|  |
| --- |
| [2025-2031年中国互联网医疗市场深度调查分析及发展趋势研究报告](https://www.20087.com/8/91/HuLianWangYiLiaoHangYeXianZhuang.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2025-2031年中国互联网医疗市场深度调查分析及发展趋势研究报告](https://www.20087.com/8/91/HuLianWangYiLiaoHangYeXianZhuang.html) |
| 报告编号： | 2065918　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9000 元　　纸介＋电子版：9200 元 |
| 优惠价： | 电子版：8000 元　　纸介＋电子版：8300 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/8/91/HuLianWangYiLiaoHangYeXianZhuang.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　互联网医疗行业在过去几年里经历了爆炸性增长，特别是在COVID-19疫情期间，远程医疗、在线咨询和电子处方服务的需求激增。移动健康应用、可穿戴设备和在线医疗平台的普及，使得患者能够更容易地获取健康信息，监测自身健康状况，并与医疗服务提供者进行远程沟通。此外，大数据和人工智能技术的应用提高了诊断准确性和治疗个性化水平。  
　　互联网医疗的未来将更加侧重于集成医疗生态系统和患者体验优化。集成医疗生态系统意味着将电子健康记录、远程监测设备和移动应用无缝连接，以提供连续性和协调性更高的医疗服务。患者体验优化则体现在提供更加个性化、便捷和以患者为中心的健康解决方案，包括基于AI的健康咨询和预防性健康管理服务。  
　　《[2025-2031年中国互联网医疗市场深度调查分析及发展趋势研究报告](https://www.20087.com/8/91/HuLianWangYiLiaoHangYeXianZhuang.html)》依托多年行业监测数据，结合互联网医疗行业现状与未来前景，系统分析了互联网医疗市场需求、市场规模、产业链结构、价格机制及细分市场特征。报告对互联网医疗市场前景进行了客观评估，预测了互联网医疗行业发展趋势，并详细解读了品牌竞争格局、市场集中度及重点企业的运营表现。此外，报告通过SWOT分析识别了互联网医疗行业机遇与潜在风险，为投资者和决策者提供了科学、规范的战略建议，助力把握互联网医疗行业的投资方向与发展机会。  
  
第一章 互联网医疗发展背景  
　　第一节 互联网医疗的定义  
　　第二节 互联网医疗消费背景  
　　　　一、中国老龄化的背景分析  
　　　　　　（一）中国进入老龄化社会  
　　　　　　（二）老龄化推动医疗需求  
　　　　　　（三）医疗费用有望快速增加  
　　　　二、中国90后群体崛起分析  
　　　　　　（一）90后已成互联网的主力军  
　　　　　　（二）90后更易接受互联网医疗  
　　　　　　（三）90后将成为家庭中坚力量  
　　　　三、可应用病患群体基数庞大  
　　　　　　（一）高血压患病率高  
　　　　　　（二）糖尿病患者基数大  
　　　　　　（三）冠心病的隐蔽性强  
　　　　　　（四）脑血管疾病防治需重视  
  
