



# 2015-2016中国移动医疗健康市场研究报告

2015-2016 China Mobile Health Market Research Report

( 内部精简版 )



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group

# 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、移动医疗健康服务提供商与移动健康医疗用户进行深度访谈，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。
- 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 / 2015年中国移动医疗健康市场年度动态

2 / 中国移动医疗健康行业发展现状

3 / 中美移动医疗健康行业比较

4 / 中国移动医疗健康细分市场研究

5 / 中国移动医疗健康市场发展趋势

# 2015中国移动医疗健康市场年度动态

The background features a light blue color scheme with faint, stylized gear patterns. On the right side, there is a network diagram consisting of several blue triangles of varying sizes connected by thin lines, suggesting a data or communication network. A horizontal line extends from the left edge of the text area towards the right, ending at a small blue circle.



# 2015年中国移动医疗健康市场年度动态

## ● 政府政策利好不断，互联网+医疗高速发展。

继2014年国家卫计委、药监局相继出台“多点执业”、“线上处方药”、“远程诊疗”等政策方案后，2015年《关于推进和规范医师多点执业的若干意见》、《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》、《关于推进分级诊疗制度建设的指导意见》等一系列政策意见为移动医疗健康市场的发展奠定了良好的政策导向。

## ● 移动医疗健康投融资风起云涌，资本市场持续升温。

相关资料显示，截止至2015年12月28日，互联网医疗健康领域共发生投融资221起，比2014年增长45.4个百分点。2015上半年国内互联网医疗领域的风险投资总额达到7.8亿美元，已超过2014年全年总额。其中特别引人注目的是，2015年11月30日微医集团完成由国开金融、复星医药、高瓴资本、腾讯等共同投资的高达3亿美元的E轮融资，移动医疗领域所获资源和关注又获得了量级的提升。

## ● 移动互联网下的医生集团如雨后春笋，加速产业链布局。

医生作为最为重要和稀缺的医疗资源是移动医疗领域重点关注的一环。继万峰医生集团、张强医生集团、杏香园医生集团、大家医联、中康医生集团、广州私人医生工作室等医生集团后，2015年6月，作为中国首个基于移动互联网且规模最大的三甲医院移动医生集团——三甲医生集团成立，通过移动健康云协作平台，实现跨地域、跨医院、跨科室的医护协同合作。





# 2015-2016年中国移动医疗健康市场年度动态

## ● 分级诊疗催生巨大需求，推高医联体智慧平台的搭建浪潮。

2015年9月12日，国务院办公厅推出推进分级诊疗制度建设的指导意见，提出了2020年全国内分级诊疗制度基本建立，2017年基本实现大病不出县的明确目标。2015年9月25日，微医集团在互联网医疗高峰论坛上宣布将投资3亿美元建设全国互联网分级诊疗平台，助力国家政策引导下的分级诊疗体系。

## ● 乌镇互联网医院开张，开启移动医疗“线上+线下”的全新探索模式。

全国首家互联网医院——乌镇互联网医院于2015年12月7日正式揭牌，并于同日上午上线乌镇互联网医院官网与“乌镇医院”APP，为全国百姓提供以复诊为核心的在线诊疗服务。这无疑是“互联网+”医疗模式的一次全新探索，整合线上、线下医疗资源的同时，开创了在线诊疗、电子病历共享、电子处方等改革举措的先河。

## ● 商业健康保险税收政策试水，探索移动医疗的盈利模式。

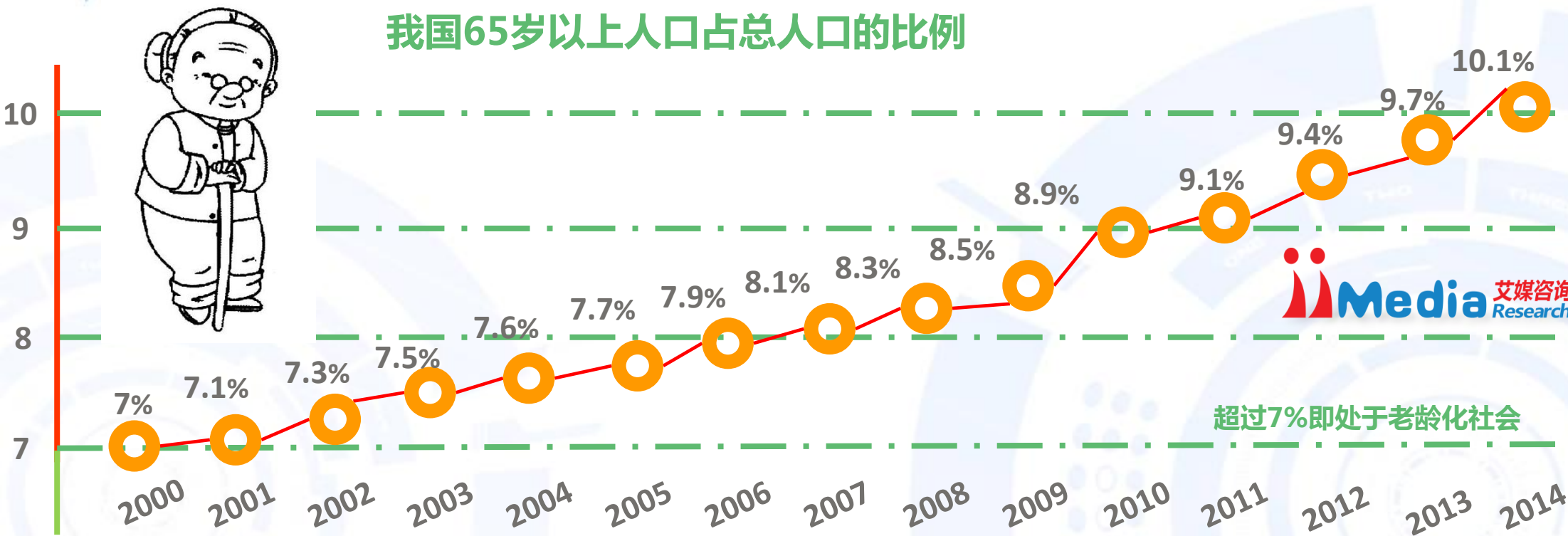
“谁来买单”一直是许多从业人员心中制约移动医疗行业发展的重要因素。2015年以来，国家层面发布了《关于开展商业健康保险个人所得税政策试点工作的通知》、《个人税收优惠型健康保险业务管理暂行办法》、《关于实施商业健康保险个人所得税政策试点的通知》三大政策，为移动医疗行业探索以商业保险支付的盈利模式提供制度保障。

# 中国移动医疗健康行业发展现状

The background features a light blue color scheme with faint, stylized gear patterns. On the right side, there is a network diagram consisting of a central blue triangle with three nodes at its vertices, connected by lines. Several smaller blue triangles of varying sizes are scattered around the main triangle, some pointing towards it and others away, suggesting a dynamic or interconnected system.

