

2018年中国检验检测服务行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国检验检测服务行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/331330331330.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

一、影响本行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

(1) 积极的产业政策促进了检验检测服务业的快步发展

检验检测服务业是服务国家经济社会发展的重要技术支撑，它与认证认可服务业及其他质检领域服务一起，共同组成了国际公认的国家质量技术基础，对于维护国家和社会公共安全、促进产品和服务质量提升、保护消费者利益、促进产业升级等，具有十分重要的基础作用。近年来，国家在“十二五”、“十三五”规划中均提到发展检验检测行业，并据此先后将检验检测服务业定位为高技术服务业、生产性服务业、科技服务业，出台了一系列鼓励类产业政策。在相关政策的支持下，检验检测服务业近年来保持了较快的增长速度。

图表：行业的主要法律法规

图表：行业的主要政策

2016年11月，32部委联合发布了认证认可服务业和检验检测服务业的专项“十三五”规划，明确提出了建设检验检测强国的战略目标，科学设定了检验检测强国指标体系。规划预期，检验检测认证服务业营业总收入将保持9.2%的增长速度，到“十三五”末达到3000亿元，高于同期的国内生产总值（GDP）增长率。

(2) 当前时代背景凸显出人们对检验检测服务业的需要

经济发展新常态给检验检测服务业带来了新的机遇。我国经济发展模式的转变，以及供给侧结构性改革的亟待解决，使得创新发展显得尤为重要。借助检验检测手段，可以促进创新要素集聚和辐射，给产业发展带来技术外溢效应，提升创新驱动能力，从而为主动适应和引领新常态提供必要的技术支撑和科学的制度安排。检验检测服务业切合这一时代背景需要，能够为诸多有转型升级需要的企业提供研发阶段的检测服务，助力了企业的转型升级。目前，诸多企业已在产品研发阶段即引入第三方检验检测服务机构，希望其在研发阶段帮助企业把关产品质量，以减少研发投入成本。另外，检验检测服务业接受的自愿性产品检测也逐渐增多，部分企业希望借助第三方检测认证机构之名，证实自身产出产品的可靠质量，以增加市场竞争力。检验检测服务业的发展，符合时代的发展趋势，未来该行业仍可期望保持持续成长。

(3) 科技的进步将为检验检测服务业不断带来新的市场

科技的不断进步，在近几个世纪为人类带来了巨大的市场。检验检测服务业也因其自身所具有的科技因素，深受科技进步的影响，具体体现在两个方面：一是科技进步可以促进计量、检测的方法不断发展，甚至出现革命性的突破，原有不能进行计量、检测的对象成为了新的市场；二是科技进步本身可以为检验检测创造新的市场，以汽车领域为例，工业革命前甚至未出现汽车，而现在围绕汽车业的检验检测服务，已经成为很多业内企业的重要收入

来源，目前新能源汽车技术的各项突破，又将为检验检测服务业提供一片新的市场。

2、不利因素

(1) 检验检测服务机构不良竞争逐渐出现

我国检验检测服务机构总体上以小微机构居多，服务范围有限。据认监委2016年度检验检测服务业统计数据，全国96%的检验检测服务机构从业人数少于100人，绝大多数属于小微企业。检验检测服务机构规模偏小、同类型机构重复建设形成不良竞争等问题逐渐出现，并且专业性、高水平检验检测人员占比较低，造成现有资源整体利用率不高，不利于检验检测服务业的可持续发展及其经济增长贡献率的提升。

(2) 多数检验检测服务机构缺乏网络优势和品牌影响力

和国际领先检验检测服务机构相比，尽管国内部分发达地区涌现出一批全国范围内具有一定网络优势和品牌影响力的知名检验检测服务机构，如华测检测、广电计量，但我国检验检测服务业市场地域条块分割明显，绝大多数机构尚未形成网络优势，整体品牌影响力较小，服务业品牌化建设滞后。据国家质监局2016年度检验检测服务业统计，全国82.3%以上的检验检测服务机构仅在本省区域提供服务，“本地化”现象严重。

二、行业技术水平及发展趋势

目前，我国的检验检测服务业仍属于尚未成熟的阶段，多方面因素影响行业发展。整体来看，检验检测服务业技术水平不高，服务质量也参差不齐，在可靠性与环境试验、电磁兼容检测等高端检测领域，储备的高端检测设备并不充裕，检测方法与国际先进方法也存在差距。

