

# 2021-2026年中国人参市场全面调研及行业投资潜力预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国人参市场全面调研及行业投资潜力预测报告》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/channel/zhongyao/666189.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

人参为多年生草本植物，喜阴凉，叶片无气孔和栅栏组织，无法保留水分，温度高于32度叶片会灼伤，郁闭度0.7-0.8。通常3年开花，5-6年结果，花期5-6月，果期6-9月。生长于北纬33度-48度之间的海拔数百米的以红松为主的针阔混交林或落叶阔叶林下，产于中国东北、朝鲜、韩国、日本、俄罗斯东部。人参的别称为黄参、地精、神草、百草之王，是闻名遐迩的“东北三宝”之一。

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：

### 第一部分 产业环境分析

#### 第一章 人参产业概述

##### 第一节 人参定义

##### 第二节 人参分类及应用

###### 一、分类

###### 1、物种分类

###### 2、栽培特点分类

###### 3、加工方法分类

###### 4、产地分类

###### 5、商品分类

###### 二、应用

###### 1、药用

###### 2、医疗

###### 3、保健

###### 4、植物提取物

###### 5、食品

###### 6、礼品

###### 7、出口

###### 8、其它用途

##### 第三节 人参产业链结构

##### 第四节 人参产业概述

###### 一、原参生产情况

###### 二、人参加工业发展情况

### 三、人参市场销售与流通环节现状

### 四、人参消费与需求情况

## 第二章 人参行业国内外市场分析

### 第一节 人参行业国际市场分析

#### 一、人参国际市场发展历程回顾

#### 二、世界人参产业市场规模

#### 三、人参竞争格局分析

#### 四、人参国际主要国家发展情况分析

##### 1、日本人参市场情况

##### 2、加拿大人参行业发展

##### 3、韩国人参行业发展

##### 4、美国

##### 5、香港

#### 五、人参国际市场发展趋势

### 第二节 人参行业国内市场分析

#### 一、人参国内发展历程

##### 1、原料加工阶段(解放后—80年代前)

##### 2、粗加工阶段(20世纪80年代中后期)

##### 3、深加工阶段(20世纪90年代)

##### 4、精深加工阶段(21世纪初)

#### 二、人参产品及技术动态

#### 三、人参竞争格局分析

#### 四、人参国内主要地区发展情况分析

#### 五、人参国内市场发展趋势

### 第三节 人参行业国内外市场对比分析

## 第三章 人参行业发展环境分析

### 第一节 中国经济环境分析

#### 一、中国GDP分析

#### 二、中国CPI分析

##### 1、消费价格指数分析

##### 2、城乡居民收入分析

#### 三、中国固定资产投资分析

#### 四、中国工业发展形势分析

### 第二节 中国社会环境分析

#### 一、中国人口环境分析

## 二、中国教育环境分析

## 三、中国城镇化发展分析

### 第三节 全球经济环境分析

#### 一、2020年世界经济形势分析

#### 二、2020年世界经济发展趋势

#### 三、对我国经济的影响

## 第四章 人参行业发展政策及规划

### 第一节 产业的宏观调控政策分析

#### 一、政策框架

#### 二、政策要点

### 第二节 人参政策动态研究

### 第三节 人参产业政策发展趋势

#### 一、绿色人参

#### 二、全产业链平台

## 第二部分 行业现状透视

## 第五章 人参技术及成本结构

### 第一节 人参技术分析

#### 一、种植技术

##### 1、种源管理

##### 2、种植管理

#### 二、加工技术

### 第二节 我国人参产业技术动态与发展趋势

### 第三节 人参成本结构分析

#### 一、成本核算

#### 二、成本构成

### 第四节 人参价格分析

## 第六章 人参产供销市场现状和预测分析

### 第一节 人参产能产量统计

#### 一、产区

#### 二、产量

### 第二节 人参市场规模

### 第三节 人参需求综述

### 第四节 人参供需平衡分析

#### 一、库存空虚

#### 二、价格攀升

## 第五节 人参进出口市场分析

### 一、进口

### 二、出口

## 第六节 人参营收、成本、毛利率分析

### 一、行业盈利分析

### 二、行业成本规模分析

### 三、行业利润分析

## 第七章 关联产业发展分析

### 第一节 上游行业发展分析

#### 一、自然条件

#### 二、人参栽培现状

##### 1、人参栽培方式

##### 2、人参种质资源保护利用与育种

##### 3、人参规范化栽培技术

##### 4、人参林下栽培和非林地种植

