

2016-2022年中国人参市场 深度调查分析及投资风险评估报告

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年中国人参市场深度调查分析及投资风险评估报告》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/zhongyao/M932712URW.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

我国是人参生产大国,产量约占世界总产量的70%，产区主要分布在东北三省，其中吉林省的人参产量约为全国总量的85%。这与吉林省把人参产业打造成吉林省新兴战略性产业的战略决策密切关联，该省实施的人参产业振兴工程，对人参的生产规模进行有序调控，促进人参质量安全水平提升，进一步推动人参产业的多元化发展。吉林省农委总经济师夏季介绍说，该省目前已经开发出人参食品、药品、保健品、日用化工品等系列产品近千种，2014年人参产值实现404.5亿元，比人参产业振兴工程实施前增长了5倍。

2015年全国人参种植面积约为12000公顷，已初步进入基地化、规模化发展轨道，种植面积、产量都相当可观，具有较高集中度，种植业产业化基础已经具备。但是，我国人参产品的转化率还需提高。而标准的制定是解决人参产业可持续发展的关键问题。

当前，人参有国际标准10项、国外标准9项，我国对于人参建立起国家标准（18项）、行业标准（14项）、地方标准（73项）、企业联盟标准（31项）和企业标准（1000多项）等各级标准，但覆盖面不全，人参种植技术规程、人参初加工产品标准和检测方法标准居多，而人参及其制品的安全限量标准和人参产品追溯方面的标准数量很少甚至空缺。标准缺失、体系不健全、修订不及时、标准不统一、制定经费不足、宣贯不得力等现象，亟待行业和政府部门重视。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国人参市场深度调查分析及投资风险评估报告》共十六章。首先介绍了中国人参行业发展环境以及人参行业发展现状，接着分析了中国人参行业规模及消费需求，然后对中国人参行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国人参行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国人参行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 全球人参行业发展分析 20

第一节 世界人参行业市场情况 20

一、全球人参产业经济情况 20

- 二、全球人参的分布与产量 20
- 三、全球人参产业和 market 分析 21
- 第二节 韩国人参行业发展分析 22
 - 一、韩国扩大高丽参出口中国 22
 - 二、韩国人参强攻我国高端保健食品市场 23
 - 三、韩国抢滩东北亚资源性商品集散地 24
- 第三节 其他国家地区人参行业发展状况 27
 - 一、2015年日本人参市场情况 27
 - 二、加拿大人参行业发展 27
 - 三、越南人参行业发展 28

第二章 我国人参行业发展现状 29

第一节 中国人参行业发展概述 29

- 一、人参的功能和作用 29
- 二、人参的历史价格走势 39
- 三、我国西洋参产业发展 40
- 四、我国人参生产技术现状 40
- 五、我国人参产业存在的问题 42

第二节 我国人参行业发展状况 43

- 一、2013-2015年人参产销分析 44
- 二、人参后市走势分析 44
- 三、人参市场产品分析 46
- 四、企业联手打造大人参产业基地 47

第三节 中国人参行业供需分析 47

- 一、2013-2015年中国人参市场供给总量分析 47
- 二、2013-2015年中国人参市场需求总量分析 48
- 三、2013-2015年中国人参市场供需平衡分析 49

