

2018年中国人参原料市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国人参原料市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/huaxueyaopin/320341320341.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

我国人参产量产区占比 资料来源：公开资料整理

我国人参产业发展特点：

(1) 我国是人参产量大国，但是人参产值小国 我国虽头顶世界人参产量第一大国桂冠，但以占全球70%的产量，产值却不足全球4%，长期在世界竞争中以“大比分”落败。多年以来，韩国人从中国买走人参原料，加工后以成本价格的十几倍甚至几十倍销售到欧美、东南亚，甚至返销中国。“多年来韩国大力开拓高丽参国际市场，其品牌附加值高，已稳稳占据高端市场。”与韩国相比，我国人参产值小的原因是产业格局发育不良，从种植、收获、加工到销售，至今没有行业标准，没有行业协会，参农组织化程度很低，尚未形成自己的品牌。

(2) 我国仍以伐林栽参为主，受政策影响人参种植面积将减少，产量会下降 我国人参仍然采用伐林栽参，参后还林的栽培方式。每年因种植人参要毁林2500公顷，对森林资源和生态环境构成了严重威胁。随着吉林省出台人参行业发展规划和严格限制伐林种参的面积，预计未来几年中，园参的留存面积将保持每年8%-10%的速度递减。

(3) 我国人参加工主要以初加工为主，精深加工较少 人参产业发展的核心环节是深加工，而零散的小作坊式加工正成为制约全国人参产业振兴发展的突出问题。我国绝大多数人参企业为初级加工企业，规模普遍较小，缺少大规模龙头企业。

(4) 人参产品研发能力不断强，但科技成果转化率低 目前我国在人参加工转化技术创新、规范化生产示范、品种培育、老参地利用改造、相关标准制订等许多应用技术研究、多学科组合研究均取得了较大突破。近几年先后开发出以人参为基源的新药8个；以人参为原料开发出人参千金片、参茸雪蛤软胶囊等20余个功能产品；开发出了蜜制人参、饮品、化妆品、提取物等4个系列50余个产品。人参综合开发能力不断增强，实现了人参根、茎、叶、花、果全株的综合利用。虽然我国在人参科研取得了较大的成就，但是受到政策、资金、技术、人才等条件的限制，我国人参科研成果的转化率较低，使得众多的研发成果无法转化为生产力带动人参产业的发展。

(5) 我国人参产品流通效率较低，费用较高 在我国一般原料人参有法定批发市场等制度化的市场，所以形成了通过产地收集商、中介人等进行包田买卖或在私设市场及法定批发市场上自觉交易的流通结构。目前国内的流通内容或价格形成都在极其不透明的状态

下进行，在包装、标准化、计量单位等方面还没有脱离前近代的流通惯例，因此导致了物流和流通的非效率性和费用的增大

(6) 未来我国对人参的市场需求将不断增加，人参产业将进入快速发展。人参从医药用向保健品、化妆品、食品方面发展，人参的国内消费量增长很快。随着中国人民生活水平的提高，自我保健意识增强以及中国人参加工业快速发展，国内人参产品需求量还会继续增长。

我国高速增长的经济为人参原料行业提供了广阔的市场空间，随着人民生活水平的不断提高，行业需求量激增，行业利润水平不断提高。但同时，随着行业内企业数量的增加，业内竞争逐渐加剧，行业内优秀的企业越来越重视市场的研究，特别是企业发展环境和需求趋势变化的研究。

观研天下发布的《2018年中国人参原料市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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人参原料交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国人参原料行业发展概述

