

# 2009-2012年人参行业竞争格局与投资战略研究咨 询报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年人参行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/6545765457.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

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

目前，世界上栽培人参的国家主要有我国，朝鲜、日本和前苏联，以我国的人参产量最多。除东北三省外，河北，四川等二十多个省，区均有人参引种。辽宁省栽培人参的有宽甸、桓仁、新宾、清源等县。黑龙江省有林口，东宁，佳木斯、伊春等市、县。吉林省是我国人参主要产区，有抚松、靖宇、集安等十几个市县，尤以抚松县、靖宇县、集安市为多。集安市生产的边条参、新开河参国内外驰名。近年来，改革了人参遮荫方式，推广了单透光棚等栽培技术，提高了产量，降低了生产成本，筛选出了高效无毒防治人参黑斑病的多抗霉素，在人参上首次发现了黄矮型、丛矮型等病毒；改进了人参加工工艺，创造了冻干技术、罐藏技术和“活性参”、“罐藏人参”，使人参的综合利用和人参的药理、药化、组织培养等方面的研究工作进展很快。但是，目前我国人参生产也存在一定问题，主要表现为单产低，支头小，加工质量差，在国际上没有竞争能力。香港市场韩国红参售价为我国的10倍甚至40倍。韩国一等红参的规格是每600克为10支，我国一等边条红参的规格是每500克为16支。造成人参单产低而不稳、支头小的原因是多方面的，如生产管理水平低，栽培技术落后，病害严重，尤其是根病，没有有效的防治措施，老参地栽参技术等。没有抗病、高产的优良品种，种子、种栽的质量均低，无统一标准，人参生产机械化程度低等。这些问题均有待进一步研究解决。

在全球性金融危机的影响已经渗透到各行各业的严酷背景下，世界人参市场却表现出旺盛的需求：2009年1~4月，全球主要的人参出口国家和地区出口量大增，但出口价格大幅下滑。值得高兴的是，1~4月我国人参出口额在世界市场的占比发生了可喜变化，由08年的世界排名第三上升到了第二位。2009年1~4月，全球主要人参出口国家和地区，出口量都有增加，其中加拿大和美国的人参出口量同比分别增长了136%和25%，出口额同比分别增长了72%和145%。而出口价格只有美国同比上涨，其余国家都有20%左右的降幅。1~4月，我国人参出口量达1192吨，排全球第二位，但是出口价格一直较低，与韩国高丽参价格相差十多倍。我国人参出口的主要市场是日本、我国香港地区和美国，对日本和我国香港地区两个市场的出口额占我国人参总出口额的50%以上。1~4月我国人参出口日本增势明显，3月份及4月份出口额环比分别增加180%和127%。美国市场则相反，表现为量价齐跌——出口额为64.5万美元，同比下降74.1%，出口量为37.3吨，同比下降69.4%。在以意大利、德国为代表的欧洲市场，我国人参出口的表现量为增价跌。当前，全球市场对人参的需求没有大的变化，所以2009年我国人参出口量依然会有一定幅度的增长，但是出口价格短期内不会反弹，仍将以低价徘徊为主。我国人参经过近几年的发展，种植技术不断提高，对农残、重金属以及卫生指标等的控制日益严格，人参质量已经大幅提高，加之我国人参在全球市场的价格竞争优势，预计2009年我国人参出口依然会延续2008年的平稳增长态势。

本研究咨询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、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家卫生部、国家食品药品监督管理局、国家中医药管理局、中

国中药协会、中国保健协会、国内外多种相关报刊杂志基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据。报告立足于人参行业的发展环境，从人参行业的发展现状、区域市场发展、进出口贸易情况、几大细分市场的现状与发展趋势、行业主要竞争格局以及人参未来发展趋势等多方面深度剖析，全面展示人参市场现状，揭示人参的市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状

##### 第一章 人参行业发展概述

###### 第一节 人参的概念

###### 一、人参的定义

###### 二、人参的特点

###### 三、人参的应用

###### 第二节 人参行业发展成熟度

###### 一、行业发展周期分析

###### 二、行业中外市场成熟度对比

###### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

###### 第三节 人参市场特征分析

###### 一、市场规模

###### 二、产业关联度

###### 三、影响需求的关键因素

###### 四、国内和国际市场

###### 五、主要竞争因素

###### 六、生命周期

#### 第二章 我国人参行业发展分析

##### 第一节 国内人参行业发展现状

###### 一、我国人参行业消费状况

###### 二、我国人参行业生产状况

###### 三、我国人参行业面临问题

###### 四、我国人参行业产品结构

###### 五、中国人参行业技术发展

##### 第二节 中国人参市场供需状况

###### 一、2009年中国人参行业供给能力

###### 二、2009年中国人参市场供给分析

三、2009年中国人参市场需求分析

四、2009年中国人参产品价格分析

第三节 我国人参市场分析

一、2008年上半年人参市场分析

二、2008年下半年人参市场分析

三、2009年上半年人参市场分析

四、2009年人参市场的走向分析

第三章 人参产业经济运行分析

第一节 2008-2009年中国人参产业工业总产值分析

一、2008-2009年中国人参产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2008-2009年中国人参产业市场销售收入分析

