

2015-2020年中国人参饮料 行业监测及投资机遇研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国人参饮料行业监测及投资机遇研究报告》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.cction.com/report/201506/123307.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

人参饮料就是以人参或者人参提取物为主要成分制成的饮料或者保健食品，改变了人参的食用方式，突破了传统人参及其制品不便于食用、吸收率低等困局，同时保持人参原有的功效，具有大补元气、益智安神、缓解疲劳、生津止渴、延缓衰老、防癌抗癌等突出功效，并且不含咖啡因、牛磺酸的兴奋剂成分，安全性高，长期服用对身体无不良影响。我国人参饮料市场发展迅速，产品产出持续扩张，国家产业政策鼓励人参饮料产业向高技术产品方向发展，国内企业新增投资项目投资逐渐增多。投资者对人参饮料市场的关注越来越密切，这使得人参饮料市场越来越受到各方的关注。一直以来人参的功能和价值都被大多数人所接受，但是服用上的麻烦成为制约人参产品广泛应用的主要障碍。人参饮料克服了消费者对人参食用方法上的困难。

人参饮料是最近几年才兴起的产业，目前的技术水平等因素限制了人参饮料的生产与销售。由于人参饮料的原材料之——人参产地主要集中在东北三省，东北三省的人参产量占全国人参产量的80%，因此目前人参饮料产业的研发与生产主要集中在东北三省地区。随着资金投入的加大与技术的发展，我国人参饮料的年销售量基本能够实现24万吨，实现12亿元的销售值，实现60万吨的年产能，30亿元的工业生产总产值。人参饮料是最近几年才兴起的产业，目前的技术水平等因素限制了人参饮料的生产与销售。由于人参饮料的原材料之——人参产地主要集中在东北三省，东北三省的人参产量占全国人参产量的80%，因此目前人参饮料产业的研发与生产主要集中在东北三省地区。但随着经济与科技的发展，我国人参饮料产业的消费区域结构将基本呈现软饮料的消费地域分布结构。

2014年是人参饮料行业发展过程中非常关键的一年，首先，从外部宏观环境来讲，影响行业发展的新政策、新法规都将陆续出台。转变经济增长方式，严格的节能减排对人参饮料行业的发展都产生了深刻的影响，另外还有来自通货膨胀、人民币升值、人力资源成本上升等等因素的影响；从企业内部来讲，产业链各环节竞争、技术工艺升级、出口市场逐步萎缩、产品销售市场日益复杂等问题，都是企业决策者所必须面对和亟待解决的。本报告侧重行业宏观发展研究分析，从行业现状、产品市场、技术水平、产业链运行、产业政策、企业竞争、产品进出口、行业投资等角度对人参饮料行业的发展进行细致研究。我们通过定性分析和统计数据来揭示人参饮料行业当前发展的规律、特点、存在问题，在此基础上提出相应的建议。

本行业报告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、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中企顾问网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的

大量资料，对国际、国内人参饮料行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国人参饮料行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国人参饮料行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是人参饮料行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值

