,尤其是对于诸多成功在线医疗平台做了深入剖析,内容十分全面,适合在线医疗平台的管理者、在线医疗行业的从业者、有意从事在线医疗的人士、传统医疗向在线医疗模式转型的企业,以及在线医疗的人才培训中心使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

一本书读懂在线医疗/海天电商金融研究中心编著. —北京:清华大学出版社,2016
(玩转“电商营销+互联网金融”系列)

ISBN 978-7-302-43866-3

I. ①一… II. ①海… III. ①互联网络—应用—医疗—保健事业 IV. ①R19-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 110304 号

责任编辑:杨作梅

装帧设计:杨玉兰

责任校对:张彦彬

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市中晟雅豪印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×240mm 印 张:19.25 字 数:322 千字

版 次:2016 年 7 月第 1 版 印 次:2016 年 7 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:59.80 元

前言

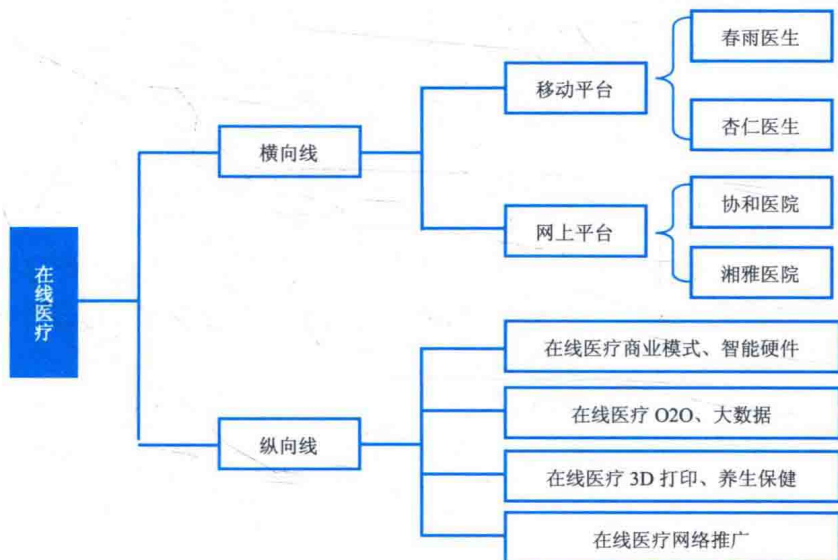
■ 写作驱动

如果说中国十年来，最蓬勃发展的产业是什么？那么非互联网莫属。在未来的十年里，最具潜力、市场广阔的行业是什么？那么非医疗莫属。如今互联网与医疗激起的浪潮已经席卷而来，现在是国内在线医疗发展的最好时期，我们该如何应对？

本书是一本全面揭秘在线医疗盈利模式、平台特色、网站发展、多元产品、未来动态的专著，特别是延伸出 3D 打印技术、智能医疗可穿戴设备、养生保健等内容，帮助读者从多角度更深入地了解在线医疗行业的动态和发展，同时精选出全国五大具有代表性的在线医院平台，进行实战分享。

本书紧扣互联网医疗，从在线医疗“落地”的角度，全面系统地总结了在线医疗平台推广的手段、技巧和策略，对目前行业内存在的问题进行详细分析，并提出解决方案，同时通过大量案例来进行辅助说明。

本书采用理论与实际相结合的方式，从横向线和纵向线两个方面全面解析在线医疗，让您轻松读懂在线医疗！



■ 本书特色

本书主要特色：实用为主+内容为王。

1. 接地气，实用为主，应用性强。将抽象的医疗与互联网落地到具体应用上。本书在案例分析上，深度解密了百度医生、丁香医生、春雨医生、平安好医生、杏仁医生、掌上药店等诸多影响力广泛的移动医疗 APP 平台，同时还介绍了北京协和医院、华西医院、中国人民解放军总医院、中山医院、湘雅医院五大极具实战指导意义的医院平台。本书同时着眼于在线医疗的概念，对在线医疗的现状、在线医疗对传统医疗的影响等内容进行了深入讲解。

