

2021年中国环境服务市场分析报告- 市场规模现状与发展规划趋势

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《2021年中国环境服务市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势》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/huanbao/536243536243.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

环境服务业被定义为与环境相关的服务贸易活动，是现代服务业的重要分支，也是我国新兴产业重要的组成部分。目前，我国环境服务业主要包括环境工程设计、施工与运营，环境评价、规划、决策、管理等咨询，环境技术与研究开发，环境监测与检测，环境贸易、金融服务，环境信息、教育与培训及其它与环境相关的服务活动。

目前，我国的环境服务业发展速度较快，逐渐向综合化、一体化服务发展。相对于环保产业，我国的环境服务业起步较晚。20世纪90年代初期，环境服务业开始形成产业雏形，其发展大致经历了污染治理技术服务、环保服务和环境服务三个阶段。20世纪90年代中期之前，我国与环境产业相关的科研设计单位是环境服务业主要从业主体，服务业也相应以开发、设计等技术性服务为主。20世纪90年代后期，随着国家经济建设的不断发展，以工程为基础的环境工程

从环境服务业的市场情况角度来说，我国环境服务业所面向的市场范围较广，涉及水、大气、土壤、固废、生态等各环境要素，业态也呈现咨询、规划、环境工程设计、承包、运营等不同业务模式，业务范围涵盖政府规划、市政服务、生态保护、项目建设、工业生产、污染场地调查等对环境可能造成影响或潜在影响的各个方面，且在环保产业前期咨询规划设计、中期承包建设以及后期运营管理等整体链条中均有涉及。

目前的环境服务业已经从原来单一的工程技术与咨询服务向决策、管理、金融等综合性、全方位的智力型服务发展，环境污染治理设施运营社会化、市场化、专业化发展的步伐明显加快。

2018年，生态环境部在全国范围内（不含港、澳、台地区）组织开展以2017年为基准年，覆盖环境与生态监测、环境治理业、生态保护三大领域（包含10个细分领域）中独立核算的环境服务从业企业、行政、事业法人单位的统计调查。

具体情况如下：

资料来源：生态环境部-环境服务业统计调查

2017年统计范围内从业法人单位6,438家，比上年增长3.2%；期末从业人数41.1万人，比上年增加5.7%；年收入约3,139.6亿元，比上年增长17.9%，增幅较上年提高4.1个百分点，收入呈现加速增长的态势。

调查显示，2017年中国环境服务业总体上呈现稳中有升的发展态势，行业规模继续扩大，收入快速增长，利润水平大幅上扬，空间分布更趋集聚。另一方面，我国从事环境服务业的企业以中小微型企业为主，在数量上占据绝对优势，但行业营业收入主要集中在大型规模以上的企业。从企业规模分布来看，我国当前的环境服务企业大部分规模偏小，盈利水平较低，有待进一步提升企业规模，进行行业整合。

从行业市场化程度分析，随着我国经济的快速发展以及污染防治和环境保护的力度不断加大，环保产业市场容量也迅速扩大，进而带动了我国环境服务业的高速发展，逐步形成

了一支健全的环境服务产业队伍。同时，在国家“深化简政放权、放管结合、优化服务改革”的整体背景下，环境服务业市场化改革步伐加快，政府审批、企业资质、市场定价等方面的壁垒正在逐渐打破，行业的市场化程度迅速提高。因此，具有典型项目经验、行业影响力强以及高水平综合性人才队伍的企业将获得更大的发展机遇。

由于我国环境服务业企业具有数量庞大、行业集中度较为分散的特点。虽然环境技术服务、环境工程服务等业务领域存在着资质管理，但企业在资质许可范围内自主经营，使得环境服务业市场竞争激烈，行业内从事细分业务的企业数量众多。随着国家环境保护执法力度的加强，同时产业转型升级带来的生物医药、精细化工等制造业的发展，下游客户对环境服务业的需求呈现上升趋势，各细分领域的市场化程度将进一步提升，市场竞争逐步转向技术、资金、质量和服务的综合性竞争。