第一节 人参原料行业发展情况概述

一、人参原料行业相关定义

二、人参原料行业基本情况介绍

三、人参原料行业发展特点分析

第二节 中国人参原料行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、人参原料行业产业链条分析

三、中国人参原料行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国人参原料行业生命周期分析

一、人参原料行业生命周期理论概述

二、人参原料行业所属的生命周期分析

第四节 人参原料行业经济指标分析

一、人参原料行业的赢利性分析

二、人参原料行业的经济周期分析

三、人参原料行业附加值的提升空间分析

第五节 中国人参原料行业进入壁垒分析

一、人参原料行业资金壁垒分析

二、人参原料行业技术壁垒分析

三、人参原料行业人才壁垒分析

四、人参原料行业品牌壁垒分析

五、人参原料行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球人参原料行业市场发展现状分析

第一节 全球人参原料行业发展历程回顾

第二节 全球人参原料行业市场区域分布情况

第三节 亚洲人参原料行业地区市场分析

一、亚洲人参原料行业市场现状分析

二、亚洲人参原料行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲人参原料行业市场前景分析

第四节 北美人参原料行业地区市场分析

一、北美人参原料行业市场现状分析

二、北美人参原料行业市场规模与市场需求分析

三、北美人参原料行业市场前景分析

第五节 欧盟人参原料行业地区市场分析

- 一、欧盟人参原料行业市场现状分析
- 二、欧盟人参原料行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟人参原料行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界人参原料行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球人参原料行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国人参原料产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国人参原料行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国人参原料产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国人参原料行业运行情况

第一节 中国人参原料行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国人参原料行业市场规模分析

第三节 中国人参原料行业供应情况分析

第四节 中国人参原料行业需求情况分析

第五节 中国人参原料行业供需平衡分析

第六节 中国人参原料行业发展趋势分析

第五章 中国人参原料所属行业运行数据监测

第一节 中国人参原料所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国人参原料所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国人参原料所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国人参原料市场格局分析

第一节 中国人参原料行业竞争现状分析

一、中国人参原料行业竞争情况分析

二、中国人参原料行业主要品牌分析

第二节 中国人参原料行业集中度分析

一、中国人参原料行业市场集中度分析

二、中国人参原料行业企业集中度分析

第三节 中国人参原料行业存在的问题

第四节 中国人参原料行业解决问题的策略分析

第五节 中国人参原料行业竞争力分析

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

第七章 2015-2017年中国人参原料行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国人参原料行业消费特点

第二节 中国人参原料行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 人参原料行业成本分析

第四节 人参原料行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国人参原料行业价格现状分析

第六节 中国人参原料行业平均价格走势预测

一、中国人参原料行业价格影响因素

二、中国人参原料行业平均价格走势预测

三、中国人参原料行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国人参原料行业区域市场现状分析

第一节 中国人参原料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区人参原料市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区人参原料市场规模分析

四、华东地区人参原料市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区人参原料市场规模分析

四、华中地区人参原料市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区人参原料市场规模分析
- 四、华南地区人参原料市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区人参原料市场规模分析
- 四、华北地区人参原料市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区人参原料市场规模分析
- 四、东北地区人参原料市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、西部地区人参原料市场规模分析
- 四、西部地区人参原料市场规模预测

第九章 2015-2017年中国人参原料行业竞争情况

第一节 中国人参原料行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国人参原料行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国人参原料行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 人参原料行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国人参原料行业发展前景分析与预测

第一节 中国人参原料行业未来发展前景分析

一、人参原料行业国内投资环境分析

二、中国人参原料行业市场机会分析

三、中国人参原料行业投资增速预测

第二节 中国人参原料行业未来发展趋势预测

第三节 中国人参原料行业市场发展预测

一、中国人参原料行业市场规模预测

二、中国人参原料行业市场规模增速预测

三、中国人参原料行业产值规模预测

四、中国人参原料行业产值增速预测

五、中国人参原料行业供需情况预测

第四节 中国人参原料行业盈利走势预测

一、中国人参原料行业毛利润同比增速预测

二、中国人参原料行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国人参原料行业投资风险与营销分析

第一节 人参原料行业投资风险分析

一、人参原料行业政策风险分析

二、人参原料行业技术风险分析

三、人参原料行业竞争风险分析

四、人参原料行业其他风险分析

第二节 人参原料行业企业经营发展分析及建议

一、人参原料行业经营模式

二、人参原料行业销售模式

三、人参原料行业创新方向

第三节 人参原料行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国人参原料行业发展策略及投资建议

第一节 中国人参原料行业品牌战略分析

一、人参原料企业品牌的重要性

二、人参原料企业实施品牌战略的意义

三、人参原料企业品牌的现状分析

四、人参原料企业的品牌战略

五、人参原料品牌战略管理的策略

第二节 中国人参原料行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国人参原料行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国人参原料行业发展策略及投资建议

第一节 中国人参原料行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国人参原料行业定价策略分析

第二节 中国人参原料行业营销渠道策略

一、人参原料行业渠道选择策略

二、人参原料行业营销策略

第三节 中国人参原料行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国人参原料行业重点投资区域分析

二、中国人参原料行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huaxueyaopin/320341320341.html>