2. 容易懂，内容为王，涵盖众多。详细讲解了在线医疗的具体网络推广知识、3D 打印技术在医疗中的应用、医疗大数据、医疗 O2O、智能医疗硬件等。完整地介绍了在线预约挂号、在线会诊、远程医疗、医疗机器人等多种不同盈利模式，以实战+理论的方式，进行了非常全面的讲解，极具含金量。

■ 适合人群

本书结构清晰、语言简洁、图表丰富，适合以下读者学习使用。

- **在线医疗平台的管理者。**本书提供关于移动平台、线上线下布局、医疗大数据及未来趋势等方面的分析内容，能够更好地引导平台规模逐步壮大。
- **在线医疗行业的从业者。**本书提供关于在线医疗的现状与影响、国内外的的发展以及行业内的相关平台与盈利模式的分析，能够更好地挖掘在线医疗的就业价值。
- **有意从事在线医疗的人士。**本书提供关于在线医疗的整体状况与发展、未来 O2O 模式前景的分析，能够充分了解在线医疗是什么。
- **传统医疗向在线医疗模式转型的企业。**本书提供关于在线医疗多种模式的分析，与特色的具体打造过程，尤其是对转型成功的企业进行优势分析，能够更好地帮助传统企业转型成功，快人一步建立起完善的在线医疗模式。
- **在线医疗的人才培训中心。**本书提供在线医疗的理论知识、电商平台的发展状况及对目前市场的分析，详解构建电商平台的可能性与盈利点，切入在线医疗领域的角度，能够更好地培养出时代需要的在线医疗人才。

■ 作者介绍

本书由海天电商金融研究中心编著，同时参加编写的人员还有贺琴、李四华、王力建、柏松、谭贤、谭俊杰、徐茜、刘嫔、苏高、柏慧、周旭阳、袁淑敏、谭中阳、杨端阳、刘伟、卢博、柏承能、刘桂花、刘胜璋、刘向东、刘松异等人，在此一并表示感谢。由于作者知识水平有限，书中难免有错误和疏漏之处，恳请广大读者批评指正，邮箱：itsir@qq.com。

编 者

目 录

第 1 章 危机：传统医疗陷入困境 1

- 1.1 医疗的五大矛盾与痛点 2
 - 1.1.1 看病困难 3
 - 1.1.2 看病价格昂贵 5
 - 1.1.3 看病流程烦琐 6
 - 1.1.4 看病质量差 7
 - 1.1.5 医患关系紧张 8
- 1.2 医疗模式不规范 9
 - 1.2.1 重治疗缺乏防御机制 9
 - 1.2.2 护理队伍建设不到位 10
 - 1.2.3 更关注利益忽视患者 11
 - 1.2.4 医护配合协同不到位 12
- 1.3 诊疗过程有偏差 12
 - 1.3.1 专科细化降低诊疗质量 13
 - 1.3.2 信息共享缺乏影响决策 14
 - 1.3.3 专业知识不能及时掌握 14
- 1.4 医疗资源遇难题 15
 - 1.4.1 资源不足致矛盾加深 15
 - 1.4.2 资源分布不均成差距 16
- 1.5 互联网对传统医疗的影响 16
 - 1.5.1 信息能量促供需关系变化 ... 17
 - 1.5.2 传统医疗开始拥抱大数据 ... 18
 - 1.5.3 医疗产业链视角发生改变 ... 19
 - 1.5.4 信息不对称问题有效缓解 ... 20
 - 1.5.5 医疗资源分配得更加均匀 ... 21
 - 1.5.6 商业模式呈现出新的业态 ... 21