第二章 中国互联网医疗发展现状分析  
　　第一节 中国医疗信息化发展分析  
　　　　一、医疗信息化的总花费规模  
　　　　二、医疗行业信息化市场规模  
　　　　三、医疗信息化行业结构分析  
　　第二节 互联网医疗市场规模分析  
　　　　一、互联网医疗的发展现状  
　　　　二、互联网医疗的市场规模  
　　　　三、在线医疗市场规模统计  
　　　　四、移动医疗市场规模统计  
　　第三节 互联网医疗发展分析  
　　　　一、互联网医疗利益相关方  
　　　　二、互联网医疗涉及四方  
　　　　三、互联网医疗平台的分类  
　　　　四、互联网医疗APP的发展  
　　第四节 中国移动医疗行业发展概况  
　　　　一、中国移动医疗行业发展现状  
　　　　二、中国移动医疗行业需求分析  
　　　　三、移动医疗的产业链开始扩展  
　　　　四、中国移动医疗实践模式分析  
　　　　五、中国移动医疗现实困境分析  
　　第五节 互联网医疗硬件发展分析  
　　　　一、可穿戴医疗的优势分析  
　　　　二、可穿戴医疗供应链分析  
　　　　三、可穿戴医疗的发展模式  
　　　　四、可穿戴医疗的市场规模  
　　　　五、可穿戴医疗的发展潜力  
　　第六节 远程监护公司盈利模式  
　　　　一、四维医学科技：与社区医院和诊所共生  
　　　　二、新元素医疗：健康小屋+会员制服务  
　　　　三、中卫莱康：坚持做服务商  
　　　　四、优加利企业：远程监护服务医院客户  
　　第七节 互联网医疗平台典型代表  
　　　　一、百度医疗  
　　　　　　（一）百度医疗定位  
　　　　　　（二）百度医疗模式  
　　　　　　（三）未来拓展方向  
　　　　二、美柚  
　　　　　　（一）美柚市场定位  
　　　　　　（二）美柚发展模式  
　　　　　　（三）未来拓展方向  
　　　　三、丁香园  
　　　　　　（一）丁香园的定位  
　　　　　　（二）丁香园的模式  
　　　　　　（三）未来拓展方向  
　　　　四、春雨医生  
　　　　　　（一）春雨医生定位  
　　　　　　（二）春雨医生模式  
　　　　　　（三）未来拓展方向  
　　　　五、九安医疗  
　　　　　　（一）九安医疗定位  
　　　　　　（二）未来拓展方向  
  
第三章 互联网医疗需求分析  
　　第一节 患者需求与痛点分析  
　　　　一、患者需求分析  
　　　　　　（一）核心需求  
　　　　　　（二）便利需求  
　　　　　　（三）辅助需求  
　　　　二、患者就医痛点  
　　　　　　（一）导诊痛点分析  
　　　　　　（二）诊断痛点分析  
　　　　　　（三）院外康复痛点  
　　第二节 医生需求与痛点分析  
　　　　一、医生需求分析  
　　　　二、医生痛点分析  
　　　　　　（一）工作强度与收入不符  
　　　　　　（二）提高诊断准确性痛点  
　　　　　　（三）跟踪患者康复的痛点  
　　第三节 医院需求与痛点分析  
　　　　一、医院需求分析  
　　　　　　（一）信息化需求  
　　　　　　（二）平台化需求  
　　　　二、医院痛点分析  
　　　　　　（一）数据大集中的痛点  
　　　　　　（二）医疗资源共享痛点  
　　第四节 药企需求与痛点分析  
　　　　一、药企需求分析  
　　　　二、药企痛点分析  
　　　　　　（一）特定药品不能进行精准营销  
　　　　　　（二）大病用药疗效无法有效跟踪  
　　第五节 险企需求与痛点分析  
　　　　一、保险公司需求分析  
　　　　二、保险公司痛点分析  
　　　　　　（一）保费佣金比例高  
　　　　　　（二）无法降低赔付成本  
  
第四章 互联网医疗盈利模式分析  
　　第一节 向患者收费模式  
　　　　一、基于患者的商业模式  
　　　　二、国外案例分析——Zeo  
　　　　　　（一）产品功能  
　　　　　　（二）盈利模式  
　　　　　　（三）未来发展模式  
　　第二节 向医生收费模式  
　　　　一、向医生收费模式  
　　　　二、国外案例分析——Zocdoc  
　　　　　　（一）提供服务  
　　　　　　（二）盈利模式  
　　　　　　（三）经验总结  
　　第三节 向医院收费模式  
　　　　一、向医院收费模式  
　　　　二、国外案例分析——Vocera  
　　　　　　（一）产品功能  
　　　　　　（二）主要优势  
　　　　　　（三）盈利模式  
　　　　　　（四）未来发展模式  
　　第四节 向药企收费模式  
　　　　一、向药企收费模式  
　　　　二、国外案例分析——Epocrates  
　　　　　　（一）公司简介  
　　　　　　（二）产品功能  
　　　　　　（三）盈利模式  
　　　　　　（四）未来发展模式  
　　第五节 向险企收费模式  
　　　　一、向保险公司收费模式  
　　　　二、国外案例分析——WellDoc  
　　　　　　（一）产品形式和功能  
　　　　　　（二）盈利模式  
　　　　　　（三）未来发展方向  
  
