

2020年中国医学检验所行业分析报告- 产业现状与未来规划分析

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年中国医学检验所行业分析报告-产业现状与未来规划分析》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/yaopinzhiji/396049396049.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

医学检验所是对取自人体的标本进行临床检验，并出具检验结果的医疗机构，第三方临床检验中心又称为独立医学实验室，是指获得了卫生行政部门许可的、具有独立法人资格的、专业从事医学检测的医疗机构。这类实验室依靠其技术和成本优势，实现检验样品的集中检测，不但可以大大节省费用，更重要的是可以提高检测效率和质量，降低错误发生率。

在分级诊疗和医保控费政策的引导下，近年来第三方医学检验市场年均复合增速超30%，2017年第三方医学检验市场总收入约为120亿元，渗透率不足5%，远低于发达国家50%左右的渗透率，我国ICL行业具有广阔的发展前景。

独立医学实验室（ICL, Independent Clinical Laboratory）是经卫生行政部门许可，具有独立法人资格，独立于医疗机构之外，能独立承担相关医疗责任，从事医学检验或病理诊断服务的医疗机构。

上下游关系

信息来源：互联网

随着分级诊疗的逐步推行，诊疗量下沉，基层医疗机构检验样本增加，资金预算有限和人员配备不足，成为现阶段制约基层医疗机构接诊能力的关键问题。ICL能有效解决基层成本控制和诊疗专业化的问题，起到降本增效的作用，有助于推进分级诊疗建设。

医保控费提高公立医院检查外包意愿：近年来国家为了控制医疗费用的不合理增长，监管部门多次出台政策下调医院检查费用，防止从“以药养医”转变成“以检查补医”的情况发生，避免“大检查”等过度医疗行为的发生。

2010年我国ICL市场规模仅为12亿元，2017年达到125亿元，年复合增长率超30%，发展速度极快。2016年全国公立医院医学检验收入约为2,500亿元，ICL占比不到5%。

ICL市场规模和渗透率情况

数据来源：卫生局

中国ICL市场规模情况

数据来源：卫生局

近年来中国ICL市场发展迅猛，检验机构数量由2010年的89家增加至2018年的接近1,300家。近两年新增数量尤为明显，两年内新增检验机构数量已超过16年前的总和。众多基于分子诊断等新技术的公司在产品获批前，普遍通过成立ICL推广自身品牌。

中国第三方医学检验机构数量情况

数据来源：卫生局

医学检验实验室服务具有一定的服务半径：从第三方医学检验行业本身的特性看，常规检验项目订单多具有客户分散、数量多、单笔金额小、频率高的特点；不同的检验项目因其运用的检验技术不同，部分待检验标本有特定的放置时限。常规检验中如免疫球蛋白等检验项目需要1天内出具检验报告。该类项目的取样需要及时完成，因此本行业具有一定的服务半径。远距离服务既无法满足检验要求，也增加了不必要的成本。

针对我国资源分布不均的问题，我国ICL行业针对不同需求开展相应业务，三级医院方面主要针对样本相对较少、成本高、检测周期较长的特检项目，与地区多家三级医院合作提供高端特检服务，优化配置减少重复投资。中小医院以及社区医疗机构方面，通过布局常规医疗检测项目，完善区域整体检验水平、提高诊断能力、规范质量管理，未来区域共建检验中心将成为市场争端的关键。（JP YZ）

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年中国医学检验所行业分析报告-产业现状与未来规划分析》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年中国医学检验所行业发展概述

第一节 医学检验所行业发展情况概述

- 一、医学检验所行业相关定义
- 二、医学检验所行业基本情况介绍
- 三、医学检验所行业发展特点分析

第二节 中国医学检验所行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、医学检验所行业产业链条分析
- 三、中国医学检验所行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国医学检验所行业生命周期分析

- 一、医学检验所行业生命周期理论概述
- 二、医学检验所行业所属的生命周期分析

第四节 医学检验所行业经济指标分析

- 一、医学检验所行业的赢利性分析
- 二、医学检验所行业的经济周期分析
- 三、医学检验所行业附加值的提升空间分析

第五节 中国医学检验所行业进入壁垒分析

- 一、医学检验所行业资金壁垒分析
- 二、医学检验所行业技术壁垒分析
- 三、医学检验所行业人才壁垒分析
- 四、医学检验所行业品牌壁垒分析
- 五、医学检验所行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球医学检验所行业市场发展现状分析

