

# 2019-2025年中国人参原料行业发展前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国人参原料行业发展前景预测及投资战略研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/395003.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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 中国人参原料行业发展状况综述 19

#### 第一节 中国人参原料行业简介19

##### 一、人参原料行业的界定及分类19

##### 二、人参原料行业的特征20

##### 三、人参原料的主要用途21

#### 第二节 人参原料行业相关政策23

##### 一、国家“十三五”产业政策23

##### 二、其他相关政策26

##### 三、出口关税政策26

#### 第三节 政策发展环境27

##### 一、产业振兴规划27

##### 二、产业发展规划28

##### 三、行业标准政策28

##### 四、市场应用政策28

##### 五、财政税收政策29

#### 第四节 中国人参原料行业发展状况29

##### 一、中国人参原料行业发展历程29

##### 二、中国人参原料行业发展面临的问题32

### 第二章 中国人参原料生产现状分析37

#### 第一节 人参原料行业总体规模37

#### 第二节 人参原料产能概况37

##### 一、2016-2018年产能分析37

##### 二、2019-2025年产能预测38

#### 第三节 人参原料市场容量概况39

##### 一、2016-2018年市场容量分析39

##### 二、产能配置与产能利用率调查39

##### 三、2019-2025年市场容量预测40

#### 第四节 人参原料产业的生命周期分析41

第五节 人参原料产业供需情况	43
第三章 人参原料产品市场供需分析	45
第一节 人参原料市场特征分析	45
一、产品特征	45
二、价格特征	45
三、渠道特征	45
四、购买特征	45
第二节 人参原料市场需求情况分析	46
一、市场容量	46
二、原料需求	47
第三节 人参原料市场供给情况分析	47
一、产品供给	47
二、渠道供给能力	48
第四节 人参原料市场供给平衡性分析	48
第四章 人参原料行业竞争绩效分析	49
第一节 人参原料行业总体效益水平分析	49
第二节 人参原料行业产业集中度分析	49
第三节 人参原料行业不同所有制企业绩效分析	50
第四节 人参原料行业不同规模企业绩效分析	50
第五节 人参原料市场分销体系分析	51
一、销售渠道模式分析	51
二、产品最佳销售渠道选择	52
第五章 人参原料产业投资策略	54
第一节 产品定位策略	54
一、市场细分策略	54
二、目标市场的选择	55
第二节 产品开发策略	56
一、追求产品质量	56
二、促进产品多元化发展	57
第三节 渠道销售策略	57
一、销售模式分类	57
二、市场投资建议	57
第四节 品牌经营策略	58
一、不同品牌经营模式	58
二、如何切入开拓品牌	58

第五节 服务策略58

第六章 中国人参原料行情走势及影响要素分析 60

第一节 2016年中国人参原料行情走势回顾 60

第二节 中国人参原料当前市场行情分析60

第三节 影响人参原料市场行情的要素60

第四节 价格风险规避策略研究62

第五节 2019-2025年中国人参原料行情走势预测63

第七章 人参原料行业竞争格局分析65

第一节 中国人参原料行业不同地区竞争格局65

第二节 中国人参原料行业的不同企业竞争格局66

一、不同所有制企业竞争格局分析66

二、不同规模企业竞争格局分析66

三、国内人参原料企业竞争格局分析67

第三节 2019-2025年中国人参原料行业竞争格局变化趋势分析67

第八章 人参原料行业产品营销分析及预测 70

第一节 人参原料行业国内营销模式分析70

第二节 人参原料行业主要销售渠道分析71

第三节 人参原料行业价格竞争方式分析71

第四节 人参原料行业营销策略分析71

第五节 人参原料行业国际化营销模式分析72

第六节 人参原料行业市场营销发展趋势预测73

第九章 2017中国人参原料产业投资分析 74

第一节 投资环境74

一、资源环境分析74

二、市场竞争分析76

三、政策环境分析76

第二节 投资机会分析77

第三节 投资风险及对策分析77

第四节 投资发展前景78

一、市场供需发展趋势78

二、未来发展展望79

第十章 人参原料行业国内重点生产企业分析81

第一节 集安市新开河有限责任公司81

一、公司基本情况81

二、公司经营与财务状况81

## 第二节 吉林长白参隆集团有限公司87

### 一、公司基本情况87

### 二、公司经营与财务状况88

## 第三节 吉林省西洋参集团有限公司93

### 一、公司基本情况93

### 二、公司经营与财务状况94

## 第四节 吉林延边华兴参业有限公司99

### 一、公司基本情况99

### 二、公司经营与财务状况100

## 第五节 山东省威海市生态种植园105

### 一、公司基本情况105

### 二、公司经营与财务状况105

## 第十一章 人参原料行业风险趋势分析与对策112

### 第一节 人参原料行业风险分析112

#### 一、市场竞争风险112

#### 二、原材料压力风险分析112

#### 三、技术风险分析112

#### 四、政策和体制风险112

#### 五、进入退出风险113

### 第二节 人参原料行业投资风险及控制策略分析113

#### 一、2019-2025年人参原料行业市场风险及控制策略113

#### 二、2019-2025年人参原料行业政策风险及控制策略113

#### 三、2019-2025年人参原料行业经营风险及控制策略114

#### 四、2019-2025年人参原料同业竞争风险及控制策略114

#### 五、2019-2025年人参原料行业其他风险及控制策略115

## 第十二章 2019-2025年人参原料行业投资机会与风险分析116

### 第一节 2019-2025年中国人参原料行业投资机会分析116

### 第二节 2019-2025年人参原料行业环境风险116

#### 一、国际经济环境风险116

#### 二、汇率风险117

#### 三、宏观经济风险117

### 第三节 2019-2025年人参原料行业产业链上下游风险118

#### 一、上游行业风险118

#### 二、下游行业风险118

### 第四节 2019-2025年人参原料行业市场风险119

一、市场供需风险119

二、价格风险120

三、竞争风险120

第十三章 人参原料行业投资机会分析研究 121

第一节 2019-2025年人参原料行业主要区域投资机会121

第二节 2019-2025年人参原料行业出口市场投资机会121

第三节 2019-2025年人参原料行业企业的多元化投资机会121

第十四章 人参原料企业制定“十三五”发展战略研究分析123 (AK LT)

一、“十三五”发展战略规划的背景意义123

第一节 企业转型升级的需要123

第二节 企业强做大做的需要123

第三节 企业可持续发展需要123

二、“十三五”发展战略规划的制定原则125

第一节 科学性125

第二节 实践性126

第三节 前瞻性126

第四节 创新性126

第五节 全面性126

第六节 动态性126

三、“十三五”发展战略规划的制定依据128

第一节 国家产业政策128

第二节 行业发展规律128

第三节 企业资源与能力128

第四节 可预期的战略定位129

图表目录：

图表 12016-2018年我国人参原料所属行业市场规模分析 37

图表 22016-2018年我国人参原料行业产能分析 37

图表 32019-2025年我国人参原料行业产能预测38

图表 42016-2018年我国人参原料行业市场容量分析 39

图表 52016-2018年我国人参原料行业产能利用率分析39

图表 62019-2025年我国人参原料行业市场容量预测40

图表 7人参原料产业行业所处生命周期示意图41

图表 8行业生命周期、战略及其特征42

图表 92016-2018年我国人参原料行业供需分析 43

图表 10各主体中国的人参原料销售份额45

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/395003.html>