第五章 药品销售与电子商务融合发展分析  
　　第一节 医药电子商务相关概述  
　　第二节 医药电子商务四大应用领域  
　　　　一、预防领域  
　　　　二、诊断领域  
　　　　三、治疗领域  
　　　　四、康复领域  
　　第三节 美国药品电子商务发展分析  
　　　　一、美国药品流通现状分析  
　　　　二、美国药品电子商务分析  
　　　　三、美国药品电商竞争格局  
　　第四节 国内外医药电子商务B2B模式分析  
　　　　一、医药电子商务B2B模式分析  
　　　　　　（一）医药电子商务B2B模式相关概述  
　　　　　　（二）中国医药电子商务B2B发展现状  
　　　　　　（三）国外医药电子商务B2B模式分析  
　　　　　　（四）中国医药电子商务B2B模式分析  
　　　　　　（五）中国医药电子商务B2B可选模式  
　　　　二、中国医药电子商务B2C模式分析  
　　　　　　（一）中国B2C网店的发展现状分析  
　　　　　　（二）国内获医药B2C牌照的网上药店  
　　　　　　（三）B2C平台与医药企业结盟模式分析  
　　第五节 中国医药电子商务发展运行分析  
　　　　一、中国医药电子商务发展历程分析  
　　　　二、中国医药电子商务发展现状分析  
　　　　三、中国医药电子商务市场规模分析  
　　　　四、中国医药电子商务现存问题分析  
　　　　五、中国医药电子商务发展主要瓶颈  
　　第六节 中国医药电子商务的发展趋势  
  
第六章 中国互联网医疗重点企业及平台分析  
　　第一节 互联网医疗优秀平台分析  
　　　　一、好大夫在线  
　　　　　　（一）平台发展简介  
　　　　　　（二）平台商业模式  
　　　　　　（三）平台盈利模式  
　　　　　　（四）平台的影响力  
　　　　二、39健康网  
　　　　　　（一）平台发展简介  
　　　　　　（二）平台商业模式  
　　　　　　（三）平台的影响力  
　　　　　　（四）平台发展战略  
　　　　三、宜康网  
　　　　　　（一）平台发展简介  
　　　　　　（二）平台主要业务  
　　　　　　（三）平台商业模式  
　　　　　　（四）平台发展战略  
　　　　四、医通无忧网  
　　　　　　（一）平台发展简介  
　　　　　　（二）平台主要业务  
　　　　　　（三）平台商业模式  
　　　　　　（四）平台的影响力  
　　第二节 互联网医疗硬件企业分析  
　　　　一、广东宝莱特医用科技股份有限公司  
　　　　　　（一）公司的基本情况  
　　　　　　（二）互联网医疗产品  
　　　　　　（三）公司经营状况分析  
　　　　　　（四）企业销售网络分析  
　　　　　　（五）公司的产品优势  
　　　　二、天津九安医疗电子股份有限公司  
　　　　　　（一）公司的基本情况  
　　　　　　（二）互联网医疗产品  
　　　　　　（三）公司经营状况分析  
　　　　　　（四）企业销售网络分析  
　　　　　　（五）公司的产品优势  
　　　　三、三诺生物传感股份有限公司  
　　　　　　（一）公司的基本情况  
　　　　　　（二）互联网医疗产品  
　　　　　　（三）公司经营状况分析  
　　　　　　（四）企业销售网络分析  
　　　　　　（五）公司的产品优势  
　　　　四、邦讯技术股份有限公司  
　　　　　　（一）公司的基本情况  
　　　　　　（二）互联网医疗产品  
　　　　　　（三）公司经营状况分析  
　　　　　　（四）企业销售网络分析  
　　　　　　（五）公司的产品特点  
　　　　五、乐普（北京）医疗器械股份有限公司  
　　　　　　（一）公司的基本情况  
　　　　　　（二）互联网医疗产品  
　　　　　　（三）公司经营状况分析  
　　　　　　（四）企业销售网络分析  
　　　　　　（五）公司的产品优势  
　　第三节 互联网医疗软件企业分析  
　　　　一、北京春雨天下软件有限公司  
　　　　　　（一）公司的基本情况  
　　　　　　（二）互联网医疗产品  
　　　　　　（三）公司的最新动态  
　　　　　　（四）公司的发展战略  
　　　　二、东软医疗系统有限公司  
　　　　　　（一）公司的基本情况  
　　　　　　（二）互联网医疗产品  
　　　　　　（三）公司经营状况分析  
　　　　　　（四）公司的产品优势  
　　　　三、上海金仕达卫宁软件股份有限公司  
　　　　　　（一）公司的基本情况  
　　　　　　（二）互联网医疗产品  
　　　　　　（三）公司经营状况分析  
　　　　　　（四）企业销售网络分析  
　　　　　　（五）公司的产品优势  
　　　　四、东华软件股份公司  
　　　　　　（一）公司的基本情况  
　　　　　　（二）产品发展新动态  
　　　　　　（三）公司经营状况分析  
　　　　　　（四）企业销售网络分析  
　　　　　　（五）公司核心竞争力  
　　　　五、上海金蝶医疗卫生软件有限公司  
　　　　　　（一）公司的基本情况  
　　　　　　（二）互联网医疗业务  
　　　　　　（三）互联网医疗现状  
　　　　　　（四）公司的发展战略  
　　第四节 药品电子商务企业分析  
　　　　一、九州通医药集团股份有限公司  
　　　　　　（一）公司的基本情况  
　　　　　　（二）互联网医疗平台  
　　　　　　（三）公司经营状况分析  
　　　　　　（四）企业销售网络分析  
　　　　　　（五）公司核心竞争力  
　　　　二、海虹企业（控股）股份有限公司  
　　　　　　（一）公司的基本情况  
　　　　　　（二）互联网医疗产品  
　　　　　　（三）公司经营状况分析  
　　　　　　（四）企业销售网络分析  
　　　　　　（五）公司核心竞争力  
　　　　三、上海华源大药房连锁经营有限公司  
　　　　　　（一）公司的基本情况  
　　　　　　（二）互联网医疗平台  
　　　　　　（三）产品的商业模式  
　　　　　　（四）公司的最新动态  
  
