

# 2016-2022年中国人参市场 前景研究与未来前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国人参市场前景研究与未来前景预测报告》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/yuanliaoyao/G35327ZV55.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

除了人参进入食品领域扩大下游需求外，随着科研部门对人参功效研究的深入，人参药品、保健品、化妆品也出现需求放大的趋势结合人参食品，未来的人参需求是目前的3-5倍。

根据消费者或消费市场的需求和趋势，采取适当的销路。1、强调效果对价格比率；2、精致但不贵，要符合市民的日常保健习惯。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国人参市场前景研究与未来前景预测报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

### 第1章：全球人参行业市场发展现状分析

#### 1.1 全球人参行业市场发展现状

##### 1.1.1 全球人参行业发展概况

##### 1.1.2 全球人参产品产量分析

##### 1.1.3 全球人参行业市场规模

#### 1.2 全球人参行业市场格局分析

##### 1.2.1 全球人参行业产地区域格局分析

##### 1.2.2 全球人参行业进口国市场格局分析

#### 1.3 国际典型地区人参行业市场分析

##### 1.3.1 韩国人参行业市场发展分析

###### (1) 韩国人参行业市场发展概况

###### (2) 韩国人参行业市场规模分析

###### (3) 韩国人参行业市场供给分析

###### (4) 韩国人参行业市场的需求分析

###### (5) 韩国人参行业进出口分析

###### (6) 韩国人参行业管理制度分析

(7) 韩国人参行业发展趋势分析

### 1.3.2 美国人参行业市场发展分析

(1) 美国人参行业市场发展概况

(2) 美国人参行业市场规模分析

(3) 美国人参行业市场供给分析

(4) 美国人参行业市场的需求分析

(5) 美国人参行业进出口分析

(6) 美国人参行业管理制度分析

(7) 美国人参行业发展趋势分析

### 1.3.3 加拿大人参行业市场发展分析

(1) 加拿大人参行业市场发展概况

(2) 加拿大人参行业市场规模分析

(3) 加拿大人参行业市场供给分析

(4) 加拿大人参行业市场的需求分析

(5) 加拿大人参行业进出口分析

(6) 加拿大人参行业管理制度分析

(7) 加拿大人参行业发展趋势分析

## 1.4 国际典型人参加工企业的经营分析

### 1.4.1 T&G

### 1.4.2 高丽人参株式会社

### 1.4.3 美国许氏人参企业

### 1.4.4 Uncel Bill (标叔)

## 1.5 全球人参行业市场发展趋势分析

### 1.5.1 全球人参行业市场供给趋势分析

### 1.5.2 全球人参行业市场的需求趋势分析

### 1.5.3 全球人参产品发展趋势分析

### 1.5.4 全球人参行业市场格局趋势

## 第2章：中国人参行业市场发展现状分析

### 2.1 中国人参行业发展环境分析

#### 2.1.1 经济环境分析

#### 2.1.2 政策环境分析

### 2.1.3 社会环境分析

## 2.2 中国人参行业发展现状分析

### 2.2.1 中国人参行业发展概况

### 2.2.2 中国人参行业市场规模

### 2.2.3 中国人参行业地位分析

### 2.2.4 中国人参行业问题分析

### 2.2.5 中国人参经营效益分析

### 2.2.6 中国人参加工行业现状

### 2.2.7 中国人参行业流通管理

### 2.2.8 中国人参产品价格走势

## 2.3 中国人参行业市场供需分析

### 2.3.1 中国人参供给分析

#### (1) 中国人参种植面积分析

#### (2) 中国人参产量变化分析

#### (3) 中国人参产值变化分析

### 2.3.2 中国人参需求分析

### 2.3.3 中国人参产销平衡分析

## 2.4 中国人参行业进出口分析

### 2.4.1 中国人参出口市场分析

#### (1) 中国人参出口规模分析

#### (2) 中国人参出口价格分析

#### (3) 中国人参出口国别分析

#### (4) 中国人参出口产品结构

#### (5) 中国人参出口趋势分析

### 2.4.2 中国人参进口市场分析

#### (1) 中国人参进口规模分析

#### (2) 中国人参进口价格分析

#### (3) 中国人参进口国别分析

#### (4) 中国人参进口产品结构

#### (5) 中国人参进口趋势分析

## 第3章：中国人参行业市场竞争力分析

- 3.1 中国人参行业竞争格局分析