报告目录

第一部分 人参饮料行业发展现状

第一章 人参饮料产品概述 1

第一节 产品定义 1

一、人参 1

二、人参饮料 22

第二节 产品用途 24

第三节 人参饮料市场特点分析 26

一、产品特征 26

二、价格特征 27

三、渠道特征 27

四、购买特征 28

第四节 行业发展周期特征分析 32

第二章 人参饮料行业环境分析 33

第一节 中国经济发展环境分析 33

一、中国GDP分析 33

二、固定资产投资 35

三、工农业生产形势较好 38

四、城镇人员从业及居民收入状况 40

五、恩格尔系数分析 42

六、2013-2017年中国宏观经济发展预测 43

七、宏观经济对行业的影响 45

第二节 中国人参饮料行业政策环境分析 48

一、宏观调控政策分析 48

二、产业相关政策分析 54

三、饮料行业“十二五”发展规划建议 56

四、相关产业政策影响分析 59

第三节 中国人参饮料行业市场环境分析	59
一、社会环境分析	59
二、经济环境分析	73
三、政策环境分析	76
第四节 中国人参饮料行业环境分析	78
一、我国饮料市场发展前景	78
二、中国人参饮料技术发展概况	83
三、中国人参饮料产品工艺特点或流程	84
四、中国人参饮料行业技术发展趋势	87
第二部分 人参饮料行业深度分析	
第三章 中国人参饮料市场分析	88
第一节 功能饮料市场分析	88
第二节 人参饮料市场现状分析及预测	93
一、2012-2013年中国人参饮料市场规模分析	93
二、2015-2020年中国人参饮料市场规模预测	94
第三节 人参饮料产品产能分析及预测	94
一、2012-2013年中国人参饮料产能分析	94
二、2015-2020年中国人参饮料产能预测	94
第四节 人参饮料市场需求分析及预测	95
一、2012-2013年中国人参饮料市场需求分析	95
二、2015-2020年中国人参饮料市场需求预测	95
第四章 中国人参饮料行业价格现状及预测	96
第一节 中国人参饮料行业价格现状	96
第二节 中国人参饮料行业价格主要影响因素分析	97
第三节 中国人参饮料行业未来价格走势预测	99
第五章 人参饮料产业渠道分析	101
第一节 国内人参饮料产品的需求地域分布结构趋势	101
第二节 2011-2012年中国人参饮料产品重点区域市场消费趋势分析	102
一、华北地区	102
二、东北地区	103
三、华东地区	104
四、华中地区	105

五、华南地区	106
六、西南地区	107
七、西北地区	108
第三节 2012年国内人参饮料产品的经销模式	108
第四节 渠道格局	109
第五节 渠道形式	110
第六节 人参饮料行业国际化营销模式分析	112
第七节 2012年国内人参饮料产品生产及销售投资运作模式分析	115
一、国内生产企业投资运作模式	115
二、国内营销企业投资运作模式	120
三、外销与内销对比分析	122
第三部分 人参饮料行业竞争格局分析	
第六章 人参饮料特色厂商发展分析	124
第一节 吉林紫鑫药业股份有限公司	124
一、企业概况	124
二、企业主要经济指标分析	126
三、企业成长性分析	128
四、企业经营能力分析	128
五、企业盈利能力及偿债能力分析	128
六、企业核心竞争力及发展趋势分析	129
第二节 桂林莱茵生物科技股份有限公司	131
一、企业概况	131
二、企业主要经济指标分析	134
三、企业成长性分析	136
四、企业经营能力分析	136
五、企业盈利能力及偿债能力分析	136
六、企业核心竞争力及发展趋势分析	137
第三节 辽源市夏兴健康产业高效生物有限公司	141
一、企业概况	141
二、人参功能液态食品项目简介	142
第四节 深圳市深宝实业股份有限公司	145
一、企业概况	145

二、企业主要经济指标分析	147
三、企业经营能力分析	148
四、企业成长性分析	148
五、企业盈利能力及偿债能力分析	149
六、企业核心竞争力及发展趋势分析	149
第五节 通化一洋保健品有限公司	151
一、企业概况	151
二、人参饮料项目相关情况分析	152
第六节 海南椰岛股份有限公司	153
一、企业概况	153
二、企业主要经济指标分析	155
三、企业成长性分析	156
四、企业经营能力分析	156
五、企业盈利能力及偿债能力分析	156
六、企业核心竞争力及发展趋势分析	157
第七节 吉林修正药业保健品有限公司	159
一、企业概况	159
二、人参饮料项目相关情况	162
第八节 国投中鲁果汁股份有限公司	163
一、企业概况	163
二、企业主要经济指标分析	165
三、企业成长性分析	166
四、企业经营能力分析	167
五、企业盈利能力及偿债能力分析	167
六、企业核心竞争力及发展趋势分析	167
第九节 中国人参控股有限公司	170
一、企业概况	170
二、人参饮料项目相关情况	172
第十节 吉林敖东药业集团股份有限公司	173
一、企业概况	173
二、企业主要经济指标分析	175
三、企业成长性分析	176

