

2017-2022年中国第三方检测行业发展现状及前景战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国第三方检测行业发展现状及前景战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qita/N0382716N4.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

第三方检测又称公正检验，指两个相互联系的主体之外的某个客体，我们把它叫作第三方。

第三方可以是和两个主体有联系，也可以是独立于两个主体之外，是由处于买卖利益之外的第三方（如专职监督检验机构），以公正、权威的非当事人身份，根据有关法律、标准或合同所进行的商品检验、测试等活动。

国外的众多检测机构，也就在最近二三十年内涌入中国。这些国际检测机构迅速占领国内市场，除了凭借其悠久的历史，广泛的知名度和认可度，更为重要的是中国依然属于出口大国，第三方检测机构在中国的发展在很大程度上受国外大买家的影响。由于社会性质、思维方式、做事方式以及自身保护主义等很多原因的影响，国内的检测机构很难得到国外买家的广泛认可，国内检测行在一定程度上也受到制约。

对于这个在国内还属于新兴的行业中国政府给予极大的支持。

同时，中国政府也加大政府检测机构的投入。苏州检验检疫、广州检验检疫就是长三角和珠三角经济区重要政府检测机构的代表。

第三方检测在国内起步比较晚，而且因为这个先天的不足使得国内的第三方检测公司和机构艰难的在国际检测公司的夹缝中生存。所谓第三方检测，就是在项目业主和项目承包商之间的控制质量的第三方独立检测机构，一般是由项目业主方聘请的对项目施行进行质量控制的机构。

目前国内的第三方检测发展刚刚起步，发展空间很大，但是来自世界各地的竞争压力也很大。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国第三方检测行业发展现状及前景战略咨询报告》共八章。首先介绍了第三方检测行业市场发展环境、第三方检测市场整体运行态势等，接着分析了第三方检测行业市场运行的现状，然后介绍了第三方检测市场竞争格局。随后，报告对第三方检测市场做了重点企业经营状况分析，最后分析了第三方检测市场行业发展趋势与投资预测。您若想对第三方检测市场产业有个系统的了解或者想投资第三方检测市场行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 第三方检测服务行业概述 11

第一节 第三方检测服务行业基本情况 11

一、第三方检测行业定义 11

二、第三方检测服务领域 11

三、第三方检测服务职责 11

四、第三方检测发展背景 12

第二节 第三方检测服务行业特性 13

一、第三方检测业产业链 13

二、第三方检测业务特点 14

三、第三方检测技术特征 16

四、第三方检测研发趋势 18

第二章 全球第三方检测服务行业发展分析 19

第一节 全球第三方检测服务现状分析 19

一、全球第三方检测服务发展现状 19

二、全球第三方检测服务竞争格局 19

三、竞争对第三方检测行业影响力 20

四、全球第三方检测机构发展趋势 21

第二节 国际第三方检测机构竞争优势 21

一、客户服务意识强烈 21

二、打造品牌的忠诚度 22

三、设定合理竞争对手 22

四、建立团队合作意识 23

五、实现科学资源配置 23

六、重视国际规则意识 24

第三节 主要第三方检测服务企业分析 25

一、瑞士通用公证行（SGS） 25

（一）企业基本情况 25

（二）企业经营情况 25

（三）企业品牌战略 26

（四）企业在华战略 28

(五) 企业竞争优势	32
(六) 最新发展动向	34
二、天祥检验集团 (INTERTEK)	35
(一) 企业基本情况	35
(二) 企业经营情况	36
(三) 企业业务情况	37
(四) 企业在华战略	38
(五) 企业竞争优势	38
(六) 最新发展动向	39
三、法国必维国际检验集团 (BV)	41
(一) 企业基本情况	41
(二) 企业经营情况	41
(三) 企业在华战略	42
(四) 企业竞争优势	43
(五) 最新发展动向	44
第三章 中国第三方检测服务发展环境分析	46
第一节 中国宏观经济发展环境	46
一、中国GDP增长情况分析	46
二、工业经济发展形势分析	47
三、社会固定资产投资分析	48
四、全社会消费品零售总额	49
社会消费品零售总额分月同比增长速度	
五、城乡居民收入增长分析	50
六、居民消费价格变化分析	51
七、对外贸易发展形势分析	52
第二节 第三方检测行业监管体制	53
一、行业所处分类	53
二、行业主管部门	53
三、行业相关协会	54
四、主要法规标准	55