根据《认证认可检验检测发展“十三五”规划》，未来在检验检测服务领域，需要从四个方面提升技术支撑能力，一是改善通用技术能力，加大关键共性技术的研究；二是强化应用技术能力，着力攻克一批急需的应用型关键技术；三是建立完善标准体系，加快形成统一协调、运行高效的标准化管理体制；四是提升计量服务能力，紧贴检测领域的需求突破一批关键测量技术，用先进测量技术保障检测能力的有效提升。

三、周期性、区域性及季节性特征

1、周期性

检验检测服务业有受经济周期影响的一面。若经济处于长期大幅下行的背景下，整个市场出现一定数量的企业停工甚至破产，或企业利润微薄导致多数无法投资新产品的研发，则检验检测行业将受到相当影响。

检验检测服务业也有逆经济周期的一面。若经济增幅放缓但不严重，或者下行期间短，企业决定继续生产甚至减量继续生产，只要生产设备依然在运行，仪器仪表就仍需要进行计量校准；经济增幅放缓时，企业也更有动力进行新产品的研发，以升级换代现有产品，提高自身利润水平和竞争力，这就为公司可靠性与环境试验、电磁兼容检测提供了空间。综合来看，若经济衰退情况并不严重，则检验检测服务业仍有其逆周期的特点，此特点也可从检验检测服务业三大巨头SGS、BV和ITS在2008年世界金融危机中的表现看出。

图表：检验检测服务业三大巨头SGS、BV 和 ITS营收之和

2、区域性

检验检测服务业主要集聚在华东、华北和中南地区。

3、季节性

检验检测服务业的收入变动呈现出一定的季节性。一季度行业受春节假期影响，会经历短暂的业务淡季；二季度业务量恢复正常，并保持平稳；一般三季度、四季度检验检测服务机构的收入会出现一定上升，原因在于大客户一般在上半年进行采购立项、履行招标等程序，合同实际履行集中在下半年，尤其是年末的四季度。

图表：华测检测、电科院 2015 年、2016 年营业收入季节性表现

四、检验检测服务业与上下游行业的关系

1、与上游行业的关系

检验检测服务业的上游行业主要为检测耗材生产企业，具体为药品、试剂、实验用气体等检测耗材的生产企业。检测耗材行业为充分竞争的市场，材料来源广泛，采购便捷，且公司多年来已累积起一批较为稳定的供应商，价格变动比较平稳。由于检测耗材占公司营业成本的比重低，故其价格波动对公司利润的影响较小。

2、与下游行业的关系

检验检测服务业下游所涉行业众多。据认监委统计，2015 年检验检测服务机构集中的下游领域主要为建筑工程（7012 家）、环境与环保（5048 家）、机动车安检（4628 家）、建材（3881 家）、食品（3353 家）、水质（2872 家）、农林牧渔（1548 家）和卫生计生（1739 家）；营收在 100 亿以上的下游领域为建筑工程（346.78 亿）、环境与环保（137.7 亿）、建材（109.52 亿）、综合（108.91 亿）、食品（100.69 亿）。

观研天下发布的《2018年中国检验检测服务行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及

市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、检验检测服务T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国检验检测服务行业发展概述

第一节 检验检测服务行业发展情况概述

- 一、检验检测服务行业相关定义
- 二、检验检测服务行业基本情况介绍
- 三、检验检测服务行业发展特点分析

第二节 中国检验检测服务行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、检验检测服务行业产业链条分析
- 三、中国检验检测服务行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国检验检测服务行业生命周期分析

- 一、检验检测服务行业生命周期理论概述
- 二、检验检测服务行业所属的生命周期分析

第四节 检验检测服务行业经济指标分析

- 一、检验检测服务行业的赢利性分析
- 二、检验检测服务行业的经济周期分析
- 三、检验检测服务行业附加值的提升空间分析

第五节 中国检验检测服务行业进入壁垒分析

- 一、检验检测服务行业资金壁垒分析
- 二、检验检测服务行业技术壁垒分析
- 三、检验检测服务行业人才壁垒分析
- 四、检验检测服务行业品牌壁垒分析
- 五、检验检测服务行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球检验检测服务行业市场发展现状分析