第 2 章 现状：国内外在线医疗的格局 23

- 2.1 国外移动医疗 24
 - 2.1.1 国外移动医疗的应用 24
 - 2.1.2 【案例】国外在线医疗
实战分享 24
- 2.2 国内移动医疗 29
 - 2.2.1 国内移动医疗的应用 30
 - 2.2.2 【案例】国内在线医疗的
实战分享 33
- 2.3 智慧医疗成必然趋势 39
 - 2.3.1 智慧医疗的初步了解 40
 - 2.3.2 智慧医疗具备的特点 41
 - 2.3.3 智慧医疗的人性化闪光点 .. 42
 - 2.3.4 物联网在智慧医疗中的
作用 44

第 3 章 共赢：在线医疗商业模式 47

- 3.1 商业趋势：可穿戴医疗设备成
新入口 48
 - 3.1.1 巨大投资空间成另一
“风口” 48
 - 3.1.2 大数据与可穿戴联结 50
 - 3.1.3 巨头的可穿戴医疗大战 51
- 3.2 移动医疗 APP 的盈利模式 52
 - 3.2.1 模式 1：广告 53

3.2.2 模式 2: 增值服务	53
3.3 国内互联网医疗的商业模式	53
3.3.1 模式 1: 远程医疗方式	54
3.3.2 模式 2: 在线预诊模式	55
3.3.3 模式 3: 在线挂号服务	57
3.4 国外互联网医疗的商业模式	58
3.4.1 模式 1: 为医生和药企服务 ——Epocrates	59
3.4.2 模式 2: 为保险公司服务 ——WellDoc	59
3.4.3 模式 3: 为医生提供服务 ——ZocDoc	60
3.4.4 模式 4: 为医生和患者服务 ——Clinicast	61
3.4.5 模式 5: 为研发机构和保险 公司服务——CardioNet	62
3.5 未来会从哪些环节挖掘商业价值	63
3.5.1 环节 1: 疾病预防管理	63
3.5.2 环节 2: 就医方式改变	64
3.5.3 环节 3: 药品购买管理	64
3.5.4 环节 4: 医患对接机制	64
3.5.5 环节 5: 医疗资源价值	65

第 4 章 展望: 互联网医疗未来发展 67

4.1 从疾病治疗进入疾病预防时代	68
4.1.1 可穿戴设备发挥重要作用	68
4.1.2 以健康保健与预防为重心	70
4.2 医疗资源合理分配与完善	72
4.2.1 医疗机器人成为主刀手	73
4.2.2 碎片化时间治疗提高效率	75

4.2.3 建立明码标价的收费标准 ..	76
4.3 改善“三长一短”就诊困扰	77
4.3.1 缩短挂号排队时间	77
4.3.2 缩短看病等待时间	78
4.3.3 缩短排队取药时间	78
4.3.4 延长看病问诊时间	79
4.4 智能化管理操作系统	79
4.4.1 多种智能治疗模式	80
4.4.2 医院内部管理智能化	84

第 5 章 热点: 移动医疗带来移动健康 87

5.1 分级诊疗模式生成	88
5.1.1 分级诊疗模式的 四大领悟	88
5.1.2 国内外四种分级 诊疗模式	91
5.1.3 案例: 分级诊疗模式的 探索	94
5.2 医生社交体制改革	95
5.2.1 医生再教育	95
5.2.2 医生社区	96
5.3 患者体验更到位	97
5.3.1 移动医疗嵌入看病流程	97
5.3.2 患者社区	99
5.4 医疗移动端多样化细分	100
5.4.1 医生端	100
5.4.2 患者端	101
5.4.3 单科领域端	102
5.4.4 智能硬件端	103
5.4.5 院内平台端	103

