

2016-2022年中国人参酒行业深度研究与投资战略研究报告

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

《2016-2022年中国人参酒行业深度研究与投资战略研究报告》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/pijiu/K77161DJRV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

人参：味甘微苦；生者性平，熟者偏温。功在补五脏，益六腑，安精神，健脾补肺，益气生津，大补人体之元气，能增强大脑皮质兴奋过程的强度和灵活性，有强壮作用，使身体对多种致病因子的抗病力增强，改善食欲和睡眠，增强性功能，并能降低血糖、抗毒、抗癌，提高人体对缺氧的耐受能力等作用。

用白酒浸泡某些人参，人参的有效成分便溶解到酒内。酒作为人类饮用历史最长的一种植物发酵酒精饮料，得到人参的滋养，不仅吸收了人参的药用养分，而人参有解除急性酒精中毒和烂醉的功效，人参酒就有了非比寻常的特殊功效。用人参泡酒有补五脏，安精神，定魂魄，止惊悸，除邪气，明目，开心益智的作用，一切气血津液不足之证。补气养血，暖胃散寒。

人参能增强人的新陈代谢,对身体有滋补作用。人参酒对身体虚弱、精神萎靡、四肢无力的中老年人，有一定的强壮作用。

人参经酒浸后，70% -80%有效成分溶于酒中，但人参内仍存有滋补成分，一般是将人参放于酒瓶中起到继续浸提的作用，另外色增加了人参酒的特征和美观。

根据相关统计，亚洲地区人参酒市场占全球的90%以上，其次是美国占4.2%，欧洲占3.5%。

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 人参酒行业概述	1
第一节 人参酒行业概述	1
一、人参酒行业定义	1
二、人参酒行业产品分类	2
三、人参酒行业产品特性	4
第二节 人参酒行业生命周期分析	4
一、行业生命周期概述	4
二、人参酒行业所属的生命周期	4
第三节 人参酒行业产业链模型分析	6

一、产业链模型介绍	6
二、人参酒行业产业链模型分析	8
第二章 2014-2015年中国人参酒产业运行环境分析	10
第一节 2014-2015年中国人参酒产业经济发展环境分析	10
一、2015年国内生产总值	10
二、2015年全国居民消费价格指数	11
三、2013-2015年全国居民收入情况分析	14
四、2015年我国居民收入基尼系数	15
五、2015年全国固定资产投资情况	16
六、2015年社会消费品零售总额	17
七、2015年我国进出口总额	18
第二节 2014-2015年中国人参酒产业政策发展环境分析	20
一、人参酒产业相关政策分析	20
二、人参酒进出口关税分析	25
三、产业生产标准分析	25
第三节 2014-2015年中国人参酒产业社会环境发展分析	26
一、人口环境分析	26
二、教育环境分析	28
三、文化环境分析	31
四、生态环境分析	33
五、中国城镇化率	35
六、居民的各种消费观念和习惯	36
第四节 2014-2015年中国人参酒产业技术环境发展分析	38
第三章 2013-2015年世界人参酒产业运行走势分析	40
第一节 2013-2015年全球人参酒行业运行概况	40
一、全球人参酒行业市场发展状况	40
二、全球人参酒行业特点分析	40
三、国外人参酒行业技术现状分析	41
三、全球人参酒行业市场竞争状况	42
第二节 2013-2015年全球人参酒行业区域市场运营情况分析	43

