

2020年中国心理咨询行业分析报告- 市场竞争现状与前景评估预测

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《2020年中国心理咨询行业分析报告-市场竞争现状与前景评估预测》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/zixun/385135385135.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、心理咨询的概念

心理咨询（counseling）是指运用心理学的方法，对心理适应方面出现问题并企求解决问题的求询者提供心理援助的过程。需要解决问题并前来寻求帮助者称为来访者或者咨客，提供帮助的咨询专家称为咨询者。来访者就自身存在的心理不适或心理障碍，通过语言文字等交流媒介，向咨询者进行述说、询问与商讨，在其支持和帮助下，通过共同的讨论找出引起心理问题的原因，分析问题的症结，进而寻求摆脱困境解决问题的条件和对策，以便恢复心理平衡、提高对环境的适应能力、增进身心健康。

心理咨询是通过咨询师与来访者之间的语言、思想、情感等方面的交流，在特定的心理氛围中，应用心理学的专门知识和技术，针对来访者在学习、工作、生活、疾病及保健等方面出现的心理问题来解释疑惑、商量讨论、提出建议，以帮助、劝告、教导等方式来促进来访者心理健康的过程。

对心理咨询的解释可以分为广义和狭义。广义的心理咨询包括心理咨询和心理治疗，有时心理检查、心理测验也被列为心理咨询的范围。狭义的心理咨询不包括心理治疗和心理检查、心理测验，只局限于咨访双方通过面谈、书信、网络和电话等手段向来访者提供心理救助和咨询帮助。

二、中国卫生事业发展概况

截至2018年11月底，全国医疗卫生机构数达100.0万个，与2017年11月底比较，全国医疗卫生机构增加11217个，其中：医院增加2182个，基层医疗卫生机构增加12173个，专业公共卫生机构减少3094个。

截至2018年11月底，医院数达3.2万个，其中：公立医院12072个，民营医院20404个。与2017年11月底比较，公立医院减少109个，民营医院增加2291个。

2013-2018年11月全国医疗卫生机构数走势图

资料来源：卫计委

三、心理咨询行业发展现状

中国心理咨询业发展初具规模，2018年我国心理咨询业市场规模达到了377.1亿元，同比2017年的334.5亿元增长了12.7%，近几年我国心理咨询业市场规模如上图所示。

心理咨询市场按照客户属性进行分类，大致可以分为三类：心理咨询师培训市场、个体心理咨询市场、团体心理咨询市场。

2013-2018年中国心理咨询业市场规模情况

资料来源：观研天下整理

2013-2018年中国心理咨询业细分市场规模情况（亿元）

资料来源：观研天下整理

目前，我国心理咨询专业机构主要分为三类，一类以教学为中心的教育机构；以治疗

为中心的医院；第三类为专业咨询公司(民营\私人)。

2013-2018年中国心理咨询专业机构竞争格局（亿元）

资料来源：公开资料整理

四、心理咨询市场细分群体

心理咨询机构的消费者常见年龄段为19到40岁这一阶段，可能因为这个阶段涉及生理的发育、恋爱、结婚、成立家庭、婚后适应、承担家庭责任以及学习、就业、事业的压力等诸多问题。

1、青少年

随着社会的发展，人们对心理咨询消费逐渐接受。目前我国生活水平不断提高，人们越来越重视自身的心理健康状况；同时，随着生活节奏的加快，人们的心理压力也日见加大，为了追求高质量的生存状态，必然产生对与心理健康产业的需求。

我国不同类别心理门诊中青少年群体较多，这与当前学生面临的压力大不无关系，他们要面对升学、考试、恋爱、经济和就业等多方面压力，例如在“望子成龙”的传统观念影响下，父母对孩子的期望值过高，给孩子造成了很大压力等。

统计数据表明全国14岁以下青少年中，有上千万青少年存在不同程度的心理障碍。同时，现代人由于工作生活压力的增强，和自我健康意识的完善，对心理咨询的需求也逐渐上升。

2018年我国出生人口1523万人，人口出生率为10.94‰；死亡人口993万人，人口死亡率为7.13‰；人口自然增长率为3.81‰。

2013-2018年中国新生儿数量

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

2013-2018年我国0-14岁人口数量

资料来源：国家统计局

2、大学生

近年来，有接近20%的学生存在中等的心理不良反应和适应障碍，其中达到严重程度的比例为3%-5%。大学生因精神疾病而休学、退学的人数占休学、退学总人数的40%和60%左右。浙工大每年新生入学都进行心理健康测试，测试发现，平均有2%的学生存在心理异常，突出表现为人际关系敏感、强迫症状、抑郁、敌对等心理障碍，因心理问题不能正常学习生活而休学、退学的学生人数逐年上升。我国大学生中，15%-25%存在不同程度心理障碍。这些不寻常的现象和受着高等教育的大学生联系在一起，足以引起全社会的重视。

