

# 2022-2028年中国人参市场 深度分析与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国人参市场深度分析与行业竞争对手分析报告》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/202205/291607.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

人参的肉质根为强壮滋补药，适用于调整血压、恢复心脏功能、神经衰弱及身体虚弱等症，也有祛痰、健胃、利尿、兴奋等功效。人参的茎、叶、花，果以及加工副产品都是轻工业的原料，可加工出诸如含有人参成分的烟、酒、茶、晶、膏等商品。人参栽培是农民多种经营的重要项目，能给国家提供大量的税金和利润。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国人参市场深度分析与行业竞争对手分析报告》共十五章。首先介绍了人参行业市场发展环境、人参整体运行态势等，接着分析了人参行业市场运行的现状，然后介绍了人参市场竞争格局。随后，报告对人参做了重点企业经营状况分析，最后分析了人参行业发展趋势与投资预测。您若想对人参产业有个系统的了解或者想投资人参行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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、人参国际发展趋势

### 第二节人参行业国内市场分析

- 一、人参国内市场发展历程
  - 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

## 第五节人参所属行业进出口市场分析

### 一、进口

### 二、出口

## 第六节人参所属行业营收、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、2022-2028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、2022-2028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、2022-2028年我国人参市场竞争趋势

###### 四、2022-2028年我国人参市场集中度变化趋势

###### 五、2022-2028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、2022-2028年国际人参市场竞争趋势

### 四、2022-2028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

##### 第六节吉林紫鑫药业股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、经营状况

###### 四、发展战略

##### 第七节吉林敖东药业集团股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、经营状况

###### 四、发展战略

##### 第八节龙宝参茸股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、经营状况

###### 四、发展战略

#### 第四部分投资发展建议

##### 第十三章2022-2028年人参行业投资前景分析

###### 第一节2022-2028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2022-2028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2022-2028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

##### 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

### 部分图表目录：

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：2022-2028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&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/291607.html>