  - 3.1.1 中国人参区域竞争格局
  - 3.1.2 中国人参企业竞争格局
  - 3.1.3 中国人参行业竞争特点
- 3.2 中国人参行业五力竞争分析
  - 3.2.1 行业上游议价能力分析
  - 3.2.2 行业下游议价能力分析
  - 3.2.3 行业内部企业间竞争分析
  - 3.2.4 行业潜在进入者威胁分析
  - 3.2.5 行业替代品竞争分析
  - 3.2.6 行业五力模型总结
- 3.3 中国人参行业竞争区域分析
  - 3.3.1 吉林省人参行业竞争力分析
    - (1) 吉林省人参行业相关政策
    - (2) 吉林省人参行业种植规模
    - (3) 吉林省人参行业产量分析
    - (4) 吉林省人参行业发展特点
    - (5) 吉林省人参行业出口分析
    - (6) 吉林省人参产品特征分析
    - (7) 吉林省人参企业竞争分析
    - (8) 吉林省人参行业地位分析
    - (9) 吉林省人参行业竞争潜力
  - 3.3.2 辽宁省人参行业竞争力分析
    - (1) 辽宁省人参行业相关政策
    - (2) 辽宁省人参行业种植规模
    - (3) 辽宁省人参行业产量分析
    - (4) 辽宁省人参行业发展特点
    - (5) 辽宁省人参行业出口分析
    - (6) 辽宁省人参产品特征分析
    - (7) 辽宁省人参企业竞争分析
    - (8) 辽宁省人参行业地位分析
    - (9) 辽宁省人参行业竞争潜力

### 3.3.3 黑龙江省人参行业竞争力分析

- (1) 黑龙江省人参行业相关政策
- (2) 黑龙江省人参行业种植规模
- (3) 黑龙江省人参行业产量分析
- (4) 黑龙江省人参行业发展特点
- (5) 黑龙江省人参行业出口分析
- (6) 黑龙江省人参产品特征分析
- (7) 黑龙江省人参企业竞争分析
- (8) 黑龙江省人参行业地位分析
- (9) 黑龙江省人参行业竞争潜力

## 第4章：中国人参日用品行业发展现状及趋势分析

### 4.1 中国人参日用品行业发展现状分析

- 4.1.1 中国人参日用品行业发展概况
- 4.1.2 中国人参日用品行业市场规模
- 4.1.3 中国人参日用品市场流通情况
- 4.1.4 中国人参日用品存在问题分析
- 4.1.5 中国人参日用品行业经营效益

### 4.2 中国人参日用品行业市场供需分析

- 4.2.1 中国人参日用品行业市场供给分析
  - (1) 市场供给产品分析
  - (2) 市场供给规模分析
- 4.2.2 中国人参日用品行业市场需求分析
  - (1) 消费者需求现状分析
  - (2) 消费者需求规模分析
  - (3) 消费者需求特征分析

### 4.3 国内外人参日用品行业市场竞争分析

- 4.3.1 全球人参日用品竞争格局分析
- 4.3.2 韩国人参日用品市场竞争分析
- 4.3.3 中国人参日用品市场竞争分析
  - (1) 中国人参日用品行业整体竞争格局
  - (2) 中国人参日用品行业竞争特点分析

- (3) 中国人参日用品行业典型厂商分析
- (4) 中国人参日用品行业兼并重组分析
- 4.4 中国人参日用品行业营销策略分析
  - 4.4.1 中国人参日用品行业营销渠道分析
    - (1) 传统渠道分析
    - (2) 新兴渠道分析
  - 4.4.2 中国人参日用品行业营销渠道分析
    - (1) 产品市场定位分析
    - (2) 产品市场推广策略
    - (3) 产品市场促销策略
- 4.5 中国人参日用品行业发展趋势及前景
  - 4.5.1 中国人参日用品行业发展趋势
    - (1) 市场供需趋势
    - (2) 产品发展趋势
    - (3) 竞争格局趋势
  - 4.5.2 中国人参日用品行业发展前景

## 第5章：中国人参保健品行业发展现状及趋势分析

- 5.1 中国人参保健品行业发展现状分析
  - 5.1.1 中国人参保健品行业发展概况
  - 5.1.2 中国人参保健品行业市场规模
  - 5.1.3 中国人参保健品市场流通情况
  - 5.1.4 中国人参保健品存在问题分析
  - 5.1.5 中国人参保健品行业经营效益
- 5.2 中国人参保健品行业市场供需分析
  - 5.2.1 中国人参保健品行业市场供给分析
    - (1) 市场供给产品分析
    - (2) 市场供给规模分析
  - 5.2.2 中国人参保健品行业市场需求分析
    - (1) 消费者需求现状分析
    - (2) 消费者需求规模分析
    - (3) 消费者需求特征分析