根据教育部统计数据：全国各类高等教育在学总规模达到3779万人，高等教育毛入学率达到45.7%。全国共有普通高等学校2631所（含独立学院265所），比上年增加35所，增长1.35%。其中，本科院校1243所，比上年增加6所；高职（专科）院校1388所，比上年增加29所。全国共有成人高等学校282所，比上年减少2所；研究生培养机构815个，其中，普通高校578个，科研机构237个。普通高等学校校均规模10430人，其中，本科学校14639人

，高职（专科）学校6662人。

1978年、2012年、2015-2017年高等教育在学规模和毛入学率

资料来源：教育部，观研天下数据中心整理

研究生招生80.61万人，其中，全日制69.19万人。招收博士生8.39万人，硕士生72.22万人。在学研究生263.96万人，其中，在学博士生36.2万人，在学硕士生227.76万人。毕业研究生57.80万人，其中，毕业博士生5.8万人，毕业硕士生52.0万人。

普通本专科招生761.49万人，比上年增加12.88万人，增长1.72%；在校生2753.59万人，比上年增加57.74万人，增长2.14%；毕业生735.83万人，比上年增加31.65万人，增长4.49%。

2017年普通本专科毕业、招生和在校人数

资料来源：教育部，观研天下数据中心整理

成人本专科招生217.53万人，比上年增加6.30万人，增长2.98%；在校生544.14万人，比上年减少40.25万人，下降6.89%；毕业生247.04万人，比上年增加2.57万人，增长1.05%。

3、老年人

当前，世界老龄化形势严峻，而我国更是全球老龄化速度最快和最严重的国家之一。

截至2018年年末，中国大陆总人口（包括31个省、自治区、直辖市和中国人民解放军现役军人，不包括香港、澳门特别行政区和台湾省以及海外华侨人数）139538万人，比上年末增加530万人。从年龄构成看，16至59周岁的劳动年龄人口89729万人，占总人口的比重为64.3%；60周岁及以上人口24949万人，占总人口的17.9%，其中，65周岁及以上人口16658万人，占总人口的11.9%。

2013-2018年我国老年人口数量及占比趋势（万人，%）

2013-2018年我国老年人口数量及占比趋势（万人，%）

60岁以上

65岁以上

60岁以上占比

65岁以上占比

2013年

20243

13161

14.9%

9.7%

2014年

21242

13755

15.5%

10.1%

2015年

22200

14386

16.1%

10.5%

2016年

23086

15003

16.7%

10.8%

2017年

24090

15831

17.3%

11.4%

2018年

24949

16658

17.9%

11.9%资料来源：国家统计局

预计未来 20 年，我国老年人数量仍将以年均近千万的规模快速增长，并在整体上呈现出高龄化、失能化、空巢化和少子化4个方面的特征，这在现有国情下积极应对老龄化带来了新挑战。伴随着老龄化的不断加剧和社会的不断转型，出现了越来越多的空巢、留守及隔代抚养的老年人，他们所享受的养老资源及获得的社会支持状况不容乐观，由此引发的抑郁、焦虑等心理问题比较普遍，值得重视。

根据世界卫生组织提出的概念，健康老龄化应是老年人群体达到身体、心理和社会功能的完美状态，因此老年人心理健康与否也是健康老龄化的重要指标之一。（ww）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国心理咨询行业分析报告-市场竞争现状与前景评估预测》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。

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、PEST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 2017-2020年中国心理咨询行业发展概述

第一节 心理咨询行业发展情况概述

一、心理咨询行业相关定义

二、心理咨询行业基本情况介绍

三、心理咨询行业发展特点分析

第二节 中国心理咨询行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、心理咨询行业产业链条分析

三、中国心理咨询行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国心理咨询行业生命周期分析

一、心理咨询行业生命周期理论概述

二、心理咨询行业所属的生命周期分析

第四节 心理咨询行业经济指标分析

- 一、心理咨询行业的赢利性分析
- 二、心理咨询行业的经济周期分析
- 三、心理咨询行业附加值的提升空间分析

第五节 中国心理咨询行业进入壁垒分析

- 一、心理咨询行业资金壁垒分析
- 二、心理咨询行业技术壁垒分析
- 三、心理咨询行业人才壁垒分析
- 四、心理咨询行业品牌壁垒分析
- 五、心理咨询行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球心理咨询行业市场发展现状分析

第一节 全球心理咨询行业发展历程回顾

第二节 全球心理咨询行业市场区域分布情况

第三节 亚洲心理咨询行业地区市场分析

- 一、亚洲心理咨询行业市场现状分析
- 二、亚洲心理咨询行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲心理咨询行业市场前景分析