第三节 第三方检测服务政策环境 55

- 一、《现代服务业科技发展十二五专项规划》 55
- 二、《当前优先发展的高技术产业化重点领域指南》 55
- 三、《工业产品质量发展“十二五”规划》 56
- 四、《关于加快发展高技术服务业的指导意见》 56

第四章 中国第三方检测服务行业发展分析 58

第一节 中国第三方检测服务发展现状 58

- 一、中国第三方检测行业发展历程 58
- 二、中国第三方检测服务现状分析 59
- 三、第三方检测服务行业市场规模 60
- 四、第三方检测机构利润变化情况 61

第二节 中国第三方检测服务发展分析 61

- 一、第三方检测服务行业面临的问题 61
- 二、第三方检测服务行业发展趋势 62
- 三、第三方检测服务机构发展方向 63
- 四、主要地区第三方检测发展分析 63

(一) 北京 63

(二) 上海 64

(三) 广东 64

(四) 青岛 64

(五) 宁波 65

第三节 中国第三方检测服务竞争分析 66

- 一、第三方检测机构竞争主体分析 66
- 二、第三方检测服务行业竞争结构 67
- 三、第三方检测服务行业竞争优势 67
 - (一) 相对于企业内部检测的优势 67
 - (二) 相对于政府机构检测的优势 68
- 四、第三方检测服务行业竞争趋势 68

第四节 中国第三方检测行业经营模式 69

- 一、第三方检测行业服务模式 69
- 二、第三方检测行业销售模式 70

三、	第三方检测品牌营销模式	70
四、	第三方检测行业采购模式	71
第五节	第三方检测B2C业务模式分析	71
一、	第三方检测B2C业务模式现状	71
二、	第三方检测B2C模式影响力	74
三、	第三方检测B2C模式服务功能	75
四、	第三方检测B2C模式效益分析	78
第五章	第三方检测服务细分领域发展分析	79
第一节	第三方食品检测服务行业分析	79
一、	第三方食品检测服务发展现状	79
二、	第三方食品检测市场需求分析	80
三、	第三方食品检测业区域性分析	81
四、	外资布局第三方食品检测市场	81
第二节	第三方医学检测服务行业分析	82
一、	第三方医学检测服务发展现状	82
二、	第三方医学检测服务优势分析	83
三、	资本市场青睐第三方医学检测	85
四、	外资布局第三方医学检测市场	86
第三节	第三方建设工程检测服务分析	87
一、	第三方建设工程检测发展现状	87
二、	第三方建设工程检测服务优势	88
三、	第三方建设工程检测竞争分析	89
四、	保障房强制实现第三方检测	91
第四节	第三方环境检测服务行业分析	91
一、	中国环境检测行业面临的问题	91
二、	第三方环境检测服务发展现状	92
三、	第三方环境检测服务优势分析	92
四、	环境监测第三方运营模式分析	93
第五节	其他第三方检测服务行业分析	94
一、	第三方特种设备检测竞争激烈	94
二、	第三方检测助力LED行业出口	95