# 中国移动医疗健康行业的需求分析：人口老龄化加剧

## 我国65岁以上人口占总人口的比例



国际上通常把60岁以上的人口占总人口比例达到10%，或65岁以上人口占总人口的比重达到7%作为国家和地区进入老龄化的标准。国家统计局数据显示，2000-2014年来我国65岁以上人口占总人口的比重不断攀升，人口老龄化程度不断加深，至2014年我国65周岁及以上人口比重突破10%。与之而来的是，日益庞大的老年人群体对医疗和健康的基本需求对医疗健康行业提出了更高的要求。

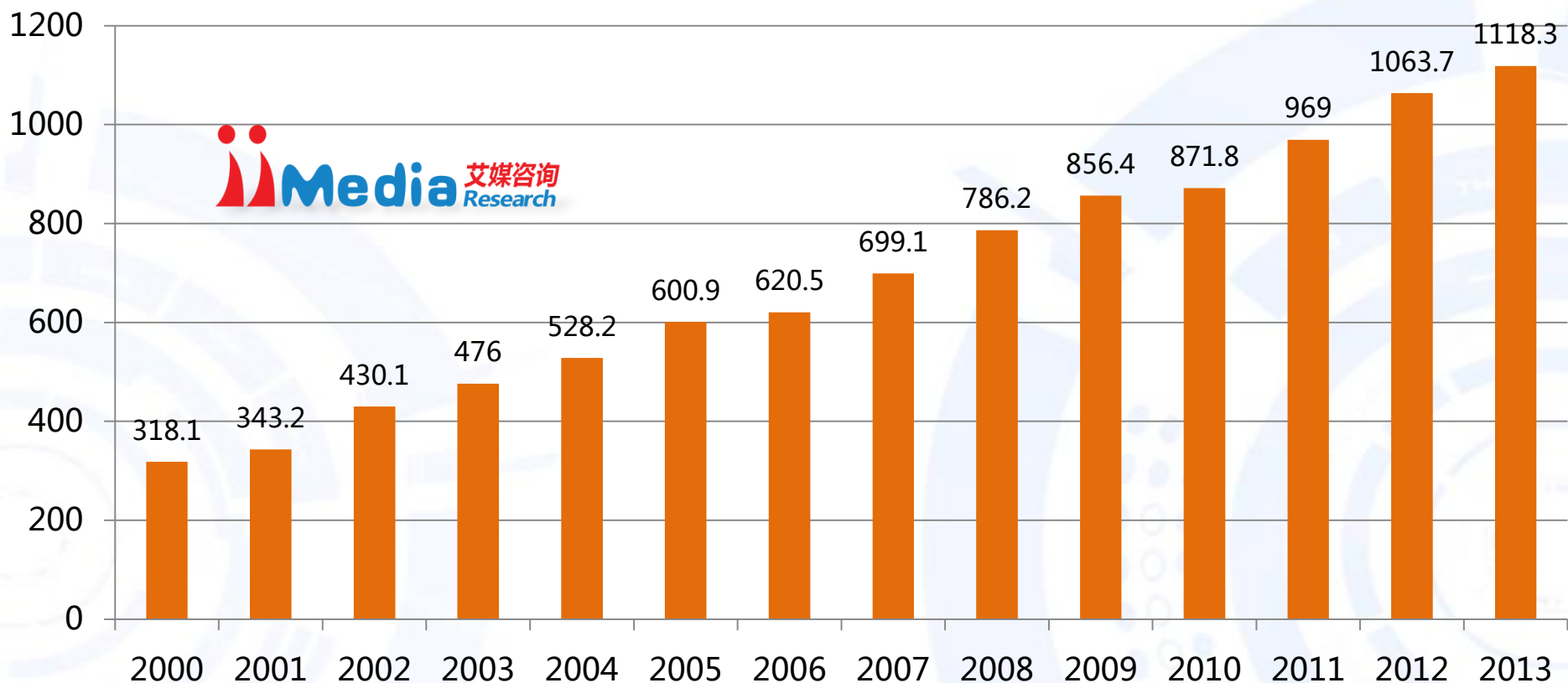
数据来源：国家统计局

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



# 中国移动医疗健康行业的需求分析：人均医疗保健支出增加

## 我国城镇家庭人均医疗保健支出（单位：元）



中国统计年鉴数据显示，我国城镇家庭人均医疗保健支出呈逐年递增趋势，2003-2013这十年间，我国城镇家庭人均医疗保健支出增长134.9个百分点，2013年我国居民医疗保健人均支出占人均总支出比例已达到6.9%。艾媒咨询分析师认为，医疗保健支出的增加，一方面由于不断上涨的医疗费用，另一方面源自人们对自身健康状况的日益重视。

数据来源：中国统计年鉴

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

艾媒咨询分析师认为，来自医院、医生、用户等传统医疗行业的多处痛点，恰好是移动医疗行业发展的机会点。把握医疗体制改革的机遇，运用互联网、智能硬件等技术设备加速医疗行业的转型升级。