第四节 北美心理咨询行业地区市场分析

- 一、北美心理咨询行业市场现状分析
- 二、北美心理咨询行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美心理咨询行业市场前景分析

第五节 欧盟心理咨询行业地区市场分析

- 一、欧盟心理咨询行业市场现状分析
- 二、欧盟心理咨询行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟心理咨询行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界心理咨询行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球心理咨询行业市场规模预测

第三章 中国心理咨询产业发展环境分析

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、全社会消费品心理咨询总额
- 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 中国心理咨询行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国心理咨询产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国心理咨询行业运行情况

第一节 中国心理咨询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 中国心理咨询行业市场规模分析

第三节 中国心理咨询行业供应情况分析

第四节 中国心理咨询行业需求情况分析

第五节 中国心理咨询行业供需平衡分析

第六节 中国心理咨询行业发展趋势分析

第五章 中国心理咨询所属行业运行数据监测

第一节 中国心理咨询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 中国心理咨询所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国心理咨询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 2017-2020年中国心理咨询市场格局分析

第一节 中国心理咨询行业竞争现状分析

- 一、中国心理咨询行业竞争情况分析
- 二、中国心理咨询行业主要品牌分析

第二节 中国心理咨询行业集中度分析

- 一、中国心理咨询行业市场集中度分析
- 二、中国心理咨询行业企业集中度分析

第三节 中国心理咨询行业存在的问题

第四节 中国心理咨询行业解决问题的策略分析

第五节 中国心理咨询行业竞争力分析

- 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 2017-2020年中国心理咨询行业需求特点与动态分析

第一节 中国心理咨询行业消费市场动态情况

第二节 中国心理咨询行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 心理咨询行业成本分析

第四节 心理咨询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 中国心理咨询行业价格现状分析

第六节 中国心理咨询行业平均价格走势预测

- 一、中国心理咨询行业价格影响因素
- 二、中国心理咨询行业平均价格走势预测
- 三、中国心理咨询行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国心理咨询行业区域市场现状分析

第一节 中国心理咨询行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区心理咨询市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区心理咨询市场规模分析
- 四、华东地区心理咨询市场规模预测

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、华中地区心理咨询市场规模分析
- 四、华中地区心理咨询市场规模预测

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、华南地区心理咨询市场规模分析
- 四、华南地区心理咨询市场规模预测

第九章 2017-2020年中国心理咨询行业竞争情况

第一节 中国心理咨询行业竞争结构分析（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 中国心理咨询行业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 中国心理咨询行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 心理咨询行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国心理咨询行业发展前景分析与预测

第一节 中国心理咨询行业未来发展前景分析

- 一、心理咨询行业国内投资环境分析

二、中国心理咨询行业市场机会分析

三、中国心理咨询行业投资增速预测

第二节 中国心理咨询行业未来发展趋势预测

第三节 中国心理咨询行业市场发展预测

一、中国心理咨询行业市场规模预测

二、中国心理咨询行业市场规模增速预测

三、中国心理咨询行业产值规模预测

四、中国心理咨询行业产值增速预测

五、中国心理咨询行业供需情况预测

第四节 中国心理咨询行业盈利走势预测

一、中国心理咨询行业毛利润同比增速预测

二、中国心理咨询行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国心理咨询行业投资风险与营销分析

第一节 心理咨询行业投资风险分析

一、心理咨询行业政策风险分析

二、心理咨询行业技术风险分析

三、心理咨询行业竞争风险

四、心理咨询行业其他风险分析

第二节 心理咨询行业企业经营发展分析及建议

一、心理咨询行业经营模式

二、心理咨询行业销售模式

三、心理咨询行业创新方向

第三节 心理咨询行业应对策略

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 2021-2026年中国心理咨询行业发展战略及规划建议

第一节 中国心理咨询行业品牌战略分析

一、心理咨询企业品牌的重要性

二、心理咨询企业实施品牌战略的意义

三、心理咨询企业品牌的现状分析

四、心理咨询企业的品牌战略

五、心理咨询品牌战略管理的策略

第二节 中国心理咨询行业市场重点客户战略实施

- 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 中国心理咨询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 2021-2026年中国心理咨询行业发展策略及投资建议

第一节 中国心理咨询行业产品策略分析

- 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 中国心理咨询行业定价策略分析

第三节 中国心理咨询行业营销渠道策略

- 一、心理咨询行业渠道选择策略
- 二、心理咨询行业营销策略

第四节 中国心理咨询行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国心理咨询行业重点投资区域分析
- 二、中国心理咨询行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zixun/385135385135.html>