第七章 2025-2031年互联网医疗行业发展趋势与前景  
　　第一节 2025-2031年互联网医疗发展动因  
　　　　一、医疗信息化建设为互联网医疗奠定基础  
　　　　二、政策层面推动医疗信息化建设迅速发展  
　　　　三、4G通信使互联网医疗具备全面普及可能性  
　　　　四、医疗器械技术发展推动实际应用普及性增强  
　　第二节 2025-2031年互联网医疗发展趋势  
　　第三节 2025-2031年互联网医疗发展前景及预测  
　　　　一、2025-2031年中国互联网医疗发展前景  
　　　　二、2025-2031年互联网医疗市场规模预测  
　　　　三、2025-2031年在线医疗市场规模预测  
　　　　四、2025-2031年移动医疗市场规模预测  
  
第八章 2025-2031年互联网医疗行业投融资策略分析  
　　第一节 2025-2031年互联网医疗行业投资风险  
　　　　一、政策法规风险  
　　　　二、市场竞争风险  
　　　　三、技术发展风险  
　　第二节 2025-2031年互联网医疗行业投资机会  
　　　　一、中国互联网医疗投资机会概述  
　　　　二、互联网医疗院前环节投资机会  
　　　　三、互联网医疗院中环节投资机会  
　　　　四、互联网医疗院后环节投资机会  
　　第三节 2025-2031年互联网医疗行业投资策略  
　　　　一、挖掘互联网医疗产品核心价值  
　　　　二、提升互联网医疗价值链的价值  
　　　　三、从资本价值出发进行资本运作  
　　第四节 中-智林-　2025-2031年互联网医疗行业融资策略  
　　　　一、互联网医疗项目融资情况  
　　　　二、互联网医疗行业融资渠道  
　　　　三、互联网医疗行业融资策略  
  