四、企业经营能力分析	177
五、企业盈利能力及偿债能力分析	177
六、企业核心竞争力及发展趋势分析	177
第七章 人参饮料行业相关产业分析	181
第一节 人参饮料行业产业链概述	181
一、如何提升人参产业国际竞争力	181
二、人参饮料产业链	183
第二节 人参饮料上游行业发展状况分析	185
一、上游原材料生产情况分析	185
二、上游原材料需求情况分析	187
第三节 人参饮料下游行业发展情况分析	189
一、零售业发展现状与需求	189
1、零售业概况	189
2、零售业市场现状	193
3、零售业发展趋势	195
二、批发行业发展现状与需求	196
1.批发行业概况	196
2.批发行业市场现状	199
3.批发业发展趋势	202
三、植物功能性饮料代表消费者的需求方向	204
第四节 未来几年内中国人参饮料行业竞争格局发展趋势分析	211
一、目前饮料市场竞争状况	211
二、未来几年内中国人参饮料行业竞争格局发展趋势	214
第四部分 人参饮料行业投资前景展望	
第八章 2015-2020年人参饮料行业前景展望与趋势预测	216
第一节 人参饮料行业投资价值分析	216
一、国内人参饮料行业盈利能力分析	216
二、国内人参饮料行业投资利润率分析	216
第二节 2015-2020年国内人参饮料行业投资机会分析	216
一、人参饮料行业发展因素分析	216
二、国内强劲的经济增长对人参饮料行业的支撑因素分析	218
三、下游行业的需求对人参饮料行业的推动因素分析	218

第三节 2015-2020年国内人参饮料行业投资热点及未来投资方向分析	219
一、产品发展趋势	219
二、价格变化趋势	220
三、用户需求结构趋势	221
第九章 2015-2020年人参饮料行业投资战略研究	223
第一节 2015-2020年中国人参饮料行业发展的关键要素	223
一、生产要素	223
二、需求条件	224
三、支援与相关产业	225
四、企业战略、结构与竞争状态	228
五、政府的作用	252
第二节 2013-2017年中国人参饮料投资机会分析	253
一、人参饮料行业投资前景	253
二、人参饮料行业投资热点	255
三、人参饮料行业投资区域	255
四、人参饮料行业投资吸引力分析	256
第三节 2015-2020年中国人参饮料投资风险分析	257
一、政策和体制风险	257
二、市场风险分析	258
三、技术风险分析	260
四、原材料风险分析	261
五、政策、体制风险分析	261
六、进入/退出风险分析	262
七、经营管理风险分析	264
第四节 对人参饮料项目的投资建议	269
一、目标群体建议（应用领域）	269
二、产品分类与定位建议	271
三、价格定位建议	273
四、技术应用建议	274
五、投资区域建议	279
六、销售渠道建议	279
七、资本并购重组运作模式建议	284