### 医院

医疗资源配置不合理，诊疗效率低下，数据隔离



### 医生

收入回报低，医患需求不匹配，医患纠纷频发



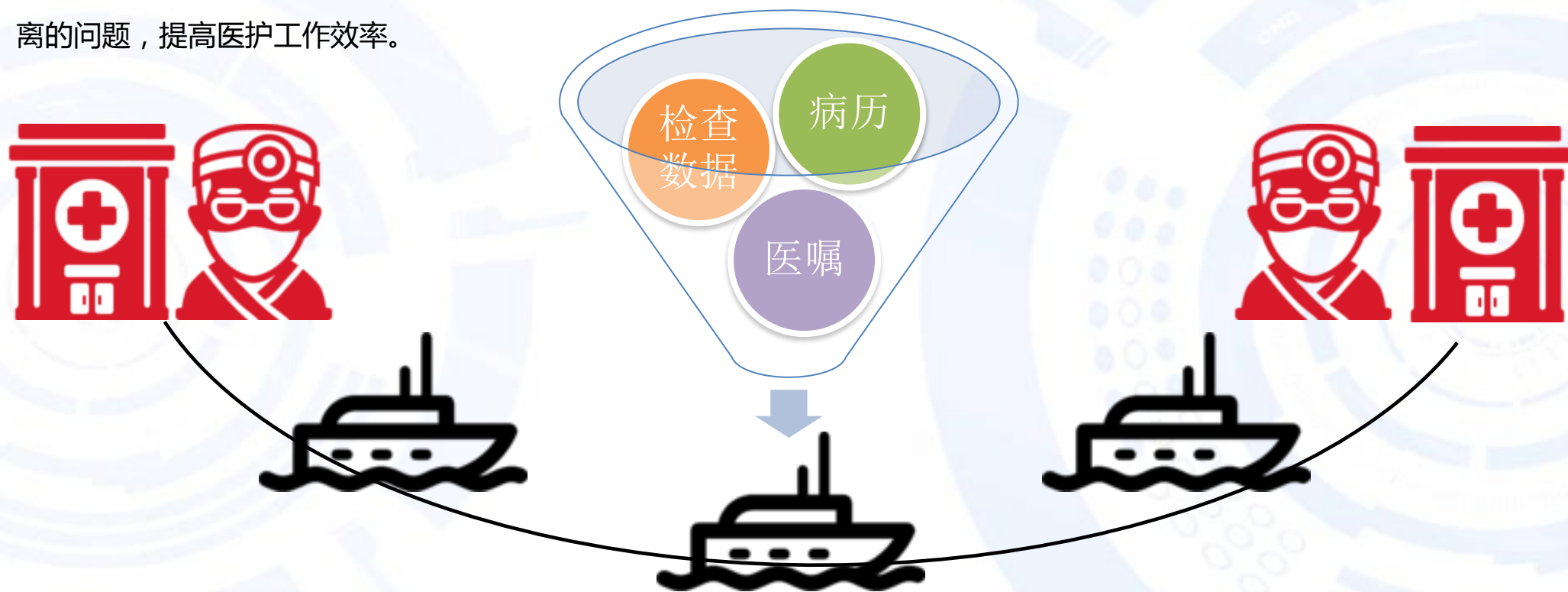
### 用户

看病难，看病贵，用户体验差

# 中国传统医疗行业的痛点分析 数据孤岛

**数据孤岛**，是指不同区域之间、各医院之间或医院内不同部门之间的医疗信息系统不能相互联通，导致各个医疗信息系统数据无法实现共享，这种情况下的医疗信息数据系统即为“数据孤岛”。

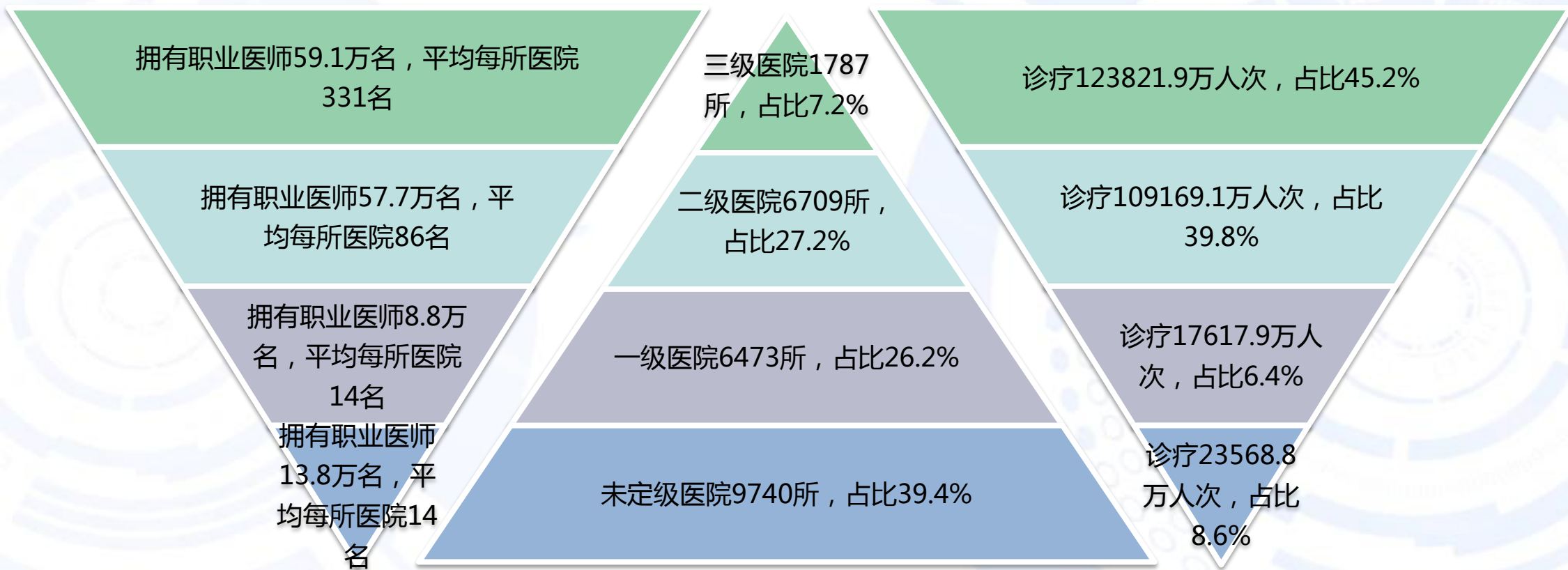
目前，医疗行业的数据孤岛主要体现在：一是各家医院由于既得利益等原因对用户健康档案、病历信息的专有垄断，不愿意与其他医疗机构共享数据信息资源；二是医院内部不同部门、科室、环节信息数据流通的不流畅。艾媒咨询分析师认为，基于与医院已有的电子病历、电子医嘱、医技管理、药房药库等数据交换和业务协同功能的移动医疗信息集成平台的建构，能有效解决医疗信息隔离的问题，提高医护工作效率。



# 中国传统医疗行业的痛点分析

## 分级诊疗制度不完善

2014年我国卫生和计划生育统计年鉴数据显示，分级诊疗制度的不完善、医疗资源配置失衡加剧了人们看病难的问题，2013年我国三级医院有1787所，占医院总数的7.2%，而其诊疗次数高达12.4亿人次，这意味着7.2%的医院须承担45.2%的诊疗服务，另一方面，26.2%的一级医院仅承担6.4%的诊疗服务。面对这一难题，2015年9月11日，国务院发布《关于推进分级诊疗制度建设的制度意见》，确立于2017年完善分级诊疗政策体系的目标和工作战略，促进优质医疗资源有效下沉，进一步提高医疗资源的利用效率。



数据来源：iiMedia Research根据中国卫生和计划生育统计年鉴整理

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 中美移动医疗健康行业发展现状

The background features a light blue color scheme with faint, stylized gear patterns. On the right side, there is a network diagram consisting of a central blue triangle with white outlines and dots at its vertices, connected to several smaller blue triangles and lines, suggesting a digital or interconnected theme.





