

2016-2022年中国人参市场 调查与市场年度调研报告

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年中国人参市场调查与市场年度调研报告》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/baojianpin/N0382710O4.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

人参，多年生草本植物，喜阴凉、湿润的气候，多生长于昼夜温差小的海拔500~1100米山地缓坡或斜坡地的针阔混交林或杂木林中。由于根部肥大，形若纺锤，常有分叉，全貌颇似人的头、手、足和四肢，故而称为人参。古代人参的雅称为黄精、地精、神草。人参被人们称为“百草之王”，是闻名遐迩的“东北三宝”(人参、貂皮、鹿茸)之一，是驰名中外、老幼皆知的名贵药材。

长白山脉横跨我国吉林、辽宁、黑龙江三省，是我国极其重要的物种基因库，其纬度位置、平均气温、年降水量、土质土壤成分皆是栽种人参理想的生长繁衍地。而吉林省人参鲜参产量占到了我国的80%，拥有以长白县、抚松县、安图县、敦化市、吉安县为核心的“九县四市”种植区域，根据吉林省公开数据，其全省拥有6000公顷左右的人参留存面积（从1年至5年）。并且，我国人参在人参总皂苷以及氨基酸含量上均优于韩国红参。

人参的生长周期较长，育苗两年，移栽后再长四年，需六年以上才可采挖，且生长地还需是砍伐后的原始森林，挖后需退耕还林，十几年内不得重茬，2008、2009年的低价，导致那几年东北产区出现弃种，主产区吉林、黑龙江、辽宁三省种植面积逐渐减少，产量随之大幅下降，价格顺势上扬。

我国人参终端市场销售的绝大多数均为干参，根据行业经验，平均每3.5公斤鲜参可制成1公斤干参。

《2016-2022年中国人参市场调查与市场年度调研报告》由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了人参行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国人参做了重点企业经营状况分析，并分析了中国人参行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章人参行业相关概述

第一节人参行业相关概述

一、产品概述

二、产品性能

三、产品用途

第二节人参行业经营模式分析

一、生产模式

二、采购模式

三、销售模式

第二章2014年人参行业发展环境分析

第一节2014年中国经济发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节中国人参行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

三、上下游产业政策影响

四、进出口政策影响分析

第三节中国人参行业技术环境分析

一、行业技术发展概况

二、行业技术发展现状

第三章2014-2014年中国人参市场供需分析

第一节中国人参市场供给状况

一、2008-2014年中国人参产量分析

二、2016-2022年中国人参产量预测

第二节中国人参市场需求状况

一、2008-2014年中国人参需求分析

二、2016-2022年中国人参需求预测

第三节2014年中国人参市场价格分析

2014年我国人参药材市场平均价格774.3元/公斤，同比上涨15.4%，增幅已经低于前3年平均水平。近年来吉林等主产区的林地审批趋严，一定程度上限制了人参产量无序扩增，因此人参价格目前相对稳定，未来仍有望小幅上涨。

第四章中国人参行业产业链分析

第一节人参行业产业链概述

第二节人参上游产业发展状况分析

一、上游原料市场发展现状

二、上游原料生产情况分析

三、上游原料价格走势分析

第三节人参下游应用需求市场分析

一、行业发展现状分析

二、行业生产情况分析

三、行业需求状况分析

四、行业需求前景分析

第五章2011-2015年人参所属产品进出口数据分析

第一节2011-2015年人参进口情况分析

一、进口数量情况分析

根据中国海关统计：2014年我国人参进口总量为622.21吨，进口总金额为4448.32万美元。

二、进口金额变化分析

三、进口来源地区分析

四、进口价格变动分析

第二节2011-2015年人参出口情况分析

一、出口数量情况

二、出口金额变化分析

三、出口国家流向分析

四、出口价格变动分析

第六章国内人参生产厂商竞争力分析

第一节企业一

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络布局
- 五、企业发展战略分析

第二节企业二

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络布局
- 五、企业发展战略分析

第三节企业三

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络布局
- 五、企业发展战略分析

第四节企业四

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络布局
- 五、企业发展战略分析

第五节企业五

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络布局
- 五、企业发展战略分析

第七章2016-2022年中国人参行业发展趋势与前景分析

第一节2016-2022年中国人参行业投资前景分析

一、人参行业发展前景

二、人参发展趋势分析

三、人参市场前景分析

第二节2016-2022年中国人参行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、原材料风险分析

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第三节2016-2022年人参行业投资策略及建议

第八章人参企业投资战略与客户策略分析

第一节人参企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第二节人参企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节人参企业战略规划策略分析（zyyzg）

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节人参企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/N0382710O4.html>