5.4.6 医药电商平台端104

5.4.7 医疗新媒体端104

第6章 智能：移动医疗硬件产品 ...107

6.1 可穿戴医疗设备108

6.1.1 可穿戴设备的作用与
功能108

6.1.2 可穿戴设备的产品分类111

6.2 可穿戴医疗设备的实际应用112

6.2.1 有关哮喘病的设备113

6.2.2 检测心率失常设备114

6.2.3 检测是否洗手设备115

6.2.4 血压监测设备115

6.2.5 关于睡眠监控设备116

6.2.6 监控服药情况的药丸116

6.2.7 无针头的血糖检测设备118

6.3 健康管理之智能手表、手环118

6.3.1 智能手环之 Dido118

6.3.2 智能手环之三星
Gear Fit119

6.3.3 智能手环之乐心
BonBon120

6.3.4 智能手环之 Shine2121

6.3.5 智能手表 Moto 360122

6.4 其他可穿戴设备124

6.4.1 数码设备之谷歌眼镜124

6.4.2 智能设备之
Silme Bar type125

第7章 3D 打印：推动医疗革命127

7.1 3D 打印技术扩展到医疗领域128

7.1.1 新医疗革命技术128

7.1.2 3D 器官走进人们的生活... 128

7.1.3 医用药物打印131

7.2 3D 医疗打印技术的实际应用132

7.2.1 骨科临床应用：
降低风险133

7.2.2 肝脏临床应用：微器官
模型134

7.2.3 3D 假肢：帮助残疾人
摆脱困境135

7.2.4 胚胎模型：父母的纪念136

7.2.5 人造耳朵：帮助耳畸形
患者137

7.2.6 心脏打印：帮助练习
复杂手术139

7.2.7 皮肤打印：个性化发展139

7.2.8 3D 义眼：以假乱真的
技术141

7.2.9 头盖骨打印：史无前例的
创新142

7.2.10 下颌骨打印：为病人带来
舒适142

7.2.11 3D 种牙：实现私人化
定制144

7.2.12 假体打印：人工膝关节 ..145

7.2.13 盆骨打印：降低手术
风险146

第8章 养生：互联网医疗的保健与 养老149

8.1 互联网医疗之保健概述150

8.1.1	互联网+医疗之保健平台 ...	152
8.1.2	互联网医疗之婴幼儿保健	155
8.1.3	儿童保健之可穿戴设备	156
8.1.4	移动互联网之女性保健	163
8.1.5	移动医疗之慢性病保健 管理	166
8.2	互联网打造养老浪潮	168
8.2.1	互联网时代的新养老 模式	168
8.2.2	个性化平台和可穿戴 设备	170

第9章 搭建：医疗 O2O 模式 分析 173

9.1	医疗 O2O 成移动电商争夺之地 ...	174
9.1.1	在线医疗 O2O 变革	174
9.1.2	移动医疗 O2O 的痛点	176
9.1.3	颠覆传统医疗形成医疗 O2O 闭环	177
9.2	案例：医疗 O2O 战争打响	178
9.2.1	宜生到家：让上门推拿 成为可能	178
9.2.2	百度：通过移动互联网 搭建 O2O 闭环	180
9.2.3	腾讯：投资重要移动 医疗企业	181
9.2.4	阿里健康：整合医疗 流程	183
9.2.5	看中医：预约中医上门 出诊	185
9.2.6	乐牙网：寻找专业牙医	187

9.2.7	春雨：提供跨境治疗 服务	189
9.2.8	万应送药：药剂师送药 上门	190
9.2.9	京东到家布局医药 O2O	192

第10章 重构：大数据、云时代的 在线医疗 195

10.1	大数据对在线医疗的价值	196
10.1.1	数据信息容量庞大	199
10.1.2	医疗数据功能特征显著 ..	201
10.2	医疗大数据发挥的主要作用	203
10.2.1	对患者：精准诊断	204
10.2.2	对医生：决策支持	205
10.2.3	对科研人员： 临床分析	205
10.2.4	对管理机构： 规范用药	206
10.3	医疗大数据在临床中的应用	206
10.3.1	Practice Fusion： 在线电子病历平台	206
10.3.2	Predilytics：为医疗保险 企业提供数据	207
10.3.3	Gauss Surgical：监测外科 手术失血情况	208
10.3.4	23andMe：收集个人基因 组数据	209
10.3.5	Apixio：收集医生诊断 记录提取数据	211
10.3.6	意大利电信：推出慢性病 数据搜集系统	212