图表目录  
　　图表 1 中国65岁以上人口统计及预测  
　　图表 2 2020-2025年中国卫生总费用及占GDP比重  
　　图表 3 2020-2025年中国网民年龄结构  
　　图表 4 手机网民使用互联网医疗的情况  
　　图表 5 成人不同性别基线年龄段八年高血压累计发病率  
　　图表 6 城市地区不同性别、年龄组人群脑血管死亡率比较  
　　图表 7 2020-2025年中国医疗信息化总花费规模统计  
　　图表 8 2020-2025年中国医疗行业信息化市场规模  
　　图表 9 2020-2025年中国医疗信息化行业各解决方案收入结构图  
　　图表 10 互联网化程度  
　　图表 11 医疗互联网化的分类与方向  
　　图表 12 2020-2025年中国互联网医疗市场规模  
　　图表 13 2020-2025年在线医疗市场规模及趋势统计  
　　图表 14 2020-2025年移动医疗市场规模及趋势统计  
　　图表 15 互联网医疗利益相关方  
　　图表 16 医疗过程中的四方主体，以患者为中心示意图  
　　图表 17 2020-2025年我国互联网医疗APP数量预测  
　　图表 18 传统的动态监测设备  
　　图表 19 医生期待移动医疗能够改善的方面  
　　图表 20 2020-2025年中国可穿戴便携移动医疗设备市场规模统计  
　　图表 21 2025年中国老年人口数量及其占比情况统计  
　　图表 22 男性健康主要问题构成  
　　图表 23 女性健康主要问题构成  
　　图表 24 全球范围内针对移动医疗服务效果的临床研究  
　　图表 25 患者期待移动医疗能够改善的方面  
　　图表 26 消费者对移动医疗的付费调查  
　　图表 27 美国股权投资基金投资领域分布  
　　图表 28 美国股权投资基金投资医疗细分行业  
　　图表 29 深圳新元素医疗的运营模式  
　　图表 30 新元素医疗的三个盈利来源  
　　图表 31 中卫莱康-保健版远程心电监测仪  
　　图表 32 中卫莱康-腕式心电监测仪  
　　图表 33 优加利企业的第四代“心安宝”  
　　图表 34 优加利企业的心脏实时监护网络  
　　图表 35 百度医疗产业链布局  
　　图表 36 健康云三层架构  
　　图表 37 百度医疗未来产业链延伸  
　　图表 38 美柚医疗产业链布局  
　　图表 39 美柚未来产业链拓展  
　　图表 40 丁香园产业链布局  
　　图表 41 丁香园两大盈利板块  
　　图表 42 丁香园未来发展方向  
　　图表 43 春雨医生产业链布局  
　　图表 44 春雨医生盈利模式  
　　图表 45 春雨医生未来产业链拓展  
　　图表 46 iHealth产业链布局  
　　图表 47 九安医疗未来产业链拓展  
　　图表 48 患者需求高低与第三方机构易介入程度对比  
　　图表 49 患者痛点  
　　图表 50 Zeo产品示意图  
　　图表 51 Zeo在互联网医疗产业链中的关系  
　　图表 52 Zeo在互联网医疗产业链中的关系  
　　图表 53 Zeo未来可能的发展方向  
　　图表 54 Zocdoc在互联网医疗产业链中的关系  
　　图表 55 Zocdoc网站界面  
　　图表 56 Zocdoc未来可能的发展方向  
　　图表 57 Vocera产品可戴在脖子上  
　　图表 58 Vocera产品可挂在衣服上  
　　图表 59 Vocera未来可能的发展方向  
　　图表 60 Epocrates在互联网医疗产业链中的关系  
　　图表 61 Epocrates未来可能的发展方向  
　　图表 62 WellDoc未来可能的发展方向  
　　图表 63 持有国A证—第三方交易服务平台牌照的厂商情况  
　　图表 64 2020-2025年中国B2C医药电商市场规模预测  
　　图表 65 持有国A证—第三方交易服务平台牌照的厂商情况  
　　图表 66 2020-2025年中国医药电子商务市场规模统计  
　　图表 67 拜欧B2B2C模式  
　　图表 68 “好大夫在线”的业务流程示意图  
　　图表 69 医通无忧网在线医疗服务模式图示  
　　图表 70 医通无忧网在线广告营销图示  
　　图表 71 2025年广东宝莱特医用科技股份有限公司分产品情况表  
　　图表 72 2025年广东宝莱特医用科技股份有限公司业务结构情况  
　　图表 73 2020-2025年广东宝莱特医用科技股份有限公司收入及利润统计  
　　图表 74 2025年广东宝莱特医用科技股份有限公司分地区情况表  