第三章 中国人参行业经济运行分析 51

第一节 2013-2015年人参行业运行情况分析 51

- 一、2013-2015年人参行业经济指标分析 51
- 二、中国人参行业前十家企业 51

第二节 2013-2015年人参行业产量分析 52

一、2013-2015年我国人参产量分析 52

二、2016-2022年我国人参产量预测 52

第三节 2013-2015年人参行业进出口分析 53

一、2015年我国人参类进出口行情 53

二、我国人参出口市场分布特点 55

三、2015年中国与韩国人参出口价格比较 55

四、我国保持人参出口优势措施 56

第四章 中国人参行业消费市场分析 58

第一节 中国人参消费者收入分析 58

一、中国人口、人民生活分析 58

二、2013-2015年消费者收入水平 59

三、2013-2015年消费者信心指数分析 64

第二节 人参行业目标客户群体调查 65

一、人参消费分析 65

二、人参保健受消费者欢迎 65

三、消费者选购人参分析 67

四、人参食品发展 67

第三节 人参市场消费需求分析 67

一、西洋参市场需求分析 67

二、中国人参保健品市场需求趋势 68

三、中药类保健品需求强劲 69

第五章 中国人参行业区域市场分析 70

第一节 吉林省人参行业分析 70

一、2015年吉林省人参市场状况 70

二、吉林省人参产业存在的问题 70

三、吉林省人参产业发展的建议 72

第二节 通化市人参行业分析 75

一、通化人参产业发展路径 75

二、通化中国人参产业基地 75

三、通化人参产业“四化”	76
第三节 靖宇县人参行业分析	78
一、靖宇县建立标准化栽培基地	78
二、推进人参产业快速发展靖宇瞄准精深加工	80
第四节 抚松县人参产业分析	81
一、抚松县人参产业swot分析	81
二、抚松县人参产业发展战略及建议	86
三、抚松推行人参质量认证制度	87
第五节 华东地区人参行业分析	87
第六章 人参行业投资与发展前景分析	88
第一节 2015年人参行业投资情况分析	88
一、2015年投资规模情况	88
二、人参市场从投机向投资转型	88
第二节 人参行业投资机会分析	88
一、2015年人参投资机会	88
二、我国启动人参基因组计划	89
三、吉林省推动人参产业优化升级	89
四、2016-2022年人参投资新方向	92
第三节 人参行业发展前景分析	92
一、国产西洋参发展前景广阔	92
二、吉林省人参发展前景分析	93
三、人参产业潜力分析	93
四、人参开发前景分析	94
第七章 人参行业竞争格局分析	95
第一节 人参行业集中度分析	95
一、人参市场集中度分析	95
二、人参企业集中度分析	95
三、人参区域集中度分析	96
第二节 人参行业主要企业竞争力分析	97
一、中国人参企业分析	97

二、中国人参企业蓄势突围 97

第三节 人参行业竞争格局分析 100

一、我国人参在国际市场的现状分析 100

二、中国人参产业国内外竞争优势对比 100

三、中国人参产业竞争战略选择 101

四、中国人参产业发展的政策建议 102

五、文山三七与韩国高丽参竞争力比较 105

第八章 2013-2015年中国人参行业发展形势分析 116

第一节 中韩人参行业比较分析 116

第二节 2013-2015年人参行业市场情况分析 120

一、我国人参出口主要市场分析 120

二、2015年人参市场价格走势 120

第三节 2013-2015年人参产销状况分析 121

一、人参产量分析 121

二、人参产能分析 122

第四节 产品发展趋势预测 123

一、中国野山参 123

二、人参产品研发情况 126

三、中药保健食品发展方向 126

第九章 中国人参行业整体运行指标分析 129

第一节 2013-2015年中国人参行业总体规模分析 129

一、企业数量结构分析 129

二、行业生产规模分析 129

第二节 2013-2015年中国人参行业产销分析 130

一、行业产成品情况总体分析 130

二、行业产品销售收入总体分析 131

第十章 人参行业赢利水平分析 133

第一节 成本分析 133

一、2013-2015年人参原材料价格走势 133

二、2013-2015年人参行业人工成本分析 133

第二节 产销运存分析 134

一、2013-2015年人参行业产销情况 134

二、2013-2015年人参行业库存情况 135

第三节 盈利水平分析 136

一、2013-2015年人参行业营业收入情况 136

二、2013-2015年人参行业赢利能力 137

三、2016-2022年人参行业赢利预测 138

第十一章 人参行业盈利能力分析 140

第一节 2013-2015年中国人参行业利润总额分析 140

一、利润总额分析 140

二、不同规模企业利润总额比较分析 140

三、不同所有制企业利润总额比较分析 141

第二节 2013-2015年中国人参行业销售利润率 142

一、销售利润率分析 142

二、不同规模企业销售利润率比较分析 143

三、不同所有制企业销售利润率比较分析 143

第三节 2013-2015年中国人参行业总资产利润率分析 143

第十二章 人参重点企业发展分析 145

第一节 白山市吉苑参茸有限公司 145

一、企业基本概述 145

二、企业经营指标分析 145

第二节 长白朝鲜族自治县森林经营局 151

一、企业基本概述 151

二、企业经营指标分析 152

第三节 桓仁满族自治县恒宝参药有限公司 157

一、企业基本概述 157

二、企业经营指标分析 158

第四节 抚松县参业有限责任公司 163

一、企业基本概述 163

二、企业经营指标分析	164
第五节 北京同仁堂健康（福州）有限公司	169
一、企业概况	170
二、企业经营指标分析	170
第六节 康美股份有限公司	176
一、企业基本概述	176
二、企业发展战略	177
三、2013-2015年企业财务分析	177
第七节 中国医药保健品股份有限公司	181
一、企业基本概述	181
二、企业主营业务	181
三、2013-2015年企业财务分析	182
第八节 吉林省集安益盛股份有限公司	186
一、企业基本概述	186
二、企业发展优势	187
三、2015年企业经营状况	190
第九节 珲春华瑞参业生物工程有限公司	194
一、企业基本概述	194
二、企业发展优势	194
第十节 吉林紫鑫股份有限公司	195
一、企业基本概述	196
二、企业经营分析	196
第十三章 人参行业投资策略分析	201
第一节 行业发展特征	201
一、行业的区域性	201
二、行业的上下游	201
三、行业经营模式	201
第二节 行业发展格局分析	201
第三节 人参行业投资策略研究	202
一、吉林长白山人参的发展策略	202
二、延边人参产业打造区域发展优势	205

