

中国心理咨询行业发展现状研究与投资前景预测报告（2023-2030年）

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《中国心理咨询行业发展现状研究与投资前景预测报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202309/659739.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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、行业相关定义

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、行业市场发展现状

现代心理咨询的出现源于19世纪中后期的工业革命给人们生活带来的深刻影响，它作为一个专门的学科、一种专门的职业，其专业功能、服务对象和范围、所运用的原理和方法等，都是在发展过程中逐渐明确和丰富起来的。

美国是现代心理咨询的发源地，而且也是心理咨询业最发达的国家。了解美国心理咨询的发展历史，特别是其职业化历程，对于加速推进我国心理咨询事业的发展很有启发意义。

近两年来互联网技术的发展，让心理学科普变得更容易，大量网络心理咨询平台的出现，拉近了患者和心理咨询师的距离。于是，我们看到了心理咨询行业爆发式的增长。

目前中国心理咨询业发展初具规模，2022年我国心理咨询业市场规模达到562.9亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

但当前我国心理咨询服务渗透仍然较低，据统计2022年我国心理咨询服务数量约为969.1万人次。

资料来源：观研天下数据中心整理

相比较西方发达国家，中国的心理咨询行业发展严重滞后：

1、行业缺乏有效统一的监管和规范,从业资格和执业标准缺少规范和监督，从业者鱼目混珠，影响了心理咨询师的整体形象，成为制约行业发展的重要因素。来访者和咨询师之间存在

着不信任，尤其是在互连网等一些平台上，来访者担心自己的私人问题被曝光，担心自己的经济付出不能得到合理的回报等等，原本对什么是心理咨询、什么是心理咨询师都不是很了解，而到处又会遇到，还都说自己是咨询师，而且对问题的解释还不一致，结果就对自己的问题更迷惑了。

当然这和心理咨询的特殊性也有关系，因为心理咨询所运用的是软性科学。但如果针对心理咨询师的相关从业法规再健全一些，就可以净化市场，让大众群体更加清晰地认识心理咨询师，更加信任心理咨询。

2、成熟的心理咨询师数量严重不足，素质和水平亟待提高，心理咨询业成为我国急待发展的行业之一。在美国，有心理学系的大学 3000 多所，在中国有心理学系的大学只有60所左右。

而且，学历教育体系中，心理咨询专业极为稀少，极少数培训资源集中在北京、上海等特大城市的高校和科研院所。据中科院心理所统计，80 年代后已开展的相关培训 90%集中在北京、上海、广州、昆明、武汉和长沙等6个城市。

3、新兴的行业，它的弱点是没有成形的产品，更没有一种成熟的商业运作模式，也无法进行口口相传的宣传，大家都是在摸索中前进，所以要获利并不是一件容易的事。尽管目前已经开始结合互联网发展出许多创新的模式，但仍然处在少数的尝试中。

4、虽然人们开始认识到心理健康的重要性，但因消费观念等问题，并没有多少人愿意花钱“购买”看不见摸不着的心理服务。心理咨询无法纳入医保，加上价格不菲，即便一般有需要的人也往往望而兴叹，购买者以家庭条件优越的为主。国家和政府逐渐开始支持和重视心理健康服务，从而让心理咨询现在更多以社区服务、学校教育和公益的性质存在。

三、行业竞争格局分析

一般情况下，多数人都存在心理亚健康状态，其特点为持续时间短暂、对社会功能影响较小，能够进行自我调整，部分情况下需要依靠心理医生的助力。

而当心理活动异常的程度达到医学诊断标准，则称之为心理障碍。心理障碍是指一个人由于生理、心理或社会原因而导致的各种异常心理过程、异常人格特征的异常行为方式，是一个人表现为没有能力按照社会认可的适宜方式行动，以致其行为的后果对本人和社会都是不适应的。

而针对不同的心理问题，入局心理咨询赛道的玩家也选择了不同的业务模式，主要包括针对普通心理问题的健康服务模式、针对心理障碍的医疗服务模式。

资料来源：观研天下整理

健康服务模式的玩家，根据业务购买的对象可分为to.B型和to.C型，根据目前国内市场情况来看，显然to.C型企业占据了大多数，主要创新企业包括壹心理、愈见、壹点零等等，主要服务模式为结合互联网平台，将线下的心理咨询搬到了线上。

近年来，市场上也涌现了一批关注于泛心理咨询的企业，并选择不同的市场切入，有专注睡

眠领域的Slee.pace、蜗牛睡眠和心潮科技，也有搭建抑郁症人群交流社群的抑郁研究所，不同的玩家，在各自的垂直领域里精耕细作，针对各类人群提出不同的解决方案。

医疗服务模式的玩家，可按照服务载体分为线上线下两种模式，线上创新企业包括好心情、昭阳医生等企业，将传统公立医院里的精神专科搬到了线上，模式和春雨医生、微医等典型互联网医疗企业相似。

此外，随着互联网医院的发展，也有入局者开始尝试精神心理专科互联网医院这一形态，其中就包括小懂健康旗下的小懂健康互联网医院和温州康宁医院集团旗下的怡宁心理互联网医院等等。据悉，小懂健康互联网医院是国家卫健委《互联网医院管理办法》实施以来，全国首个获得精神心理专科互联网医院牌照的平台。