目前，行业参与者主要包括国有企业、民营企业和外资企业，呈多元化竞争格局。国有企业技术实力雄厚、综合配套能力较强，在本行业内占据重要地位。在国有企业中，大型国有企业经过长期的经营发展，技术实力较为雄厚，品牌优势较为明显，在市场竞争中占有重要的地位。民营企业市场经济特征明显、经营管理体制灵活，处于快速发展阶段。近年来，民营企业快速兴起，企业数量快速增加，大多服务于本地市场，政府和企业项目兼有。外资企业通常具有经营管理机制、理念较为先进等特点，在行业内亦占据一席之地。行业内外资企业多以合资、股权收购的形式进入我国市场，主要集中在一线、二线等经济发达、社会发展程度高的市场。但外资企业在实际经营过程中通常存在着中西方管理、文化、技术融合难度较高的问题。

环境服务业竞争日益激烈的同时，公众的环保意识和企业的社会责任意识也在不断的提高，未来总体趋势良好，主要表现在以下几个方面：

1) 国家宏观利好政策陆续出台，环境服务业面临巨大市场

随着新《环保法》《水污染防治行动计划》《土壤污染防治行动计划》等一系列政策法规的相继出台和陆续实施，我国对环保产业的重视程度将进一步提升，也使得环境服务业的市场空间得到进一步释放。作为政策驱动型产业，利好政策的实施使环境服务业迎来巨大的市场空间。

2) 环境服务业的业务结构发生改变，轻资产、技术密集型业务将成为未来环境服务业的重点领域

近年来，我国在污水、生活垃圾处置与管理方面已经取得了长足的进步。但是在咨询、规划与设计等轻资产、技术密集型业务方面仍与发达国家存在着一定的差距，这也说明我国环境服务业在这些方面有着巨大的发展空间。同时随着经济和城镇化的快速发展，人们对环境标准的要求必然随之提高，对固体废物、污水的处理也会有更高的要求，未来行业发展潜力巨大。业务结构的调整也对业内企业提出了更高的要求，资产将不再是衡量企业地位的唯一指标，越来越多的轻资产、技术密集型企业将在竞争中脱颖而出。

3) 环境服务业的政策环境将得到改善，环境服务模式将向多元化、精细化方向发展

“十三五”规划和其他纲要性文件明确提出加大环保产业发展的政策支持力度，鼓励多渠道建立和筹集环保产业发展基金，拓宽环保产业的融资渠道。这预示着环境服务业的政策环境将会得到改善。同时改善环境服务模式，拓宽环境服务市场，提高环境服务企业的积极性，因此需要多方参与竞争和提高，改变传统的单一环境服务模式，向着多元化、精细化方向发展将是必然的结果。

3) 环境服务行业将涌现一批龙头企业

未来行业将形成一批环境服务龙头企业，以环境保护综合服务业为重点，培育一批拥有自主品牌、掌握核心技术、市场竞争力强的环境服务业骨干企业，形成一批环境服务业集聚地。充分发挥集聚区在资源集约利用、产业集群发展中的重要作用，促进环境服务业的规模化、集聚化。

4) 综合环境服务业将成为环保产业的主流业态

与传统的政府投资项目投资、建设、运营分离的项目管理模式相比，综合环境服务业具有一定的优势，将是政府投资项目管理模式的一种创新模式。主要体现在综合环境服务商整合了投资、技术咨询、建设以及运营等阶段服务，以一个责任主体对接客户，以服务效果为考核的目标，这也是收益实现的先决条件。如果政府的配套支持政策进一步完善，综合环境服务业将是未来环保产业发展主流。

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国环境服务市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势》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年中国环境服务行业发展概述

第一节 环境服务行业发展情况概述

- 一、环境服务行业相关定义
- 二、环境服务行业基本情况介绍
- 三、环境服务行业发展特点分析
- 四、环境服务行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、环境服务行业需求主体分析

第二节 中国环境服务行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、环境服务行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国环境服务行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国环境服务行业生命周期分析

- 一、环境服务行业生命周期理论概述
- 二、环境服务行业所属的生命周期分析

第四节 环境服务行业经济指标分析

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

第五节 中国环境服务行业进入壁垒分析

- 一、环境服务行业资金壁垒分析

- 二、环境服务行业技术壁垒分析
- 三、环境服务行业人才壁垒分析
- 四、环境服务行业品牌壁垒分析
- 五、环境服务行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球环境服务行业市场发展现状分析