三、第三方车况检测促进行业发展 95

四、第三方信息化检测迎来新机遇 95

第六章 中国第三方检测行业品牌建设分析 98

第一节 第三方检测行业品牌重要性分析 98

一、第三方检测市场发展特点 98

二、第三方检测品牌建设必要性 98

三、第三方检测品牌建设意义 99

四、政府对品牌建设中的作用 99

第二节 第三方检测行业品牌建设制约因素 100

一、第三方检测机构局限性高 100

二、第三方检测缺乏品牌营销 100

三、第三方检测客户忠诚度低 101

四、第三方检测品牌认识不足 101

第三节 第三方检测行业品牌建设要素 101

一、高品质为行业立身之本 101

二、创新力决定品牌竞争力 101

三、客户满意度是必经之路 102

四、建立自有特色品牌特性 102

第四节 第三方检测行业品牌建设策略 103

一、第三方检测品牌标志设计 103

二、第三方检测品牌特性打造 103

三、第三方检测品牌策略规划 103

四、第三方检测品牌营销传播 103

第七章 主要第三方检测服务企业分析 104

第一节 深圳华测检测技术股份有限公司 104

一、企业基本情况介绍 104

二、企业主要检测产品 104

三、企业经营情况分析 105

四、企业经济指标分析 106

五、企业盈利能力分析 106

六、企业偿债能力分析	106
七、企业运营能力分析	107
八、企业成本费用分析	107
九、企业竞争优势分析	107
十、企业未来发展规划	108
第二节 谱尼测试科技股份有限公司	109
一、企业基本情况介绍	109
二、企业主要检测产品	110
三、企业服务网络分析	113
四、企业竞争优势分析	113
第三节 浙江迪安诊断技术股份有限公司	115
一、企业基本情况分析	115
二、企业经营分布情况	115
三、企业经营业务情况	119
四、企业经营情况分析	120
五、企业经济指标分析	122
六、企业盈利能力分析	122
七、企业偿债能力分析	122
八、企业运营能力分析	123
九、企业成本费用分析	123
第四节 苏州电器科学研究院股份有限公司	124
一、企业基本情况分析	124
二、企业经营情况分析	124
三、企业经济指标分析	125
四、企业盈利能力分析	126
五、企业偿债能力分析	126
六、企业运营能力分析	127
七、企业成本费用分析	127
第五节 深圳市计量质量检测研究院	128
一、企业基本情况分析	128
二、企业组织结构分析	128
三、企业发展历程分析	129

四、企业产品检测情况	131
五、企业经营优势分析	132
第六节 中国电器科学研究院	133
一、企业基本情况分析	133
二、企业组织结构分析	134
三、企业检测资质认证	134
四、企业国家检测业务	135
五、企业经营优势分析	137
六、企业科学研究方向	137
第七节 宜特科技股份有限公司	138
一、企业基本情况分析	138
二、企业下属机构分析	138
三、企业发展历程分析	140
四、企业经营情况分析	141
五、企业营销网络分析	141
第八节 诺安检测服务有限公司	141
一、企业基本情况分析	141
二、企业业务结构分析	142
三、企业客户分布情况	143
四、企业经营优势分析	143
第九节 中国检验认证（集团）有限公司	144
一、企业基本情况分析	144
二、企业检测资质认证	144
三、企业检测服务产品	145
四、企业经营情况分析	145
五、企业网络分布情况	147
六、企业国际化发展战略	148
第十节 恩福（上海）检测技术有限公司	149
一、企业基本情况分析	149
二、企业网络分布情况	149
三、企业检测业务情况	150
四、企业经营优势分析	151

五、企业测试流程分析	152
第十一节 金域医学检验中心	152
一、企业基本情况分析	152
二、企业管理团队情况	153
三、企业经营优势分析	153
四、金域实验室情况分析	154
第十二节 艾迪康医学检验中心	156
一、企业基本情况分析	156
二、企业检验资质认证	156
三、企业检测业务情况	157
四、企业检测服务流程	158
第十三节 高新达安健康产业集团	158
一、企业基本情况分析	158
二、企业经营网络情况	159
三、企业检测业务情况	159
四、企业经营优势分析	161
第十四节 安姆特检测有限公司	162
一、企业基本情况分析	162
二、企业检测资质情况	162
三、企业所获荣誉情况	163
四、企业检测业务情况	164
五、企业经营网络情况	164
第十五节 东莞标检产品检测有限公司	165
一、企业基本情况分析	165
二、企业业务结构分析	165
三、企业检测资质认证	166
四、企业业务分布情况	167
第十六节 无锡科睿检测服务有限公司	167
一、企业基本情况分析	167
二、企业检测资质认证	168
三、企业组织结构分析	168
四、企业业务结构情况	168