10.3.7	Waston 系统：自然语音处理技术.....	212
10.4	云时代下的在线医疗	213
10.4.1	云计算在互联网医疗中的应用	214
10.4.2	国内医疗信息化建设遇到的阻碍	216
10.4.3	云计算对在线医疗的价值	217
第 11 章	策略：在线医疗的网络推广	219
11.1	在线医疗之百度推广	220
11.1.1	在线医疗之百度竞价推广	222
11.1.2	在线医疗之百度优化推广	224
11.1.3	在线医疗之百度免费推广	225
11.2	在线医疗之软文推广	228
11.2.1	技巧：打造医疗软文	228
11.2.2	要点：软文注意事项	230
11.3	移动医疗之微信推广	230
11.3.1	移动医疗微信推广的优势	231
11.3.2	移动医疗微信推广的四种方法	232
11.3.3	医疗公众平台推广技巧	233
11.4	在线医疗之二维码推广	237
11.4.1	医疗二维码推广的作用	238
11.4.2	医疗二维码运用方法	240
11.4.3	二维码贯穿医疗服务	241
11.5	在线医疗之 LBS 推广	242
11.5.1	在线医疗 LBS 推广的价值	243
11.5.2	在线医疗 LBS 的功能	244
第 12 章	扩展：移动医疗 APP 迅速普及	247
12.1	医疗 APP 的分类和切入点	248
12.1.1	移动医疗 APP 分类	249
12.1.2	移动医疗切入点	250
12.2	应用：移动医疗 APP 介绍	250
12.2.1	移动医疗之百度医生	251
12.2.2	移动医疗之丁香医生	252
12.2.3	移动医疗之春雨医生	254
12.2.4	移动医疗之平安好医生	258
12.2.5	移动医疗之杏仁医生	260
12.2.6	移动医疗之掌上药店	261
12.2.7	移动医疗之珍立拍	264
12.2.8	移动医疗之医脉通	267
12.2.9	移动医疗之医生站	270
第 13 章	掘金：“互联网+医疗”巨头布局	273
13.1	阐述巨头在移动医疗的布局	274
13.1.1	百度：打造云健康平台	274
13.1.2	阿里巴巴：“未来医院”计划	277
13.1.3	腾讯：建立自营平台	279

13.2 其他企业在移动医疗 展开合作	281	13.3.1 北京协和医院	287
13.2.1 华为：创立 4G 医疗 方案	282	13.3.2 四川大学华西医院	289
13.2.2 谷歌：七大模块布局	282	13.3.3 中国人民解放军 总医院	290
13.3 国内五大在线医院的发展 布局	287	13.3.4 复旦大学附属中山 医院	292
		13.3.5 中南湘雅医院	293

第 1 章

危机：传统医疗陷入困境

传统医疗正面临困境，“看病难、看病贵”问题早就存在，医疗模式不规范、诊疗过程有偏差、医疗资源分配不均等问题也一直困扰着传统医疗。本章主要向读者介绍传统医疗遇到的危机以及互联网对传统医疗的影响。