一、 美国人参酒市场发展分析	43
二、 欧洲市场发展分析	44
三、 日本市场发展分析	45
第三节 2016-2022年全球人参酒行业发展趋势预测分析	47
第四章 2014-2015年中国人参酒产业市场运行态势分析	48
第一节 中国人参酒产品供给分析	48
一、 人参酒行业总体产能规模	48
二、 人参酒行业生产区域分布	49
三、 2010-2015年中国人参酒产量分析	50
四、 供给影响因素分析	50
第二节 中国人参酒行业市场需求分析	51
一、 2010-2015年中国人参酒行业市场需求量分析	51
二、 区域市场分布	52
三、 下游需求构成分析	53
四、 人参酒行业市场热点	53
第三节 2014-2015年中国人参酒产业市场动态分析	54
一、 人参酒品牌分析	54
二、 人参酒产品产量结构性分析	54
三、 人参酒经营发展能力	54
第四节 2014-2015年中国人参酒产业市场销售情况分析	55
第五节 2014-2015年中国人参酒行业存在的问题及对策分析	55
第五章 2013-2015年中国人参酒进出口数据监测分析	58
第一节 2013-2015年中国人参酒进口数据分析	58
一、 进口数量分析	58
二、 进口金额分析	58
第二节 2013-2015年中国人参酒出口数据分析	59
一、 出口数量分析	59
二、 出口金额分析	59
第三节 2013-2015年中国人参酒进出口平均单价分析	60
第四节 2013-2015年中国人参酒进出口国家及地区分析	61

一、进口国家及地区分析 61

二、出口国家及地区分析 61

第六章 2014-2015年中国人参酒所属行业主要数据监测分析 62

第一节 2014-2015年中国人参酒所属行业规模分析 62

一、企业数量增长分析 62

二、从业人数增长分析 62

三、资产规模增长分析 63

第二节 2013年中国人参酒所属行业结构分析 63

一、企业数量结构分析 63

二、销售收入结构分析 64

第三节 2014-2015年中国人参酒所属行业产值分析 65

一、产成品增长分析 65

二、工业销售产值分析 65

三、出口交货值分析 66

第四节 2014-2015年中国人参酒所属行业成本费用分析 66

一、销售成本统计 66

二、费用统计 67

第五节 2014-2015年中国人参酒所属行业盈利能力分析 67

一、主要盈利指标分析 67

二、主要盈利能力指标分析 68

第七章 中国人参酒区域行业市场分析 69

第一节 东北地区 69

一、2010-2015年东北地区在人参酒行业中的地位变化 69

二、2010-2015年东北地区人参酒行业规模情况分析 71

三、2010-2015年东北地区人参酒行业企业分析 72

四、2016-2022年东北地区人参酒行业发展趋势预测 72

第二节 华北地区 73

一、2010-2015年华北地区在人参酒行业中的地位变化 73

二、2010-2015年华北地区人参酒行业规模情况分析 75

三、2010-2015年华北地区人参酒行业企业分析 76

四、2016-2022年华北地区人参酒行业发展趋势预测	76
第三节 华东地区	77
一、2010-2015年华东地区在人参酒行业中的地位变化	77
二、2010-2015年华东地区人参酒行业规模情况分析	79
三、2010-2015年华东地区人参酒行业企业分析	80
四、2016-2022年华东地区人参酒行业发展趋势预测	80
第四节 华中地区	81
一、2010-2015年华中地区在人参酒行业中的地位变化	81
二、2010-2015年华中地区人参酒行业规模情况分析	83
三、2010-2015年华中地区人参酒行业企业分析	84
四、2016-2022年华中地区人参酒行业发展趋势预测	84
第五节 华南地区	85
一、2010-2015年华南地区在人参酒行业中的地位变化	85
二、2010-2015年华南地区人参酒行业规模情况分析	87
三、2010-2015年华南地区人参酒行业企业分析	87
四、2016-2022年华南地区人参酒行业发展趋势预测	88
第六节 西部地区	88
一、2010-2015年西部地区在人参酒行业中的地位变化	88
二、2010-2015年西部地区人参酒行业规模情况分析	91
三、2010-2015年西部地区人参酒行业企业分析	92
四、2016-2022年西部地区人参酒行业发展趋势预测	92
第八章 2014-2015年中国人参酒产品市场竞争格局分析	93
第一节 2014-2015年中国人参酒行业竞争力分析	93
一、中国人参酒行业要素成本分析	93
二、品牌竞争分析	93
三、技术竞争分析	94
第二节 2014-2015年中国人参酒行业市场区域格局分析	95
一、生产区域竞争力分析	95
二、市场销售集中分布	95
三、国内企业与国外企业相对竞争力	96
第三节 2014-2015年中国人参酒行业市场集中度分析	97