- 第一节 全球环境服务行业发展历程回顾
- 第二节 全球环境服务行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲环境服务行业地区市场分析
 - 一、亚洲环境服务行业市场现状分析
 - 二、亚洲环境服务行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲环境服务行业市场前景分析
- 第四节 北美环境服务行业地区市场分析
 - 一、北美环境服务行业市场现状分析
 - 二、北美环境服务行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美环境服务行业市场前景分析
- 第五节 欧洲环境服务行业地区市场分析
 - 一、欧洲环境服务行业市场现状分析
 - 二、欧洲环境服务行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲环境服务行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界环境服务行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球环境服务行业市场规模预测

第三章 中国环境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、全社会消费品环境服务总额
 - 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 中国环境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 中国环境服务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 中国环境服务行业运行情况

第一节 中国环境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 中国环境服务行业市场规模分析

第三节 中国环境服务行业供应情况分析

第四节 中国环境服务行业需求情况分析

第五节 我国环境服务行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国环境服务行业供需平衡分析

第七节 中国环境服务行业发展趋势分析

第五章 中国环境服务所属行业运行数据监测

第一节 中国环境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 中国环境服务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 中国环境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 2017-2020年中国环境服务市场格局分析

第一节 中国环境服务行业竞争现状分析

一、中国环境服务行业竞争情况分析

二、中国环境服务行业主要品牌分析

第二节 中国环境服务行业集中度分析

一、中国环境服务行业市场集中度影响因素分析

二、中国环境服务行业市场集中度分析

第三节 中国环境服务行业存在的问题

第四节 中国环境服务行业解决问题的策略分析

第五节 中国环境服务行业钻石模型分析

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年中国环境服务行业需求特点与动态分析

第一节 中国环境服务行业消费市场动态情况

第二节 中国环境服务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 环境服务行业成本结构分析

第四节 环境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 中国环境服务行业价格现状分析

第六节 中国环境服务行业平均价格走势预测

一、中国环境服务行业价格影响因素

二、中国环境服务行业平均价格走势预测

三、中国环境服务行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国环境服务行业区域市场现状分析

第一节 中国环境服务行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区环境服务市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区环境服务市场规模分析

四、华东地区环境服务市场规模预测

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、华中地区环境服务市场规模分析

四、华中地区环境服务市场规模预测

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、华南地区环境服务市场规模分析

四、华南地区环境服务市场规模预测

第九章 2017-2020年中国环境服务行业竞争情况

第一节 中国环境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 中国环境服务行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国环境服务行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 环境服务行业企业分析（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

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国环境服务行业发展前景分析与预测

第一节 中国环境服务行业未来发展前景分析

一、环境服务行业国内投资环境分析

二、中国环境服务行业市场机会分析

三、中国环境服务行业投资增速预测

第二节 中国环境服务行业未来发展趋势预测

第三节 中国环境服务行业市场发展预测

一、中国环境服务行业市场规模预测

二、中国环境服务行业市场规模增速预测

三、中国环境服务行业产值规模预测

四、中国环境服务行业产值增速预测

五、中国环境服务行业供需情况预测

第四节 中国环境服务行业盈利走势预测

一、中国环境服务行业毛利润同比增速预测

二、中国环境服务行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国环境服务行业投资风险与营销分析

第一节 环境服务行业投资风险分析

一、环境服务行业政策风险分析

二、环境服务行业技术风险分析

三、环境服务行业竞争风险分析

四、环境服务行业其他风险分析

第二节 环境服务行业应对策略

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 2021-2026年中国环境服务行业发展战略及规划建议

第一节 中国环境服务行业品牌战略分析

一、环境服务企业品牌的重要性

二、环境服务企业实施品牌战略的意义

三、环境服务企业品牌的现状分析

四、环境服务企业的品牌战略

五、环境服务品牌战略管理的策略

第二节 中国环境服务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 中国环境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

- 第四节 环境服务行业竞争力提升策略
- 一、环境服务行业产品差异性策略
 - 二、环境服务行业个性化服务策略
 - 三、环境服务行业的促销宣传策略
 - 四、环境服务行业信息智能化策略
 - 五、环境服务行业品牌化建设策略
 - 六、环境服务行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国环境服务行业发展策略及投资建议

第一节 中国环境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 中国环境服务行业营销渠道策略

- 一、环境服务行业渠道选择策略
- 二、环境服务行业营销策略

第三节 中国环境服务行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国环境服务行业重点投资区域分析
- 二、中国环境服务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/huanbao/536243536243.html>