线下，也有众多企业开始探索新的商业道路。以往患者在线下进行心理疾病专业治疗时，大多通过精神病专科医院和公立医院里的精神专科就医，但是过程中也需考虑机构选择、地域等因素。因此，以安肯医疗、泊恩医疗等企业为代表的玩家，以连锁为切入模式，打造精神心理连锁门诊，建立了自身品牌。

部分心理医疗服务企业，则是以硬件器械研发为重点，主要代表企业有慧创医疗等。据悉，慧创医疗研发的近红外脑成像产品采用了语言流畅性任务作为标准范式（VFT范式），可实现对抑郁症、精神分裂症、双相情感障碍等疾病的定量评估、精准评估，其有效性得到了学界多年来的临床验证与认可。2020年9月，慧创医疗也完成了1000万元的A轮融资。

随着市场需求的增大，行业竞争程度不断提高，市场集中度也将有所提高，不具备竞争力的企业将被淘汰。整体来看，目前中国心理咨询行业集中度较低，主要以小型工作室为主，市场处于低集中格局。（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国心理咨询行业发展现状研究与投资前景预测报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、心理咨询特点分析

三、心理咨询行业基本情况介绍

四、心理咨询行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、心理咨询行业需求主体分析

第二节 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

第三节 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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

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 欧洲心理咨询行业地区市场分析

一、欧洲心理咨询行业市场现状分析

二、欧洲心理咨询行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲心理咨询行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界心理咨询行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球心理咨询行业市场规模预测

第三章 中国心理咨询行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对心理咨询行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对心理咨询行业的影响分析

第五节中国心理咨询行业产业社会环境分析

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

一、影响中国心理咨询行业市场规模的因素

二、中国心理咨询行业市场规模

三、中国心理咨询行业市场规模解析

第三节中国心理咨询行业供应情况分析

一、中国心理咨询行业供应规模

二、中国心理咨询行业供应特点

第四节中国心理咨询行业需求情况分析

一、中国心理咨询行业需求规模

二、中国心理咨询行业需求特点

第五节中国心理咨询行业供需平衡分析

第五章 中国心理咨询行业产业链和细分市场分析

第一节中国心理咨询行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、心理咨询行业产业链图解

第二节中国心理咨询行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对心理咨询行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对心理咨询行业的影响分析

第三节我国心理咨询行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国心理咨询行业市场竞争分析

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格局分析
- 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影响因素分析
- 二、中国心理咨询行业市场集中度分析

第三节中国心理咨询行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国心理咨询行业模型分析

第一节中国心理咨询行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国心理咨询行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国心理咨询行业SWOT分析结论

第三节中国心理咨询行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023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结构分析

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、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、中国心理咨询行业平均价格趋势分析

二、中国心理咨询行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国心理咨询行业所属行业运行数据监测

第一节中国心理咨询行业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行业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行业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

第十章 2019-2023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析

一、影响心理咨询行业区域市场分布的因素

二、中国心理咨询行业区域市场分布

第二节中国华东地区心理咨询行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区心理咨询行业市场分析

(1) 华东地区心理咨询行业市场规模

(2) 华南地区心理咨询行业市场现状

(3) 华东地区心理咨询行业市场规模预测

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、华中地区心理咨询行业市场分析

(1) 华中地区心理咨询行业市场规模

(2) 华中地区心理咨询行业市场现状

(3) 华中地区心理咨询行业市场规模预测

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、华南地区心理咨询行业市场分析

(1) 华南地区心理咨询行业市场规模

(2) 华南地区心理咨询行业市场现状

(3) 华南地区心理咨询行业市场规模预测

第五节华北地区心理咨询行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区心理咨询行业市场分析

(1) 华北地区心理咨询行业市场规模

(2) 华北地区心理咨询行业市场现状

(3) 华北地区心理咨询行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区心理咨询行业市场分析

(1) 东北地区心理咨询行业市场规模

(2) 东北地区心理咨询行业市场现状

(3) 东北地区心理咨询行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区心理咨询行业市场分析

(1) 西南地区心理咨询行业市场规模

(2) 西南地区心理咨询行业市场现状

(3) 西南地区心理咨询行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区心理咨询行业市场分析

(1) 西北地区心理咨询行业市场规模

(2) 西北地区心理咨询行业市场现状

(3) 西北地区心理咨询行业市场规模预测

第十一章 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、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、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

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

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030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 中国心理咨询行业规模发展预测

- 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

第十三章 2023-2030年中国心理咨询行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 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

第二节心理咨询行业风险分析

一、心理咨询行业宏观环境风险

二、心理咨询行业技术风险

三、心理咨询行业竞争风险

四、心理咨询行业其他风险

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

第十四章 2023-2030年中国心理咨询行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国心理咨询行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国心理咨询行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 心理咨询行业营销策略分析

一、心理咨询行业产品策略

二、心理咨询行业定价策略

三、心理咨询行业渠道策略

四、心理咨询行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202309/659739.html>