一、行业集中度分析	97
二、企业集中度分析	97
第四节 中国人参酒行业五力竞争分析	98
一、“波特五力模型”介绍	98
二、人参酒“波特五力模型”分析	98
（1）行业内竞争	98
（2）潜在进入者威胁	99
（3）替代品威胁	99
（4）供应商议价能力分析	100
（5）买方侃价能力分析	100
第五节 2014-2015年中国人参酒行业竞争策略分析	100
第九章 2013-2015年中国人参酒上游行业市场研究分析	102
第一节 2013-2015年中国上游中药材行业市场研究分析	102
一、上游中药材行业产销状分析	102
二、上游中药材行业市场价格情况分析	104
三、上游中药材行业生产商情况	106
四、上游中药材行业市场发展前景预测	108
第二节 2013-2015年中国上游人参行业市场研究分析	117
一、上游人参行业产销状分析	117
二、上游人参行业市场价格情况分析	119
三、上游人参行业生产商情况	120
四、上游人参行业市场发展前景预测	121
第三节 2013-2015年中国上游行业白酒市场研究分析	122
一、上游白酒行业产销状分析	122
二、上游白酒行业市场价格情况分析	127
三、上游白酒行业生产商情况	129
四、上游白酒行业市场发展前景预测	144
第四节 上游行业发展对人参酒影响因素分析	145
第十章 2014-2015年中国人参酒行业消费市场分析	146
第一节 中国人参酒消费者收入分析	146

一、中国人口、人民生活分析	146
二、消费者收入水平	147
三、2014-2015年消费者信心指数分析	148
第二节 人参酒市场消费需求分析	149
一、人参酒市场的消费需求变化	149
二、人参酒行业的需求情况分析	150
三、2015年人参酒品牌市场消费需求分析	151
第三节 人参酒消费市场状况分析	151
一、人参酒行业消费特点	151
二、人参酒消费者分析	152
三、人参酒消费结构分析	152
四、人参酒消费的市场变化	153
五、人参酒市场的消费方向	154
第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析	155
一、价格敏感程度	155
二、品牌的影响	157
三、购买方便的影响	157
四、广告的影响程度	158
五、包装的影响程度	158
第五节 人参酒行业产品的品牌市场调查	158
一、消费者对行业品牌认知度宏观调查	158
二、消费者对行业产品的品牌偏好调查	159
三、消费者对行业品牌的首要认知渠道	159
四、消费者经常购买的品牌调查	160
五、人参酒行业品牌忠诚度调查	161
六、人参酒行业品牌市场占有率调查	161
七、消费者的消费理念调研	161
第十一章 2013-2015年中国人参酒市场营销情况分析	163
第一节 2013-2015年中国人参酒市场营销现状分析	163
一、人参酒市场营销动态概览	163
二、人参酒营销模式分析	163

三、人参酒市场营销渠道分析	164
第二节 2013-2015年中国人参酒网络营销分析	165
第三节 2013-2015年中国人参酒市场营销策略分析	165
一、产品策略	165
二、价格策略	166
三、渠道策略	167
第十二章 人参酒优势企业竞争性财务数据分析	169
第一节 吉林省力胜制药有限公司	169
一、企业发展简况分析	169
二、企业产品结构及新产品动向	169
三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）	170
四、企业盈利能力分析	170
五、企业偿债能力分析	171
六、企业经营能力分析	171
七、企业成长能力分析	171
八、企业经营优势分析	172
第二节 吉林省抚松制药股份有限公司	172
一、企业发展简况分析	172
二、企业产品结构及新产品动向	174
三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）	175
四、企业盈利能力分析	175
五、企业偿债能力分析	176
六、企业经营能力分析	176
七、企业成长能力分析	176
八、企业经营优势分析	177
第三节 长春人民药业集团有限公司	177
一、企业发展简况分析	177
二、企业产品结构及新产品动向	178
三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）	178
四、企业盈利能力分析	179
五、企业偿债能力分析	179