五、企业经营优势分析 171

第十七节 欧陆分析技术服务（苏州）有限公司 171

一、企业基本情况分析 171

二、企业检测资质认证 172

三、企业检测业务分析 173

四、企业检测能力范围 173

第十八节 中纺标（北京）检验认证中心有限公司 174

一、企业基本情况分析 174

二、企业检测资质认证 175

三、企业组织结构分析 176

四、企业检测业务情况 176

五、检验业务流程分析 178

第十九节 中鼎检测技术有限公司 178

一、企业基本情况分析 178

二、企业检测资质认证 179

三、企业业务结构情况 180

四、企业经营优势分析 180

第二十节 上海威正测试技术有限公司 181

一、企业基本情况分析 181

二、企业检测资质认证 181

三、企业检测服务领域 181

四、企业检测业务分布 182

第八章 2017-2022年第三方检测服务行业投资分析 184（ZY GXH）

第一节 第三方检测服务行业投资壁垒 184

一、资质认证壁垒 184

二、技术水平壁垒 184

三、专业人才壁垒 184

四、资金需求壁垒 185

五、品牌领先壁垒 185

六、规模效应壁垒 185

七、销售渠道壁垒 186

第二节 第三方检测服务行业投资风险	186
一、企业品牌风险	186
二、宏观经济风险	186
三、国家政策风险	187
四、服务网络风险	187
五、人才流失风险	187
第三节 第三方检测服务行业投资前景	188
一、第三方检测服务市场规模预测	188
二、第三方检测服务市场前景分析	188
三、第三方检测服务行业投资机会	189
四、第三方检测服务行业投资方向	189
第四节 第三方检测细分市场投资前景	190
一、第三方食品检测服务发展前景	190
二、第三方医学检测服务发展前景	192
三、第三方建设工程检测发展前景	193
四、第三方环境检测服务发展前景	194 (ZY GXH)

图表目录：

图表 1 第三方检测服务分类	11
图表 2 检测行业发展图	13
图表 3 第三方检测行业产业链	14
图表 4 全球第三方检测机构竞争结构	20
图表 5 SGS在消费品检测服务的主要业务范围和测试能力	29
图表 6 SGS在工业领域的服务能力	30
图表 7 SGS在认证领域的服务能力	31
图表 8 2009-2015年天祥检验集团收入、利润统计	37
图表 9 2015年天祥检验集团营收区域分布	37
图表 10 2012-2015年法国必维国际检验集团收入、利润统计	41
图表 11 2015年法国必维国际检验集团分产品营业收入统计	42
图表 12 2015年法国必维国际检验集团营收区域分布	42
图表 13 2009-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图	46
图表 14 2015-2016年国内生产总值构成及增长速度统计	47

- 图表 15 2015年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图 48
- 图表 16 2016年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图 48
- 图表 17 2009-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 49
- 图表 18 2009-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 50
- 图表 19 2009-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 51
- 图表 20 2016年中国居民消费价格月度变化趋势图 52
- 图表 21 2009-2016年中国进出口总额增长趋势图 53
- 图表 22 2008-2015年中国第三方检测市场规模 60
- 图表 23 中国第三方检测服务资本结构 67
- 图表 24 送样检测服务流程图 69
- 图表 25 采样检测服务流程图 69
- 图表 26 第三方检测机构销售流程图 70
- 图表 27 2015年深圳华测检测技术股份有限公司分产品情况表 105
- 图表 28 2015年深圳华测检测技术股份有限公司业务结构情况 105
- 图表 29 2015年深圳华测检测技术股份有限公司分地区情况表 105
- 图表 30 2011-2016年深圳华测检测技术股份有限公司收入与利润统计 106

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/N0382716N4.html>