三、我国人参中小企业融资渠道分析 207

四、我国人参中小企业融资应对策略 208

第十四章 人参行业投资风险预警 211

第一节 影响人参行业发展的主要因素 211

一、2016-2022年影响人参行业运行的有利因素分析 211

二、2016-2022年影响人参行业运行的稳定因素分析 211

三、2016-2022年影响人参行业运行的不利因素分析 212

四、2016-2022年我国人参行业发展面临的挑战分析 213

五、2016-2022年我国人参行业发展面临的机遇分析 213

第二节 人参行业投资风险预警 214

一、2016-2022年人参行业市场风险及控制策略 214

二、2016-2022年人参行业政策风险及控制策略 214

三、2016-2022年人参行业经营风险及控制策略 214

四、2016-2022年人参行业技术风险及控制策略 215

五、2016-2022年人参同业竞争风险及控制策略 215

六、2016-2022年人参行业其他风险及控制策略 216

第三节 人参行业投资经济环境分析 216

一、国民经济运行情况gdp 216

二、消费价格指数cpi、ppi 220

三、全国居民收入情况 226

四、恩格尔系数 232

五、工业发展形势 235

六、固定资产投资情况 241

七、财政收支状况 255

八、中国汇率调整 261

九、存基准利率调整情况 263

十、存款准备金率调整情况 266

十一、社会消费品零售总额 267

十二、对外贸易&进出口 270

第十五章 人参行业发展趋势分析 273

第一节 2016-2022年中国人参市场趋势分析	273
一、2013-2015年我国人参市场趋势总结	273
二、2016-2022年我国人参发展趋势分析	274
第二节 2016-2022年人参发展趋势分析	274
第三节 2016-2022年中国人参行业供需预测	274
一、2016-2022年中国人参供给预测	274
二、2016-2022年中国人参需求预测	275
三、2016-2022年中国人参价格预测	276
第十六章 人参企业管理策略建议	278
第一节 市场策略分析	278
一、人参价格策略分析	278
二、人参市场营销策略	278
第二节 销售策略分析	281
一、人参行业产品市场定位	281
二、人参行业广告推广策略	281
三、人参行业产品促销策略	282
四、人参行业招商加盟策略	282
五、人参行业网络推广策略	283
第三节 提高人参企业竞争力的策略	284
一、较低成本战略 (lowercost)	285
二、差异化战略 (differentiation)	285 (zy lys)
第四节 对我国人参品牌的战略思考	285
一、企业品牌的重要性	285
二、人参实施品牌战略的意义	288
三、人参企业品牌的现状分析	290
四、我国人参企业的品牌战略	292
五、人参品牌战略管理的策略	293
第五节 人参行业投资战略研究	294

图表目录：

图表 1 2009-2015年全球人参市场规模分析 22

图表 2 2009-2015年中国人参产销分析 44

图表 3 2009-2015年我国人参行业供给分析 48

图表 4 2009-2015年我国人参市场需求分析 48

图表 5 2009-2015年中国人参供需平衡分析 49

图表 6 2009-2015年我国人参行业总产值分析 51

图表 7 2009-2015年我国人参行业生产分析 52

图表 8 2016-2022年中国人参产量预测分析 52

图表 9 2014年我国人参进出口分析 54

图表 10 2014年城乡居民收入差距分析 61

图表 11 农村居民家庭收入结构分析 62

图表 12 城镇居民家庭收入结构分析 62

图表 13 城乡居民家庭收入增长情况 63

图表 14 城乡收入比 63

图表 15 2006年-2014年城镇居民人均可支配收入及增长速度 64

图表 16 2013-2015年中国消费者信心指数分析 65

图表 17 2009-2015年我国西洋参需求分析 67

图表 18 2016-2022年中国人参市场需求趋势预测分析 68

图表 19 2009-2015年我国人参行业市场cr10指数分析 95

图表 20 2015年我国人参行业企业规模结构分析 95

图表 21 2015年中国人参区域市场集中度分析 96

图表 22 2009-2015年我国人参行业产品价格走势分析 121

图表 23 2009-2015年我国人参行业生产分析 121

图表 24 2009-2015年我国人参行业生产能力分析 122

图表 25 中国野山参生长地域分布图 123

图表 26 长白山野山参生长地域分布图 124

图表 27 2009-2015年我国人参行业企业数量分析 129

图表 28 2009-2015年我国人参行业生产规模分析 129

图表 29 2009-2015年我国人参行业产成品分析 130

图表 30 2009-2015年我国人参行业销售额分析 131

图表 31 2009-2015年我国人参产品价格走势分析 133

图表 32 2009-2015年我国人参行业人工成本走势分析 134

图表 33 2009-2015年中国人参产销分析 134

- 图表 34 2009-2015年我国人参行业库存分析 135
- 图表 35 2009-2015年我国人参行业营业收入分析 136
- 图表 36 2009-2015年我国人参行业利润总额分析 137
- 图表 37 2016-2022年中国人参行业盈利前景预测分析 138
- 图表 38 2009-2015年我国人参行业利润总额分析 140
- 图表 39 2015年我国人参行业利润结构分析 141
- 图表 40 2015年我国人参行业不同股权企业利润结构分析 141

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/zhongyao/M932712URW.html>