一、2008-2009年中国人参产业市场总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 2008-2009年中国人参产业产品成本费用分析

一、2008-2009年中国人参产业成本费用总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2008-2009年中国人参产业利润总额分析

一、2008-2009年中国人参产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第四章 我国人参产业进出口分析

第一节 我国人参产品进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国人参产品出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国人参产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年人参进口预测

四、2009年人参出口预测

第五章 中国人参行业消费市场分析

第一节 中国人参消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2008-2009年消费者收入水平

三、2009年消费者信心指数分析

第二节 人参行业目标客户群体调查

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、不同地区的消费者偏好调查

第三节 人参市场消费需求分析

一、人参市场的消费需求变化

二、人参行业的需求情况分析

三、2009年人参品牌市场消费需求分析

第四节 人参消费市场状况分析

一、人参行业消费特点

二、人参消费者分析

三、人参消费结构分析

四、人参消费的市场变化

五、人参市场的消费方向

第二部分 行业竞争格局

第六章 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

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2008-2009年人参行业竞争格局分析

一、2008年人参行业竞争分析

二、2008年中外人参产品竞争分析

三、2008-2009年国内外人参竞争分析

四、2008-2009年我国人参市场竞争分析

五、2008-2009年我国人参市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要人参企业动向

第七章 人参企业竞争策略分析

第一节 人参市场竞争策略分析

一、2009年人参市场增长潜力分析

二、2009年人参主要潜力品种分析

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

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、金融危机对人参行业竞争格局的影响

二、金融危机后人参行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国人参市场竞争趋势

四、2009-2012年人参行业竞争格局展望

五、2009-2012年人参行业竞争策略分析

六、2009-2012年人参企业竞争策略分析

第八章 主要人参品牌竞争分析

第一节 白山市吉苑参茸有限公司

## 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

### 第二节 长白朝鲜族自治县森林经营局

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第三节 桓仁满族自治县恒宝参药有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第四节 抚松县参业有限责任公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第五节 北京同仁堂健康药业（福州）有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

## 第三部分 行业前景预测

### 第九章 人参行业发展趋势分析

#### 第一节 2009年发展环境展望

##### 一、2009年宏观经济形势展望

##### 二、2009年政策走势及其影响

##### 三、2009年国际行业走势展望

#### 第二节 2009年人参行业发展趋势分析

##### 一、2009年技术发展趋势分析

##### 二、2009年产品发展趋势分析

##### 三、2009年行业竞争格局展望

#### 第三节 2009-2012年中国人参市场趋势分析



一、2008-2009年人参市场趋势总结

二、2009-2012年人参发展趋势分析

三、2009-2012年人参市场发展空间

四、2009-2012年人参产业政策趋向

五、2009-2012年人参技术革新趋势

六、2009-2012年人参价格走势分析

## 第十章 未来人参行业发展预测

### 第一节 未来人参需求与消费预测

一、2009-2012年人参产品消费预测

二、2009-2012年人参市场规模预测

三、2009-2012年人参行业总产值预测

四、2009-2012年人参行业销售收入预测

五、2009-2012年人参行业总资产预测

### 第二节 2009-2012年中国人参行业供需预测

一、2008-2012年中国人参供给预测

二、2009-2012年中国人参产量预测

三、2009-2012年中国人参需求预测

四、2009-2012年中国人参供需平衡预测

五、2009-2012年中国人参产品价格预测

六、2009-2012年主要人参产品进出口预测

## 第四部分 投资战略研究

### 第十一章 人参行业投资现状分析

#### 第一节 2008年人参行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

#### 第二节 2009年上半年人参行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资及结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