危机：传统医疗陷入困境

医疗模式不规范

医疗资源遇难题

医疗的五大矛盾与痛点

诊疗过程有偏差

互联网对传统医疗的影响



1.1 医疗的五大矛盾与痛点

随着人们生活质量的提高，对医疗的认识和理解渐渐深入，人们已不仅仅满足于疾病的治疗，更追求身心的健康和看病品质的提高。然而，现实写照却如图 1-1 所示。

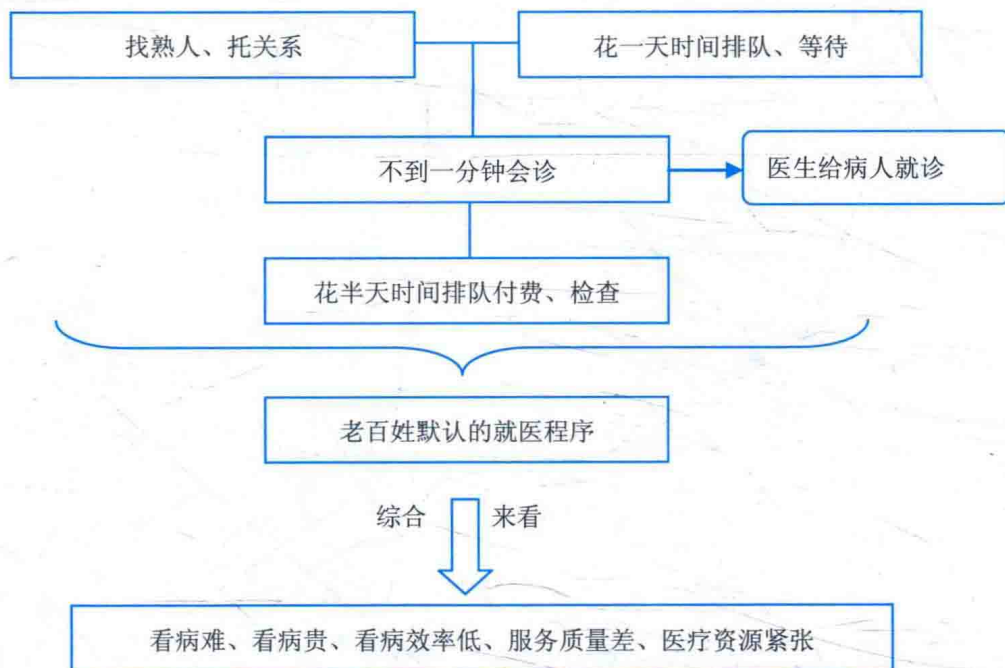


图 1-1 看病现实写照

对于患者群体而言，看病最主要的问题就是看病难、看病贵、看病效率低、服务质量差、医疗资源紧张等。而对于医生群体来说，主要的痛点问题如图 1-2 所示。



图 1-2 医生痛点

不仅医生和患者群体存在诸多痛点和难点，而且医院也存在着相当多的痛点和难点，如图 1-3 所示。

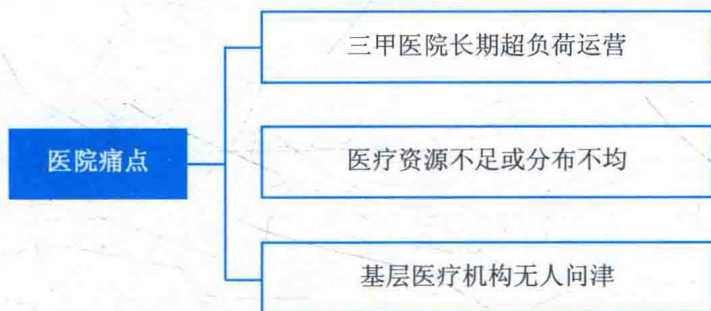


图 1-3 医院痛点

医院、医生和患者之间的这种供需资源不对称的问题，导致医生和患者、患者和医院之间的矛盾愈加激化，本节主要探讨的是医疗的五大矛盾和痛点，如图 1-4 所示。

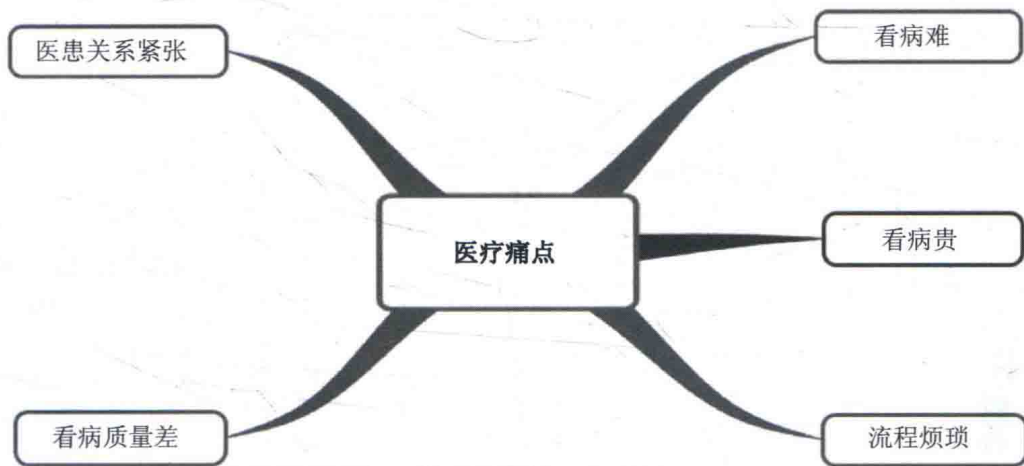


图 1-4 医疗的五大矛盾和痛点

1.1.1 看病困难

不管在哪里，看病难都是老百姓共有的体会。人们经常会看到这样的场景：一家大医院门口，几十个人排着长龙似的队伍，焦急心切地等待着挂号看病，有的队伍能够从门诊大楼里的挂号处一直排到门诊大楼门口，甚至是医院大门外面。图 1-5 所示为某医院内患者排队等候的情况。