六、企业经营能力分析	179
七、企业成长能力分析	179
八、企业经营优势分析	180
第四节 江西百禾药业有限公司	180
一、企业发展简况分析	180
二、企业产品结构及新产品动向	181
三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）	181
四、企业盈利能力分析	182
五、企业偿债能力分析	182
六、企业经营能力分析	182
七、企业成长能力分析	183
八、企业经营优势分析	183
第五节 广东顺德酒厂有限公司	183
一、企业发展简况分析	183
二、企业产品结构及新产品动向	185
三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）	185
四、企业盈利能力分析	186
五、企业偿债能力分析	186
六、企业经营能力分析	186
七、企业成长能力分析	187
八、企业经营优势分析	187
第十三章 2016-2022年中国人参酒产业发趋势预测分析	188
第一节 2016-2022年中国人参酒发展趋势分析	188
一、人参酒产业技术发展方向分析	188
二、人参酒竞争格局预测分析	189
三、人参酒行业发展预测分析	190
第二节 2016-2022年中国人参酒市场预测分析	190
一、人参酒供给预测分析	190
二、人参酒需求预测分析	191
三、人参酒进出口预测分析	192
第三节 2016-2022年中国人参酒市场盈利预测分析	192

第十四章 2016-2022年中国人参酒行业投资建议分析	194
第一节 2016-2022年中国人参酒企业的标杆管理	194
一、国内企业的经验借鉴	194
二、国外企业的经验借鉴	195
第二节 2016-2022年中国人参酒企业的资本运作模式	196
一、企业国内资本市场的运作建议	196
二、企业海外资本市场的运作建议	196
第三节 2016-2022年中国人参酒企业营销模式建议	197
一、企业的国内营销模式建议	197
二、人参酒企业海外营销模式建议	198
第十五章 2016-2022年中国人参酒行业投资机会与风险分析	200
第一节 2016-2022年中国人参酒行业投资环境分析	200
第二节 2016-2022年中国人参酒行业投资特性分析	200
一、2016-2022年中国人参酒行业行业进入壁垒分析	200
二、2016-2022年中国人参酒行业行业盈利模式分析	201
三、2016-2022年中国人参酒行业行业盈利因素分析	202
第三节 2016-2022年中国人参酒行业投资机会分析	203
一、人参酒投资潜力分析	203
二、人参酒投资吸引力分析	204
第四节 2016-2022年中国人参酒行业投资风险分析	204
一、市场竞争风险分析	204
二、政策风险分析	204
三、技术风险分析	205
第十六章 2016-2022中国人参酒投资价值分析	206 ZYZL
第一节 人参酒行业发展的有利因素与不利因素分析	206
第二节 人参酒行业发展的空白点分析	209
第三节 投资回报率比较高的投资方向	210
第四节 新进入者应注意的障碍因素	210
第五节 营销分析与营销模式推荐	210

第六节 专家观点 211 ZYZL

图表目录：

图表1：目前我国人参酒行业处于行业成长期

图表2：产业链形成模式示意图

图表3：人参酒产业链图

图表4：我国GDP发展运行情况

图表5：我国居民价格指数变化情况（CPI）

图表6：2015年城镇与农村居民消费价格指数

图表7：我国工业生产在出厂价格指数（PPI）

图表8：我国居民收入及消费支出情况

图表9：2003-2015年我国居民收入基尼系数

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/K77161DJRV.html>