# 中美医疗健康服务体系对比

项目	中国	美国
所有制形式	我国医疗机构以公立医院为主，其他所有制医院为辅	美国包含公立医院、私立营利性医院和私立非营业性医院等多种所有制医疗机构共同发展
基础医疗布局	分级诊疗制度缺失，基层医疗机构同大医院之间医疗资源配置严重失衡	完善的分级诊疗体系，基层医疗机构承担首诊任务，转诊、分治、上下联动协同合作
医疗支付方式	靠政府、社会和个人组成的医疗保险支付体系	主要包含面向劳动力的商业保险和政府主导的面向老年人口、低收入人群以及特殊人群的保险
医疗功能侧重点	侧重于治疗	从就医之前的健康教育到预防治疗再到就业之后的健康追踪、反馈和管理，形成一个完整的医疗健康服务闭环

数据来源：中国统计年鉴

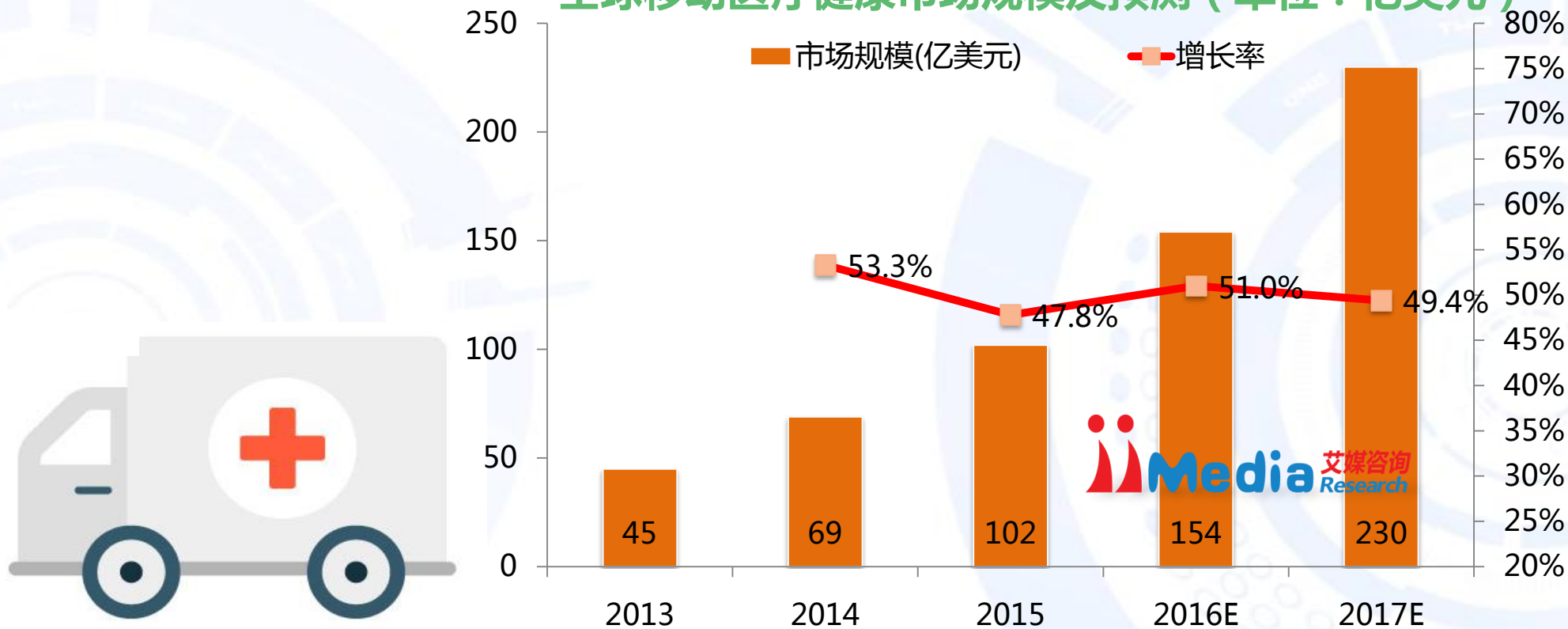
CopyRights 2007—2016艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved



# 全球移动医疗市场规模及预测

相关数据显示，2015年全球移动医疗健康市场规模高达102亿美元，预计到2015-2017年全球移动医疗市场会继续以50.2%的平均增速增长，并于2017年突破200亿美元。预计2013-2017年全球移动医疗市场规模同比增长仍会呈现明显波动，这可能与全球经济经济形势和相关配套政策、移动医疗市场成长周期及盈利模式的培育有关。

## 全球移动医疗健康市场规模及预测（单位：亿美元）



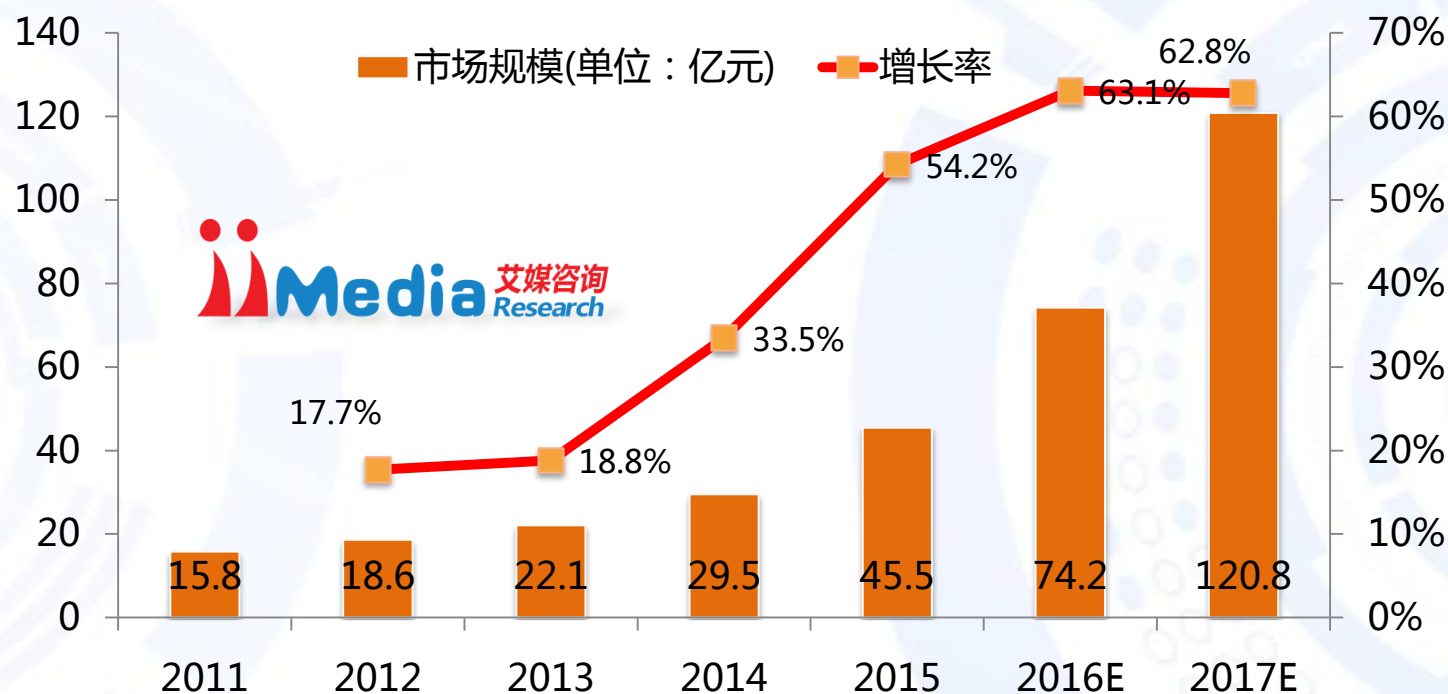
数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 中国移动医疗健康市场规模及预测