　　图表 75 iHealth BPM产品功能图  
　　图表 76 2025年天津九安医疗电子股份有限公司分产品情况表  
　　图表 77 2025年天津九安医疗电子股份有限公司业务结构情况  
　　图表 78 2020-2025年天津九安医疗电子股份有限公司收入及利润统计  
　　图表 79 2025年天津九安医疗电子股份有限公司分地区情况表  
　　图表 80 三诺糖护士手机血糖仪  
　　图表 81 2025年三诺生物传感股份有限公司分产品情况表  
　　图表 82 2025年三诺生物传感股份有限公司业务结构情况  
　　图表 83 2020-2025年三诺生物传感股份有限公司收入及利润统计  
　　图表 84 2025年三诺生物传感股份有限公司分地区情况表  
　　图表 85 2025年邦讯技术股份有限公司分产品情况表  
　　图表 86 2025年邦讯技术股份有限公司业务结构情况  
　　图表 87 2020-2025年邦讯技术股份有限公司收入及利润统计  
　　图表 88 2025年邦讯技术股份有限公司分地区情况表  
　　图表 89 乐普（北京）医疗器械股份有限公司移动医疗产业链  
　　图表 90 2025年乐普（北京）医疗器械股份有限公司分产品情况表  
　　图表 91 2025年乐普（北京）医疗器械股份有限公司业务结构情况  
　　图表 92 2020-2025年乐普（北京）医疗器械股份有限公司收入及利润统计  
　　图表 93 2025年乐普（北京）医疗器械股份有限公司分地区情况表  
　　图表 94 北京春雨天下软件有限公司基本情况表  
　　图表 95 东软医疗系统有限公司基本情况表  
　　图表 96 2020-2025年东软医疗系统有限公司收入及利润情况  
　　图表 97 2020-2025年东软医疗系统有限公司盈利能力指标  
　　图表 98 2025年上海金仕达卫宁软件股份有限公司分产品情况表  
　　图表 99 2025年上海金仕达卫宁软件股份有限公司业务结构情况  
　　图表 100 2020-2025年上海金仕达卫宁软件股份有限公司收入及利润统计  
　　图表 101 2025年上海金仕达卫宁软件股份有限公司分地区情况表  
　　图表 102 2025年东华软件股份公司分产品情况表  
　　图表 103 2025年东华软件股份公司业务结构情况  
　　图表 104 2020-2025年东华软件股份公司收入及利润统计  
　　图表 105 2025年东华软件股份公司分地区情况表  
　　图表 106 上海金蝶医疗卫生软件有限公司基本情况表  
　　图表 107 金蝶医疗移动挂号手机APP界面图  
　　图表 108 2025年九州通医药集团股份有限公司分产品情况表  
　　图表 109 2025年九州通医药集团股份有限公司业务结构情况  
　　图表 110 2020-2025年九州通医药集团股份有限公司收入及利润统计  
　　图表 111 2025年九州通医药集团股份有限公司分地区情况表  
　　图表 112 2025年海虹企业（控股）股份有限公司分产品情况表  
　　图表 113 2020-2025年海虹企业（控股）股份有限公司收入及利润统计  
　　图表 114 2025年海虹企业（控股）股份有限公司分地区情况表  
　　图表 115 中国医疗信息化过程  
　　图表 116 互联网医疗得到政策鼓励支持情况表  
　　图表 117 2025-2031年互联网医疗市场规模预测  
　　图表 118 2025-2031年在线医疗市场规模预测  
　　图表 119 2025-2031年移动医疗市场规模预测  
　　图表 120 2025年中国互联网医疗融资前20家企业排行榜  
　　图表 121 企业巨头互联网医疗融资布局各有侧重  
略……

了解《[2025-2031年中国互联网医疗市场深度调查分析及发展趋势研究报告](https://www.20087.com/8/91/HuLianWangYiLiaoHangYeXianZhuang.html)》，报告编号：2065918，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/8/91/HuLianWangYiLiaoHangYeXianZhuang.html>

热点：互联网医疗的优势与不足、互联网医疗的发展现状和未来趋势、线上问诊的优势和劣势、互联网医疗是做什么的、互联网医疗前景、互联网医疗器械经营许可证、远程诊疗的利弊、互联网医疗盈利模式、十年前的医疗水平

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！