图 1-5 医院就诊排队情况

图 1-5 所示的情景还只是现实生活中的“冰山一角”，对于现在的医疗而言，看病难主要包括两个方面：一方面是患者群体去医院看病难，另一方面是医生群体给病人看病难。

1. 病人看病难

病人在医院看病，主要会遇到五大难点，如图 1-6 所示。

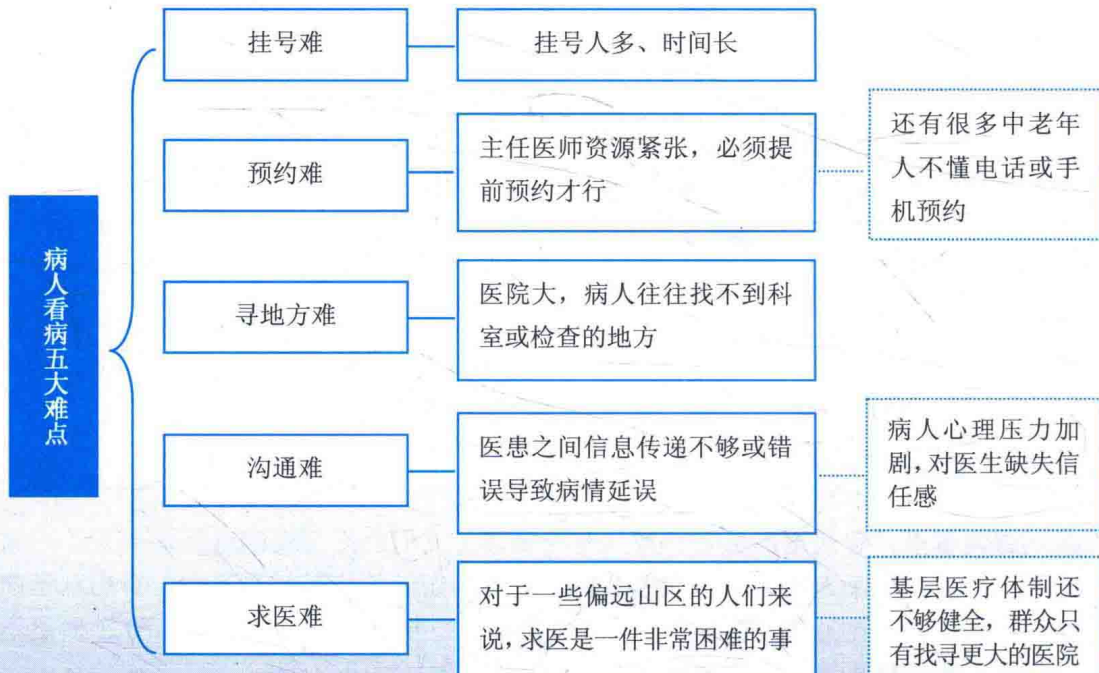


图 1-6 病人看病的五大难点

2. 医生给病人看病难

在普通人们的心目中，医生的职业已经被定位成了服务行业者，从 20 世纪 60 年代至今，医生的职业性质和定位发生了如图 1-7 所示的三个时期的变化。

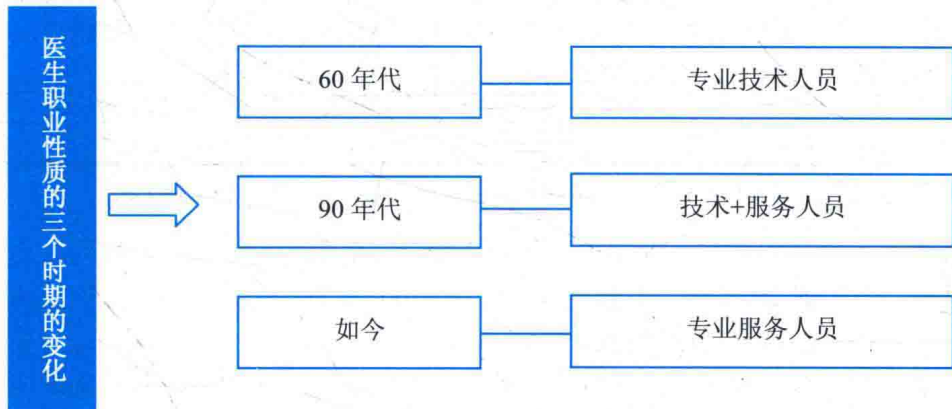