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2011-2015年中国移动医疗健康市场规模不断扩大, 自2014年起中国移动健康市场引来了其前流量时期的成长期。在这一阶段, 移动医疗健康市场流量规模增长迅速, 如何积累用户, 培育用户行为和使用习惯是这一阶段的关键问题。紧接其后, 当用户积累已形成规模, 营收规模增长迅速, 移动医疗健康市场需要回答是如何将用户流量变现这一核心问题。

## 2011-2017中国移动医疗市场规模及预测



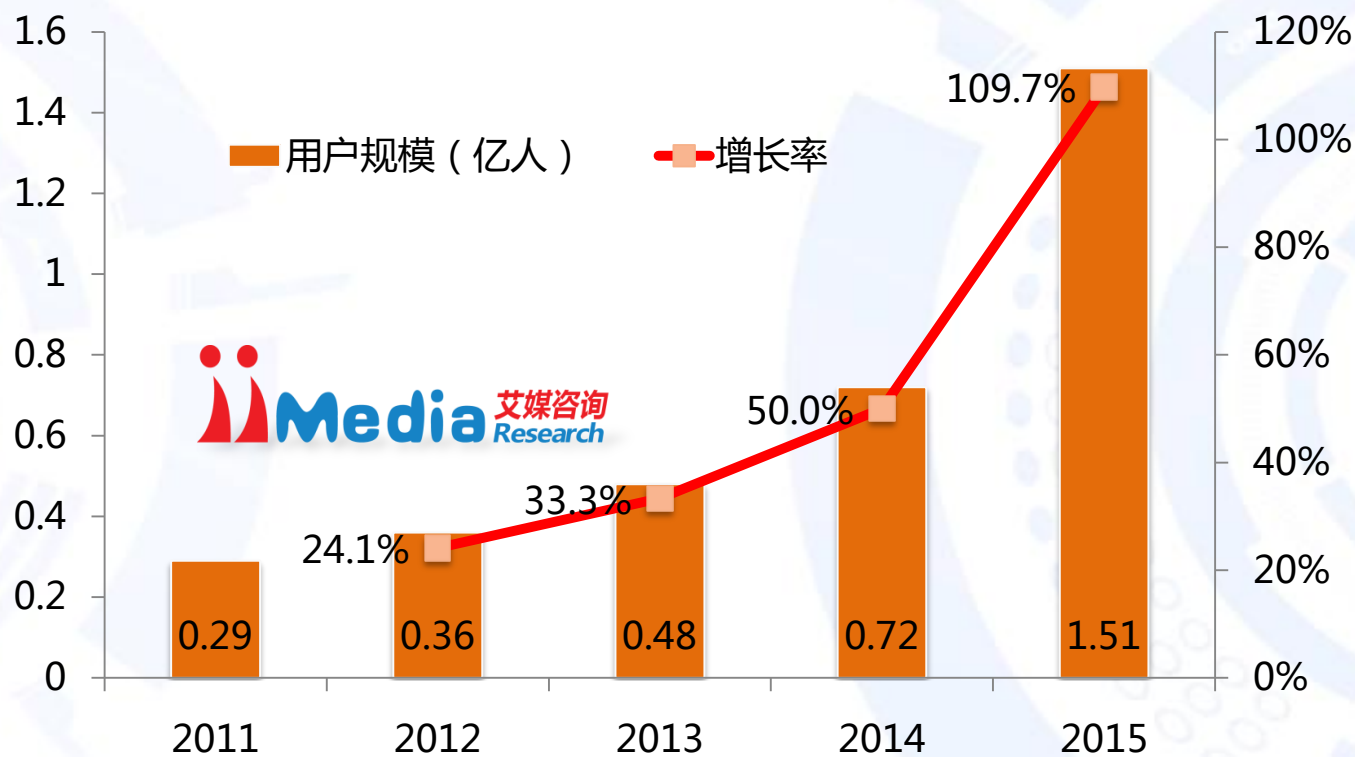
数据来源: iiMedia Research

Copyrights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 中国移动医疗健康市场用户规模

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示2015年底中国移动医疗健康市场用户规模仍保持强有力的增长趋势, 2015年底中国移动医疗健康市场用户规模已增长至1.38亿人, 相较2014年增长了6600万余人, 同比增长率高达91.7%。艾媒咨询分析师认为, 面对我国医疗医院配置不均、“看病难、挂号难、排队难”、挂号、候诊、收费时间长、看病时间短等医疗服务乱象, 移动医疗健康市场会迎来持续迅猛发展。

## 中国移动医疗健康市场用户规模 (单位: 亿人)



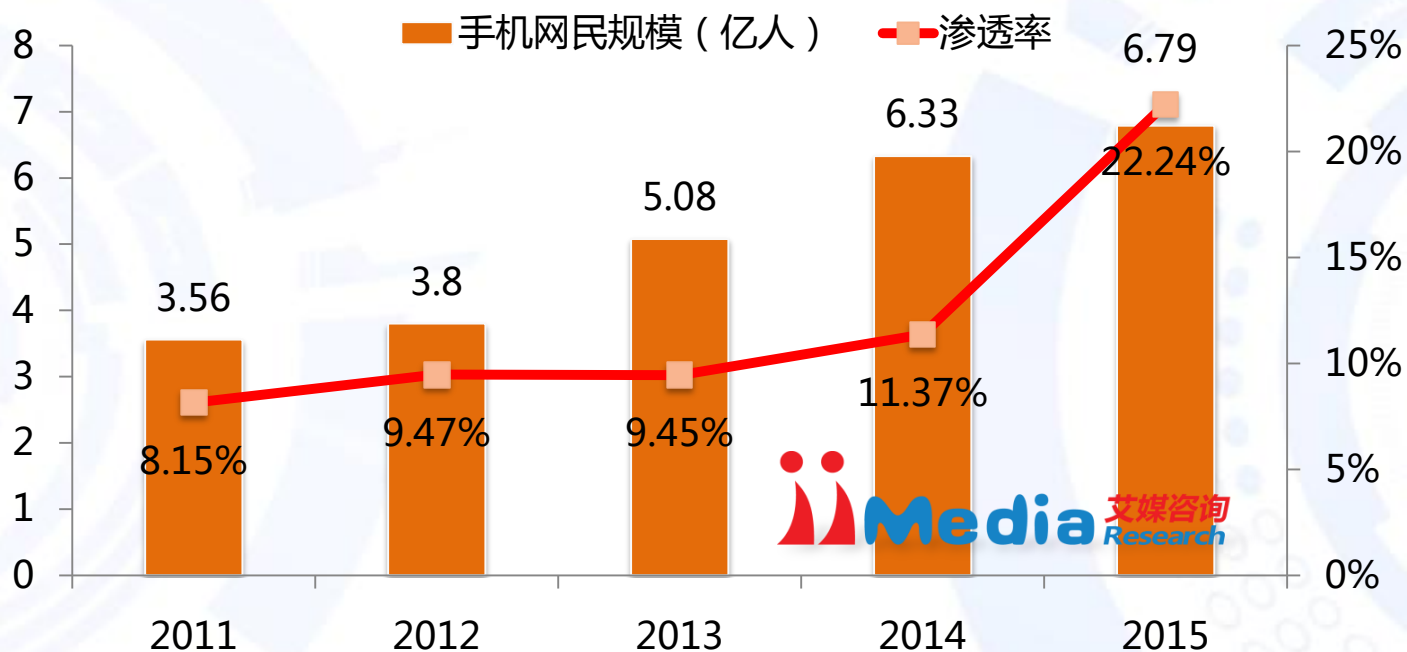
数据来源: iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved

# 中国移动医疗健康应用在手机网民中的渗透率

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2015年移动医疗健康应用在手机网民中的渗透率达到了22.24%。艾媒咨询师分析认为, 伴随着我国移动医疗健康行业的“线上+线下”积极布局推广, 对用户使用习惯的培育和相关政策制度配套以及人们对移动医疗健康应用的认可度不断提高, 未来几年内我国移动医疗健康应用在手机网民中享有日益广阔的市场。

## 中国移动医疗健康应用在手机网民中的渗透率



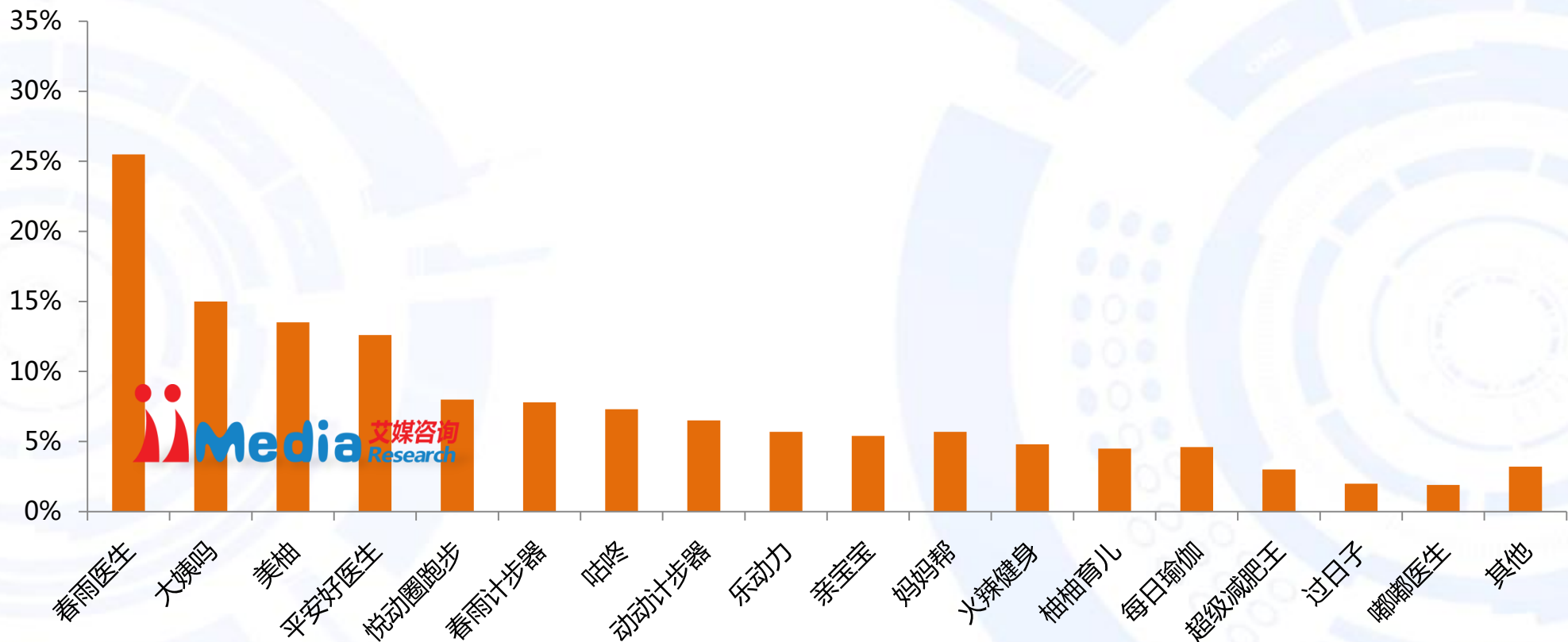
数据来源: iiMedia Research

Copyrights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



# 中国移动医疗健康应用APP覆盖率排名

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 截止2015年底, 春雨医生以25.5%的覆盖率夺得国内主流移动医疗健康应用领域的第一席位。前17名移动医疗健康应用主要包括问诊咨询类、女性经期健康管理类、母婴保健类、运动健身类等。其中, 问诊资讯类APP春雨医生, 依靠较为领先的移动互联网技术和大数据运营思维优势, 占据移动医疗健康应用市场的主导地位。



数据来源: iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



# 中国移动医疗健康市场行业图谱



数据来源：iiMedia Research

Copyrights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



# 中国移动医疗健康市场分析

The background features a light blue, semi-transparent graphic of interlocking gears. On the right side, there is a network diagram consisting of several blue triangles of varying sizes connected by thin lines. A larger, solid blue triangle is positioned in the lower right quadrant of this network. A horizontal line extends from the left edge of the text area towards the right, ending at a small blue circle.

# 中国移动医疗健康细分市场



**医生工具：**主打医生入口的移动应用，通常包括患者病历管理、药品信息、临床指南、医学资讯等。  
**典型案例：**杏树林——旗下有“病历夹”、“医口袋”、“医学文献”3款产品，分别有记录、管理病历资料、查找医学文献和临床行医资料等功能。