八、企业经营管理建议 286

九、重点客户建设建议 287

图表目录

图表：人参饮料发展周期 32

图表：2009-2013年国内生产总值及其增长速度 33

图表：2011-2013年各季度我国GDP环比增长表 34

图表：2009-2013年我国国内生产总值与全部就业人员比率（2010年不变价格） 34

图表：2013年我国国内生产总值情况表 35

图表：2013年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比） 35

图表：2013年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 37

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力 37

图表：2013年我国规模以上工业增加值同比增长速度 39

图表：2013年我国发电量日均产量及同比增速 40

图表：2009-2013年城镇新增就业人数 41

图表：2009-2013年城镇恩格尔系数对比 42

图表：2011-2014年世界经济增速（%） 44

图表：2013年末人口数及其构成 64

图表：2009-2013年城镇新增就业人数 65

图表：2009-2013年国内生产总值与全部就业人员比率 65

图表：2009-2013年农村居民人均纯收入 66

图表：2009-2013年城镇居民人均可支配收入 67

图表：2009-2013年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 68

图表：2009-2013年研究与试验发展（R&D）经费支出 69

图表：2009-2013年卫生技术人员人数 70

图表：2011-2014年世界经济增长趋势 74

图表：2011-2014年世界贸易增长趋势 75

图表：人参果汁饮料的工业流程 85

图表：学生人群对功能饮料的需求 91

图表：白领阶层对功能饮料的需求 91

图表：家庭主妇对功能饮料的需求 92

图表：爱好运动人士对功能饮料的需求 92

图表：时尚人士对功能饮料的需求 93

图表：2011-2013年人参饮料年销售量分析	93
图表：2015-2020年人参饮料销售量预测	94
图表：2011-2013年人参饮料产能分析	94
图表：2011-2013年人参饮料产值分析	94
图表：2015-2020年人参饮料产能预测	94
图表：2015-2020年人参饮料产值预测	94
图表：2011-2013年人参饮料销售值分析	95
图表：2015-2020年人参饮料销售值预测	95
图表：人参饮料消费地区结构预测	101
图表：人参饮料华北地区消费结构预测	102
图表：人参饮料东部地区消费结构预测	103
图表：人参饮料华东地区消费结构预测	104
图表：人参饮料华中地区消费结构预测	105
图表：人参饮料华南地区消费结构预测	106
图表：人参饮料西北地区消费结构预测	108
图表：国内人参饮料产品的经销模式	109
图表：直销式模式：	110
图表：网络式模式	110
图表：平台式模式	111
图表：农贸批发市场向周边自然辐射的模式	112
图表：2012-2013年吉林紫鑫药业股份有限公司资产负债表	126
图表：2012-2013年吉林紫鑫药业股份有限公司利润表	127
图表：2012-2013年吉林紫鑫药业股份有限公司现金流量表	127
图表：2012-2013年吉林紫鑫药业股份有限公司成长能力指标	128
图表：2012-2013年吉林紫鑫药业股份有限公司盈利能力指标	128
图表：2012-2013年吉林紫鑫药业股份有限公司盈利能力指标	128
图表：2012-2013年吉林紫鑫药业股份有限公司盈利能力指标	128
图表：2012-2013年吉林紫鑫药业股份有限公司盈利能力指标	128
图表：2012-2013年吉林紫鑫药业股份有限公司偿债能力指标	129
图表：桂林莱茵生物科技股份有限公司资产负债表	134
图表：桂林莱茵生物科技股份有限公司利润表	135
图表：桂林莱茵生物科技股份有限公司现金流量表	135
图表：桂林莱茵生物科技股份有限公司成长能力指标	136

图表：桂林莱茵生物科技股份有限公司运营能力指标	136
图表：桂林莱茵生物科技股份有限公司资产负债表盈利能力指标	136
图表：桂林莱茵生物科技股份有限公司盈利质量指标	137
图表：桂林莱茵生物科技股份有限公司偿债能力指标	137
图表：深圳市深宝实业股份有限公司资产负债表	147
图表：深圳市深宝实业股份有限公司现金流量表	147
图表：深圳市深宝实业股份有限公司利润表	148
图表：深圳市深宝实业股份有限公司运营能力指标	148
图表：深圳市深宝实业股份有限公司成长能力指标	148
图表：深圳市深宝实业股份有限公司盈利能力指标	149
图表：深圳市深宝实业股份有限公司盈利质量指标	149
图表：深圳市深宝实业股份有限公司偿债能力指标	149
图表：海南椰岛股份有限公司资产负债表	155
图表：海南椰岛股份有限公司现金流量表	155
图表：海南椰岛股份有限公司利润表	156
图表：海南椰岛股份有限公司成长能力指标	156
图表：海南椰岛股份有限公司运营能力指标	156
图表：海南椰岛股份有限公司盈利质量指标	156
图表：海南椰岛股份有限公司盈利能力指标	157
图表：海南椰岛股份有限公司偿债能力指标	157
图表：国投中鲁果汁股份有限公司资产负债表	165
图表：国投中鲁果汁股份有限公司利润表	165
图表：国投中鲁果汁股份有限公司现金流量表	166
图表：国投中鲁果汁股份有限公司成长能力指标	166
图表：国投中鲁果汁股份有限公司运营能力指标	167
图表：国投中鲁果汁股份有限公司盈利能力指标	167
图表：国投中鲁果汁股份有限公司盈利质量指标	167
图表：国投中鲁果汁股份有限公司偿债能力指标	167
图表：吉林敖东药业集团股份有限公司资产负债表	175
图表：吉林敖东药业集团股份有限公司利润表	175
图表：吉林敖东药业集团股份有限公司现金流量表	176
图表：吉林敖东药业集团股份有限公司成长能力指标	176

图表：吉林敖东药业集团股份有限公司运营能力指标	177
图表：吉林敖东药业集团股份有限公司盈利能力指标	177
图表：吉林敖东药业集团股份有限公司盈利质量指标	177
图表：吉林敖东药业集团股份有限公司偿债能力指标	177
图表：人参饮料行业的产业链结构图	184
图表：2009-2013年糖产量	185
图表：2009-2013年人参种植面积	186
图表：2009-2013年人参产量	187
图表：2009-2013年人参需求量	187
图表：2009-2013年调味品、发酵制品需求量	188
图表：2009-2013年糖需求情况	189
图表：2013年1-12月份社会消费品零售总额主要数据	194
图表：国内人参饮料行业盈利能力预测	216
图表：国内揉奶师饮料行业投资利润率分析	216
图表：区域发展战略咨询流程图	239
图表：区域SWOT战略分析图	241

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201506/123307.html>