图 1-7 医生职业性质的三个时期的变化

人们对医生职业性质的定位，其实更多的是人们对于医疗改革的一种殷切期盼，而医生群体在这个大潮流中，所要承担的责任则更加重大，在为病人看病治疗上，他们也有很多难言之苦，具体表现如图 1-8 所示。

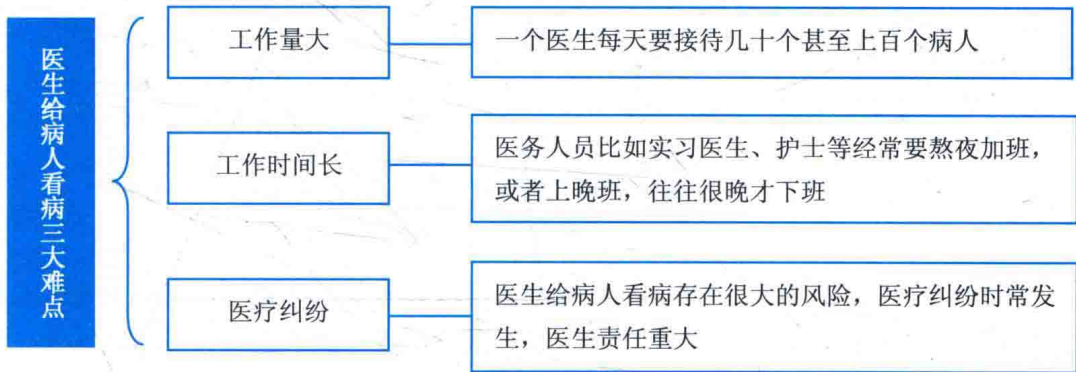


图 1-8 医生给病人看病有三大难点

1.1.2 看病价格昂贵

截至 2015 年，新医改已经走过了 6 个年头，虽然近几年来，医改加大了惠民的力度，医保标准也在不断提高，但是“看病贵”依然是社会各界热议的话题。表 1-1 所示为 2013 年至 2014 年北京市二级以上公立医院门诊和住院病人人均医药费用。