**自诊问诊平台：**有患者自诊或预诊、医患沟通平台、患者互助平台、签约私人医生等功能。  
**典型案例：**春雨医生、平安好医生、好大夫在线、快速问医生等。



**单科领域：**关注某类疾病或某个单科领域，根据疾病的特点借助移动互联网，将慢性病的管理提供给患者，目前常见的领域包括牙科、心血管、糖尿病、呼吸疾病、皮肤疾病等。  
**典型案例：**糖医生、掌上心电、好牙医等。



**健康管理与保健类：**针对不同受众和细分功能开发的移动App，常见的有母婴保健类、女性经期管理类、运动健身类。  
**典型案例：**亲宝宝、妈咪帮、妈咪掌中宝、大姨吗、美袖、咕咚、悦跑圈等。

# 中国移动医疗健康细分市场



**硬件结合：**配套专用的智能可穿戴设备及其他硬件，监测、储备、管理用户健康信息。  
**典型案例：**康康血压、糖护士、小米运动等。



**医联平台：**主要由第三方供应商或HIS厂商开发，或由政府或医疗机构委托开发，常包含挂号、预约、查看医院内的信息、查看化验单等功能，多与微信、支付宝等相结合。  
**典型案例：**微医集团（原挂号网）等。



**医药电商平台：**提供完善的药品信息、药品使用说明、病症查询，并且能够基于用户的地理位置推荐药品购买服务，分为自营式B2C、平台式B2C、第二方批发交易B2B。  
**典型案例：**壹药网、好药师、天猫医药馆、九州通等。



**医疗新媒体：**采用移动互联网的微博、微信、移动App社区等通用平台架构，打造连接医疗机构、药企、医生、用户的社交平台，传递医疗资讯和健康教育，有布局“工具+社区+电商”商业平台的趋势。  
**典型案例：**医学界、健康界等。



# 春雨医生：空中医院-私人医生-线下诊所

## “线上问诊+线下治疗” O+O模式提供全流程服务

“春雨医生”创立于2011年7月，专注于利用手机终端实现医生与患者随时随地的远程交流，经过4年多探索，截止到2015年12月份平台总用户量达到9200万，平台集聚医生41万名，每日解决超过33万个问题，目前已经成为中国乃至世界上最大的移动医患交流平台之一。

2011年11月，春雨医生1.0版本首创“轻问诊”服务

2014年4月，春雨医生5.0版本上线，“空中医院”诞生

2015年5月，春雨私人医生上线，健康大数据联合实验室成立

2015年11月，与中国人保财险签订战略合作协议

2011年7月公司成立

2013年10月，春雨医生3.0版本上线，实现医生自由定价功能

2014年10月，春雨医生6.0版本上线，EHR、医疗咨询开放平台建立

2015年9月6日联合国家卫计委开展了以糖尿病管理为核心的慢病管理试点

# 春雨医生：空中医院-私人医生-线下诊所

## “线上问诊+线下治疗” O+O模式提供全流程服务

春雨医生产品矩阵



春雨诊所



春雨私人医生



春雨悦读



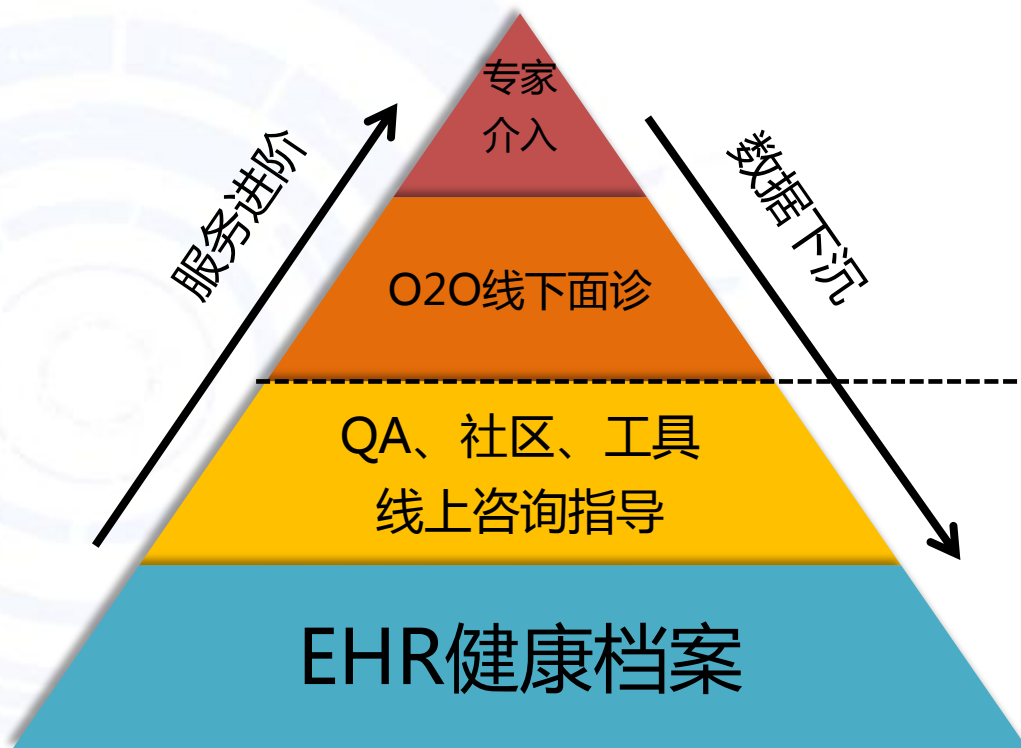
两性医生



春雨计步器



春雨育儿



### 线下专科医生

获得：众多三甲医院副主任级别以上医生所提供的健康服务

功能：①30分钟线下面诊+诊后线上跟踪问询服务

②就诊数据回归电子健康档案，让用户持续了解自身健康

### 线上家庭医生

功能：①一份完整、连续、详细的电子档案记录

②一位专业、可信、体贴的家庭医生

获得：①日常健康管理 ②小病指导 ③线下门诊预约

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2015 艾媒咨询 ( iiMedia Research ) All Rights Reserved



# 好牙医：借力“牙医助理+好牙医学院” 提供一站式深度垂直服务

2014年7月成立

2015年6月，发布医生端App“牙医助理”

2015年7月，启动好牙医学院

2015年9月，与牙博士达成合作共同开发SaaS系统



医生



牙医助理：医患沟通管理



用户

好牙医学院  
建构牙科医生  
学习上升渠道



好牙医平台

咨询、预约、问诊

**医生端：**牙医助理，帮助医生进行品牌塑造，提升患者满意度，通过患者主动管理，在患者群体中形成自我品牌传播，从而提升口腔行业整体服务水平，为更多的患者提供服务价值。

**患者端：**好牙医

**诊所端：**SaaS系统

**线下培训：**好牙医学院，全面帮助医生提升专业技能

分析师点评：好牙医打造医生端、患者至诊所端的服务闭环，结合好牙医学院培训教育体系，极大地提升了用户粘性，使得平台盈利空间更大。



# 康康血压：持续血压监测

## “数据分析+患者教育”形成核心竞争力

2013年8月成立

2013年11月，第一代移动智能血压计面市

2014年10月，第二代随身智能血压计面市

2015年7月，加入QQ物联

■康康血压：专注于高血压慢病管理领域，通过可穿戴智能血压产品实现血压24小时持续监测，提供后续血压管理及相关服务。

■与中国高血压联盟合作内置国家心血管病中心的“国人缺血性心血管病发病危险的评估模型”，综合评估个体未来发生心血管病的危险，为不同用户制定符合个体血压特性的测量建议。

■康康随身血压仪使用适配的App，调用微信的接口，通过微信服务号来绑定血压计，实时查看健康数据，实现血压健康管理社交化。



# 中国移动医疗健康市场发展趋势

The background features a light blue color scheme with faint, stylized gear patterns. On the right side, there is a network diagram consisting of several blue triangles of varying sizes connected by lines, with a larger, more prominent triangle at the bottom right. A horizontal line extends from the left edge of the page towards the right, ending just before the network diagram.