第一节 全球检验检测服务行业发展历程回顾

第二节 全球检验检测服务行业市场区域分布情况

第三节 亚洲检验检测服务行业地区市场分析

一、亚洲检验检测服务行业市场现状分析

二、亚洲检验检测服务行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲检验检测服务行业市场前景分析

第四节 北美检验检测服务行业地区市场分析

一、北美检验检测服务行业市场现状分析

二、北美检验检测服务行业市场规模与市场需求分析

三、北美检验检测服务行业市场前景分析

第五节 欧盟检验检测服务行业地区市场分析

一、欧盟检验检测服务行业市场现状分析

二、欧盟检验检测服务行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟检验检测服务行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界检验检测服务行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球检验检测服务行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国检验检测服务产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国检验检测服务行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国检验检测服务产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、检验检测服务环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国检验检测服务行业运行情况

第一节 中国检验检测服务行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国检验检测服务行业市场规模分析

第三节 中国检验检测服务行业供应情况分析

第四节 中国检验检测服务行业需求情况分析

第五节 中国检验检测服务行业供需平衡分析

第六节 中国检验检测服务行业发展趋势分析

第五章 中国检验检测服务所属行业运行数据监测

第一节 中国检验检测服务所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国检验检测服务所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国检验检测服务所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国检验检测服务市场格局分析

第一节 中国检验检测服务行业竞争现状分析

一、中国检验检测服务行业竞争情况分析

二、中国检验检测服务行业主要品牌分析

第二节 中国检验检测服务行业集中度分析

一、中国检验检测服务行业市场集中度分析

二、中国检验检测服务行业企业集中度分析

第三节 中国检验检测服务行业存在的问题

第四节 中国检验检测服务行业解决问题的策略分析

第五节 中国检验检测服务行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国检验检测服务行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国检验检测服务行业消费特点

第二节 中国检验检测服务行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 检验检测服务行业成本分析

第四节 检验检测服务行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国检验检测服务行业价格现状分析

第六节 中国检验检测服务行业平均价格走势预测

一、中国检验检测服务行业价格影响因素

二、中国检验检测服务行业平均价格走势预测

三、中国检验检测服务行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国检验检测服务行业区域市场现状分析

第一节 中国检验检测服务行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区检验检测服务市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区检验检测服务市场规模分析

四、华东地区检验检测服务市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区检验检测服务市场规模分析

四、华中地区检验检测服务市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区检验检测服务市场规模分析

第九章 2015-2017年中国检验检测服务行业竞争情况

第一节 中国检验检测服务行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国检验检测服务行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国检验检测服务行业竞争环境分析（检验检测服务T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 检验检测服务行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国检验检测服务行业发展前景分析与预测

第一节 中国检验检测服务行业未来发展前景分析

一、检验检测服务行业国内投资环境分析

二、中国检验检测服务行业市场机会分析

三、中国检验检测服务行业投资增速预测

第二节 中国检验检测服务行业未来发展趋势预测

第三节 中国检验检测服务行业市场发展预测

一、中国检验检测服务行业市场规模预测

二、中国检验检测服务行业市场规模增速预测

三、中国检验检测服务行业产值规模预测

四、中国检验检测服务行业产值增速预测

五、中国检验检测服务行业供需情况预测

第四节 中国检验检测服务行业盈利走势预测

一、中国检验检测服务行业毛利润同比增速预测

二、中国检验检测服务行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国检验检测服务行业投资风险与营销分析

第一节 检验检测服务行业投资风险分析

一、检验检测服务行业政策风险分析

二、检验检测服务行业技术风险分析

三、检验检测服务行业竞争风险

四、检验检测服务行业其他风险分析

第二节 检验检测服务行业企业经营发展分析及建议

一、检验检测服务行业经营模式

二、检验检测服务行业销售模式

三、检验检测服务行业创新方向

第三节 检验检测服务行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国检验检测服务行业发展策略及投资建议

第一节 中国检验检测服务行业品牌战略分析

一、检验检测服务企业品牌的重要性

二、检验检测服务企业实施品牌战略的意义

三、检验检测服务企业品牌的现状分析

四、检验检测服务企业的品牌战略

五、检验检测服务品牌战略管理的策略

第二节中国检验检测服务行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国检验检测服务行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国检验检测服务行业发展策略及投资建议

第一节中国检验检测服务行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国检验检测服务行业定价策略分析

第二节中国检验检测服务行业营销渠道策略

一、检验检测服务行业渠道选择策略

二、检验检测服务行业营销策略

第三节中国检验检测服务行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国检验检测服务行业重点投资区域分析

二、中国检验检测服务行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/331330331330.html>