第一节 全球医学检验所行业发展历程回顾

第二节 全球医学检验所行业市场区域分布情况

第三节 亚洲医学检验所行业地区市场分析

- 一、亚洲医学检验所行业市场现状分析

- 二、亚洲医学检验所行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲医学检验所行业市场前景分析
- 第四节 北美医学检验所行业地区市场分析
 - 一、北美医学检验所行业市场现状分析
 - 二、北美医学检验所行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美医学检验所行业市场前景分析
- 第五节 欧盟医学检验所行业地区市场分析
 - 一、欧盟医学检验所行业市场现状分析
 - 二、欧盟医学检验所行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟医学检验所行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界医学检验所行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球医学检验所行业市场规模预测

第三章 中国医学检验所产业发展环境分析

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、全社会消费品医学检验所总额
- 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 中国医学检验所行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国医学检验所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 中国医学检验所行业运行情况

第一节 中国医学检验所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 中国医学检验所行业市场规模分析

第三节 中国医学检验所行业供应情况分析

第四节 中国医学检验所行业需求情况分析

第五节 中国医学检验所行业供需平衡分析

第六节 中国医学检验所行业发展趋势分析

第五章 中国医学检验所所属行业运行数据监测

第一节 中国医学检验所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 中国医学检验所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 中国医学检验所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年中国医学检验所市场格局分析

第一节 中国医学检验所行业竞争现状分析

一、中国医学检验所行业竞争情况分析

二、中国医学检验所行业主要品牌分析

第二节 中国医学检验所行业集中度分析

一、中国医学检验所行业市场集中度分析

二、中国医学检验所行业企业集中度分析

第三节 中国医学检验所行业存在的问题

第四节 中国医学检验所行业解决问题的策略分析

第五节 中国医学检验所行业竞争力分析

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年中国医学检验所行业需求特点与动态分析

第一节 中国医学检验所行业消费市场动态情况

第二节 中国医学检验所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 医学检验所行业成本分析

第四节 医学检验所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 中国医学检验所行业价格现状分析

第六节 中国医学检验所行业平均价格走势预测

- 一、中国医学检验所行业价格影响因素
- 二、中国医学检验所行业平均价格走势预测
- 三、中国医学检验所行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国医学检验所行业区域市场现状分析

第一节 中国医学检验所行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区医学检验所市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区医学检验所市场规模分析
- 四、华东地区医学检验所市场规模预测

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、华中地区医学检验所市场规模分析

四、华中地区医学检验所市场规模预测

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、华南地区医学检验所市场规模分析
- 四、华南地区医学检验所市场规模预测

第九章 2017-2020年中国医学检验所行业竞争情况

第一节 中国医学检验所行业竞争结构分析（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 中国医学检验所行业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 中国医学检验所行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 医学检验所行业企业分析（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年中国医学检验所行业发展前景分析与预测

第一节 中国医学检验所行业未来发展前景分析

一、医学检验所行业国内投资环境分析

二、中国医学检验所行业市场机会分析

三、中国医学检验所行业投资增速预测

第二节 中国医学检验所行业未来发展趋势预测

第三节 中国医学检验所行业市场发展预测

一、中国医学检验所行业市场规模预测

二、中国医学检验所行业市场规模增速预测

三、中国医学检验所行业产值规模预测

四、中国医学检验所行业产值增速预测

五、中国医学检验所行业供需情况预测

第四节 中国医学检验所行业盈利走势预测

一、中国医学检验所行业毛利润同比增速预测

二、中国医学检验所行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国医学检验所行业投资风险与营销分析

第一节 医学检验所行业投资风险分析

- 一、医学检验所行业政策风险分析
- 二、医学检验所行业技术风险分析
- 三、医学检验所行业竞争风险分析
- 四、医学检验所行业其他风险分析
- 第二节 医学检验所行业企业经营发展分析及建议
 - 一、医学检验所行业经营模式
 - 二、医学检验所行业销售模式
 - 三、医学检验所行业创新方向
- 第三节 医学检验所行业应对策略
 - 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年中国医学检验所行业发展战略及规划建议

- 第一节 中国医学检验所行业品牌战略分析
 - 一、医学检验所企业品牌的重要性
 - 二、医学检验所企业实施品牌战略的意义
 - 三、医学检验所企业品牌的现状分析
 - 四、医学检验所企业的品牌战略
 - 五、医学检验所品牌战略管理的策略
- 第二节 中国医学检验所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 中国医学检验所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年中国医学检验所行业发展策略及投资建议

第一节 中国医学检验所行业产品策略分析

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 中国医学检验所行业定价策略分析

第三节 中国医学检验所行业营销渠道策略

一、医学检验所行业渠道选择策略

二、医学检验所行业营销策略

第四节 中国医学检验所行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国医学检验所行业重点投资区域分析

二、中国医学检验所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/yaopinzhiji/396049396049.html>