

# 2017-2022年中国人参行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国人参行业发展现状分析及市场供需预测报告》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/detail/286871.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

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。

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、全球人参产业和市场分析	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、2015-2021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、2017-2022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、2017-2022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、2017-2022年影响人参行业运行的有利因素分析 211



二、2017-2022年影响人参行业运行的稳定因素分析 211

三、2017-2022年影响人参行业运行的不利因素分析 212

四、2017-2022年我国人参行业发展面临的挑战分析 213

五、2017-2022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、2017-2022年人参行业市场风险及控制策略 214

二、2017-2022年人参行业政策风险及控制策略 214

三、2017-2022年人参行业经营风险及控制策略 214

四、2017-2022年人参行业技术风险及控制策略 215

五、2017-2022年人参同业竞争风险及控制策略 215

六、2017-2022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 2017-2022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、2017-2022年我国人参发展趋势分析 274

第二节 2017-2022年人参发展趋势分析 274

第三节 2017-2022年中国人参行业供需预测 274

一、2017-2022年中国人参供给预测 274

二、2017-2022年中国人参需求预测 275

三、2017-2022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
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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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：<https://www.huaon.com/detail/286871.html>