#### 三、中国人参种植业存在的问题

##### 1、种质资源破坏严重，良种匮乏

##### 2、人参连作障碍没有得到解决

##### 3、种植示范基地建设有待加强推广

#### 四、中国人参产业发展的几点思考

##### 1、认识到人参资源的有限性

##### 2、加大政府对人参产业发展的扶持力度

##### 3、加强种源管理，加快人参育种

##### 4、无公害人参栽培是参业发展的必由之路

#### 五、我国人参种植业发展趋势

##### 1、广泛收集种质资源，选育优良品种

##### 2、攻克人参连作障碍保障人参种植业可持续发展

##### 3、大力发展非林种植人参模式

### 第二节 下游行业发展分析

#### 一、行业发展现状

#### 二、市场需求分析

##### 1、需求规模

##### 2、需求结构

#### 三、市场规模分析

#### 四、市场竞争分析

## 五、2021-2026年行业发展形势

### 第三节 其他关联行业发展分析

#### 一、行业发展现状

#### 二、市场需求分析

#### 三、市场规模分析

#### 四、市场竞争分析

## 五、2021-2026年行业发展形势

## 第八章 中国人参所属行业区域市场分析

### 第一节 吉林省人参行业分析

#### 一、吉林省人参市场状况

#### 二、吉林省人参产业存在的问题

#### 三、吉林省人参产业发展的建议

### 第二节 通化市人参行业分析

#### 一、通化人参产业发展路径

#### 二、通化中国人参产业基地

#### 三、通化人参产业"四化"

### 第三节 靖宇县人参行业分析

#### 一、靖宇县建立标准化栽培基地

#### 二、推进人参产业快速发展靖宇瞄准精深加工

### 第四节 抚松县人参产业分析

#### 一、抚松县人参产业SWOT分析

#### 二、抚松县人参产业发展战略及建议

#### 三、抚松推行人参质量认证制度

## 第九章 中国人参需求与消费者偏好调查

### 第一节 人参产品目标客户群体调查

#### 一、不同收入水平消费者偏好调查

#### 二、不同年龄的消费者偏好调查

#### 三、不同性别的消费者偏好调查

#### 四、不同地区的消费者偏好调查

### 第二节 人参产品的品牌市场调查

#### 一、消费者对人参品牌认知度宏观调查

#### 二、消费者对人参产品的品牌偏好调查

#### 三、消费者对人参品牌的首要认知渠道

#### 四、消费者经常购买的品牌调查

#### 五、人参品牌忠诚度调查

## 六、人参品牌市场占有率调查

## 七、消费者的消费理念调研

### 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

#### 一、价格敏感程度

#### 二、购买方便的影响

### 四、人参产品购买综合影响分析

## 第三部分 行业竞争格局

## 第十章 人参行业竞争格局分析

### 第一节 行业竞争结构分析

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第二节 行业集中度分析

#### 一、市场集中度分析

#### 二、企业集中度分析

#### 三、区域集中度分析

### 第三节 行业国际竞争力比较

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

### 第四节 人参行业主要企业竞争力分析

### 第五节 人参行业竞争发展趋势

#### 一、人参行业竞争分析

#### 二、国内外人参竞争分析

#### 三、2021-2026年我国人参市场竞争趋势

#### 四、2021-2026年我国人参市场集中度变化趋势

#### 五、2021-2026年国内主要人参企业动向

## 第十一章 人参企业竞争策略分析

### 第一节 人参市场竞争策略分析

#### 一、2020年人参市场增长潜力分析

#### 二、2020年人参主要潜力品种分析



1、化妆品

2、人参饮品

三、现有人参产品竞争策略分析

四、潜力人参品种竞争策略选择

1、广告宣传

2、公关活动

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 人参企业竞争策略分析

一、韩国人参产业的SWOT分析

二、韩国人参产业国际化竞争战略

1、人参产品的差别化

2、人参市场的多元化

3、人参信息的国际竞争战略

三、2021-2026年国际人参市场竞争趋势

四、2021-2026年人参行业竞争策略分析

第十二章 主要人参企业竞争分析

第一节 康美新开河(吉林)药业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第二节 吉林省集安益盛药业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第三节 正官庄六年根商业(上海)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第四节 珲春华瑞参业生物工程有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