# 中国移动医疗健康市场发展趋势

目前，中国移动医疗健康行业处于飞速发展阶段，自2013-2014年移动医疗健康的爆发式发展后，移动医疗健康服务和产品的运营商深入挖掘用户健康需求，借鉴国内外业界经验积极探索可持续的盈利模式，可能会迎来以下新的发展形势：

➤用户准确定位，立足用户健康刚需的基础上打造差异化产品：

随着人们对自身健康的重视程度和医疗健康支出不断提高，以及各类慢病、重疾发病率攀升及年轻化趋势，针对特定人群的移动医疗健康细分市场将迎来新一轮爆发式发展。

➤商业保险企业入场，优化移动医疗健康行业生态链

2015年国家层面发布了三大关于个人税收优惠健康险的相关政策，借鉴美国移动医疗健康市场商业运营模式，在一定程度上启迪我国移动医疗健康服务方探索雇主+药企+商业保险的新支付方式。

➤移动医疗盈利僵局或由团体市场打破：面对目前较高产品同质化现象，移动医疗健康行业可能会掀起一轮横向整合、并购风潮。

➤移动医疗健康行业进一步推进分级诊疗：加强与一线医院、社区医院等医疗服务机构的合作，优化医疗医院配置。

深度调研，披露“互联网+”权威数据与鲜活案例！  
七大行业、精选案例，5000万量级大数据专业剖析！



# 互联网+

## 颠覆还是被颠覆

主编 张毅



微信直接购买



互联网+纸书

支付宝直接购买

“互联网+” 高端俱乐部创势会CEO会员指定用书！  
100位移动互联网企业总裁、40个资深媒体人  
联合发起！

- 重干货！  
深度调研，披露七大行业“互联网+”变革前沿数据
- 讲实战！  
专业剖析，揭秘传统产业互联网+转型的未来之路

互联网+





# 艾媒北极星

iiMedia Polaris

# 艾媒北极星综合服务平台



艾媒北极星统计分析平台是全球第一个专业、权威、独立的第三方移动应用统计分析平台，北极星统计支持Android、iOS、Windows等主流移动平台。

艾媒北极星通过专业的技术手段助力移动应用开发商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与开放平台数据无缝对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力（用户精准标签）、用户消费能力、短信验证能力等，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。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/>

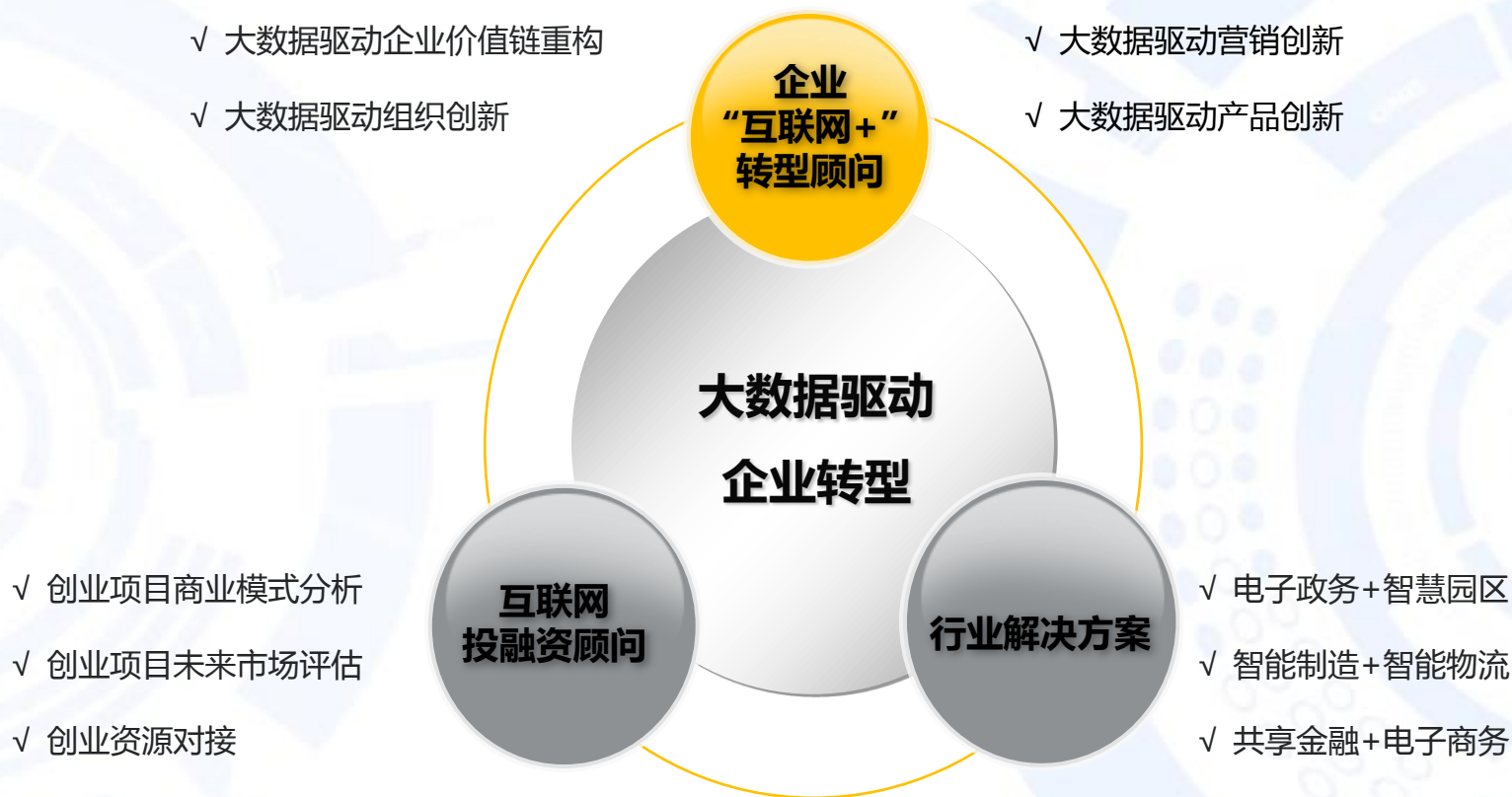
合作咨询：[whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)

数据来源：iiMedia Research

CopyRights 2007—2016 艾媒咨询 (iiMedia Research) All Rights Reserved



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。





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, 及时反馈广告效果、优化手机广告投放, 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whd@iimedia.cn



# 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](http://www.iimedia.cn))、魔部网 ([www.moobuu.com](http://www.moobuu.com))

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

艾媒无线广告监测系统：<http://www.adiimedia.com>

创势会官网：<http://www.imchance.com/>

官方邮箱：[research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)

VIP服务热线：400 702 6383



@艾媒咨询



艾媒咨询

本报告由iiMedia Research集团控股有限公司 (中国香港) 出品





因为专注，所以专业！

*Since 2010 , We focus on mobile Internet !*



艾媒咨询集团  
iiMedia Research Group