- 5.3 国内外人参保健品行业市场竞争分析
  - 5.3.1 全球人参保健品竞争格局分析
  - 5.3.2 韩国人参保健品市场竞争分析
  - 5.3.3 美国人参保健品市场竞争分析
  - 5.3.4 中国人参保健品市场竞争分析
    - (1) 中国人参保健品行业整体竞争格局
    - (2) 中国人参保健品行业竞争特点分析
    - (3) 中国人参保健品行业典型厂商分析
    - (4) 中国人参保健品行业兼并重组分析
- 5.4 中国人参保健品行业细分产品分析
  - 5.4.1 中国人参保健品行业产品结构分析
  - 5.4.2 人参饮料市场分析
  - 5.4.3 人参精市场分析
  - 5.4.4 人参蜜片市场分析
- 5.5 中国人参保健品行业营销策略分析
  - 5.5.1 中国人参保健品行业营销渠道分析
    - (1) 传统渠道分析
    - (2) 新兴渠道分析
  - 5.5.2 中国人参保健品行业营销渠道分析
    - (1) 产品市场定位分析
    - (2) 产品市场推广策略
    - (3) 产品市场促销策略
- 5.6 中国人参保健品行业发展趋势及前景
  - 5.6.1 中国人参保健品行业发展趋势
    - (1) 市场供需趋势
    - (2) 产品发展趋势
    - (3) 竞争格局趋势
  - 5.6.2 中国人参保健品行业发展前景

## 第6章：中国人参行业典型企业经营分析

- 6.1 中国人参企业整体特征分析
- 6.2 中国人参典型企业经营分析

#### 6.2.1 威海环翠楼红参科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.2 桓仁满族自治县恒宝参药有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.3 北京天惠参业股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.4 北京同仁堂健康药业（福州）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.5 中国医药保健品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.6 珲春华瑞参业生物工程有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.7 参仙源参业股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 6.2.8 通化百泉参业集团股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

## 6.2.9 丹东主荣参业有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

## 6.2.10 康美药业股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

## 第7章：中国人参行业发展趋势与投资前景

### 7.1 中国人参行业发展趋势分析

#### 7.1.1 中国人参行业市场需求趋势分析

#### 7.1.2 中国人参行业企业竞争格局趋势

#### 7.1.3 中国人参行业区域竞争格局趋势

### 7.2 中国人参行业发展前景预测

### 7.3 中国人参行业投资机会分析

#### 7.3.1 中国人参行业投资特性分析

#### 7.3.2 中国人参行业投资机会分析

#### 7.3.3 中国人参行业投资策略建议

## 第8章 电商行业发展分析

### 8.1 电子商务发展分析

#### 8.1.1 电子商务定义及发展模式分析

#### 8.1.2 中国电子商务行业政策现状

#### 8.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

### 8.2 “互联网+”的相关概述

#### 8.2.1 “互联网+”的提出

#### 8.2.2 “互联网+”的内涵

#### 8.2.3 “互联网+”的发展

#### 8.2.4 “互联网+”的评价

#### 8.2.5 “互联网+”的趋势

### 8.3 电商市场现状及建设情况

### 8.3.1 电商总体开展情况

### 8.3.2 电商案例分析

### 8.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

## 8.4 电商行业未来前景及趋势预测

### 8.4.1 电商市场规模预测分析

### 8.4.2 电商发展前景分析

#### 图表目录：

图表1：2011-2015年全球园参产量变化（单位：万吨）

图表2：2011-2015年全球人参行业市场规模变化（单位：万元）

图表3：2015年全球人参行业产地区域格局（单位：万吨，%）

图表4：2015年全球人参行业进口国别结构（单位：%）

图表5：2011-2015年韩国人参行业市场规模变化（单位：万元）

图表6：2011-2015年韩国人参产品产量变化（单位：万吨）

图表7：2011-2015年韩国人参产品出口量变化（单位：万吨）

图表8：2011-2015年韩国人参产品出口规模变化（单位：万美元）

图表9：2011-2015年美国人参行业市场规模变化（单位：万元）

图表10：2011-2015年美国人参产品产量变化（单位：万吨）

图表11：2011-2015年美国人参产品出口量变化（单位：万吨）

图表12：2011-2015年美国人参产品出口规模变化（单位：万美元）

图表13：2011-2015年加拿大人参行业市场规模变化（单位：万元）

图表14：2011-2015年加拿大人参产品产量变化（单位：万吨）

图表15：2011-2015年加拿大人参产品出口量变化（单位：万吨）

图表16：2011-2015年加拿大人参产品出口规模变化（单位：万美元）

图表17：2016-2022年全球人参行业市场供给规模预测（单位：万吨）

图表18：2016-2022年全球人参行业市场需求规模预测（单位：万吨）

图表19：全球人参行业市场格局趋势（单位：%）

图表20：2011-2015年中国GDP增长及变化情况（单位：万元，%）

图表21：未来中国GDP增长趋势预测（单位：万元，%）

图表22：中国人参行业相关政策汇总

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yuanliaoyao/G35327ZV55.html>