#### 四、发展战略

##### 第五节 中国北京同仁堂(集团)有限责任公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、经营状况

###### 四、发展战略

#### 第四部分 投资发展建议

##### 第十三章 2021-2026年人参行业投资前景分析

###### 第一节 2021-2026年人参市场前景预测分析

###### 一、人参供应预测分析

###### 二、人参销售预测分析

###### 三、人参市场前景预测分析

###### 第二节 2021-2026年人参行业投资风险分析

###### 一、政策风险

###### 二、竞争风险

###### 三、市场风险

###### 四、原材料风险

###### 五、环保风险

###### 第三节 2021-2026年人参企业投资策略及建议

###### 一、产加销一体化

###### 二、优化产业结构

###### 1、实施市场准入制度，加快人参加工业标准化进程

###### 2、培育龙头企业，组建参业集团

###### 3、重视培育中小型企业

###### 三、加快科研技术创新

###### 1、整合人参科研力量，建立人参科研机构

###### 2、确立企业技术创新的主体地位

###### 四、建立统一营销平台

###### 1、实施品牌战略

###### 2、实施区别式宣传策略

###### 3、实施创新混合式营销策略

###### 4、实施市场多元化策略

###### 5、实施人参出口专营策略

###### 五、政府加强支持与管理

###### 1、制定发展计划

## 2、完善产业政策体系

## 3、建立完善的人参加工业协会

# 第十四章 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

### 第二节 人参企业战略规划策略分析

#### 一、技术开发战略

#### 二、产业战略规划

#### 三、业务组合战略

#### 四、竞争战略规划

### 第三节 人参企业重点客户战略实施

#### 一、实施重点客户战略的必要性

#### 二、合理确立重点客户

#### 三、实施重点客户战略要重点解决的问题

#### 四、重点客户管理功能

### 第四节 人参企业品牌战略

#### 一、人参品牌基础力存在的问题

##### 1、缺乏严格的质量监控机制

##### 2、小企业技术创新能力差

#### 二、人参品牌市场力的问题

##### 1、销售网尚未形成

##### 2、高端市场占有率较低

##### 3、人参品牌管理能力的问题

#### 二、提升长白山人参品牌竞争力的建议

##### 1、加强品牌的基础能力

##### 2、加强品牌的市场竞争能力

##### 3、加强品牌的经营管理能力

# 第十五章 中国人参产业研究总结

## 第一节 供需情况总结(AK HT)

### 一、行业需求

### 二、行业弊病

### 三、行业供给

## 第二节 壁垒及利好

### 一、进入壁垒

### 二、利好因素

## 第三节 中国人参产业发展趋势分析

## 一、中国人参市场趋势

### 1、人参资源的重新利用

### 2、人参加工的发展趋势

## 二、人参发展展望

## 第四节 人参企业营销策略

### 一、产品差异化

#### 1、人参差异化营销策略

#### 2、人参产品整合营销战略

### 二、定价策略

### 三、多元营销渠道

### 四、整合资源

图表目录：

图表：人参产业链结构

图表：2016-2020年国际人参市场价格分析

图表：2016-2020年全球人参交易规模分析

图表：世界人参主要分布地

图表：2016-2020年日本人参进口规模分析

图表：2016-2020年香港人参进口规模分析

图表：2021-2026年国际人参市场交易规模预计

图表：2016-2020年我国水参批发价格及增长率

图表：2016-2020年中国人参产量分析

图表：2016-2020年中国人参市场规模分析

图表：2016-2020年中国人参市场使用量分析

图表：2016-2020年中国人参进口量分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/zhongyao/666189.html>