## 六、2009年上半年外商投资情况

### 第十二章 人参行业投资环境分析

#### 第一节 经济发展环境分析

##### 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

##### 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

##### 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

#### 第二节 政策法规环境分析

##### 一、2009年人参行业政策环境

##### 二、2009年国内宏观政策对其影响

##### 三、2009年行业产业政策对其影响

#### 第三节 社会发展环境分析

##### 一、国内社会环境发展现状

##### 二、2009年社会环境发展分析

##### 三、2009-2012年社会环境对行业的影响

### 第十三章 人参行业投资机会与风险

#### 第一节 行业活力系数比较及分析

##### 一、2009年相关产业活力系数比较

##### 二、2007-2008行业活力系数分析

#### 第二节 行业投资收益率比较及分析

##### 一、2009年相关产业投资收益率比较

##### 二、2007-2008行业投资收益率分析

#### 第三节 人参行业投资效益分析

##### 一、2008-2009年人参行业投资状况分析

##### 二、2009-2012年人参行业投资效益分析

##### 三、2009-2012年人参行业投资趋势预测

##### 四、2009-2012年人参行业的投资方向

##### 五、2009-2012年人参行业投资的建议

##### 六、新进入者应注意的障碍因素分析

#### 第四节 影响人参行业发展的主要因素

##### 一、2009-2012年影响人参行业运行的有利因素分析

##### 二、2009-2012年影响人参行业运行的稳定因素分析

##### 三、2009-2012年影响人参行业运行的不利因素分析

##### 四、2009-2012年我国人参行业发展面临的挑战分析

##### 五、2009-2012年我国人参行业发展面临的机遇分析

#### 第五节 人参行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年人参行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年人参行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年人参行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年人参行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年人参同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年人参行业其他风险及控制策略

## 第十四章 人参行业投资战略研究

### 第一节 人参行业发展战略研究

- 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

### 第二节 对我国人参品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、人参实施品牌战略的意义
- 三、人参企业品牌的现状分析
- 四、我国人参企业的品牌战略
- 五、人参品牌战略管理的策略

### 第三节 人参行业投资战略研究

- 一、2009年中药材行业投资战略研究
- 二、2009年人参行业投资战略研究
- 三、2009-2012年人参行业投资形势
- 四、2009-2012年人参行业投资战略

### 图表目录

图表：人参产业链分析

图表：国际人参市场规模

图表：国际人参生命周期

图表：2008-2009年中国人参行业市场规模

图表：2008-2009年全球人参产业市场规模

图表：2008-2009年人参重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国人参行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国人参行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国人参行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国人参竞争力分析

图表：2009-2012年中国人参产能预测

图表：2009-2012年中国人参消费量预测

图表：2009-2012年中国人参市场前景预测

图表：2009-2012年中国人参市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国人参发展前景预测

图表：2008年1-12月人参进口数据

图表：2008年1季度人参进口数据

图表：2008年1月人参进口数据

图表：2008年2月人参进口数据

图表：2008年3月人参进口数据

图表：2008年2季度人参进口数据

图表：2008年4月人参进口数据

图表：2008年5月人参进口数据

图表：2008年6月人参进口数据

图表：2008年3季度人参进口数据

图表：2008年7月人参进口数据

图表：2008年8月人参进口数据

图表：2008年9月人参进口数据

图表：2008年4季度人参进口数据

图表：2008年10月人参进口数据

图表：2008年11月人参进口数据

图表：2008年12月人参进口数据

图表：2008年1-12月人参出口数据

图表：2008年1季度人参出口数据

图表：2008年1月人参出口数据

图表：2008年2月人参出口数据

图表：2008年3月人参出口数据

图表：2008年2季度人参出口数据

图表：2008年4月人参出口数据

图表：2008年5月人参出口数据

图表：2008年6月人参出口数据

图表：2008年3季度人参出口数据

图表：2008年7月人参出口数据

图表：2008年8月人参出口数据

图表：2008年9月人参出口数据

图表：2008年4季度人参出口数据

图表：2008年10月人参出口数据

图表：2008年11月人参出口数据

图表：2008年12月人参出口数据

图表：2009年1-6月人参进口数据

图表：2009年1季度人参进口数据

图表：2009年1月人参进口数据

图表：2009年2月人参进口数据

图表：2009年3月人参进口数据

图表：2009年2季度人参进口数据

图表：2009年4月人参进口数据

图表：2009年5月人参进口数据

图表：2009年6月人参进口数据

图表：2009年1-6月人参出口数据

图表：2009年1季度人参出口数据

图表：2009年1月人参出口数据

图表：2009年2月人参出口数据

图表：2009年3月人参出口数据

图表：2009年2季度人参出口数据

图表：2009年4月人参出口数据

图表：2009年5月人参出口数据

图表：2009年6月人参出口数据

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhongxiyao/6545765457.html>