

# 中国人参行业商业模式专项分析与企业投资环境 研究报告

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《中国人参行业商业模式专项分析与企业投资环境研究报告》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/baojianpin/225897225897.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

报告大纲：

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、人参国际市场发展趋势

### 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、2014年世界经济形势分析

#### 二、2015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

### 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、2015-2020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、2015-2020年行业发展形势

### 第八章 中国人参行业区域市场分析

#### 第一节 吉林省人参行业分析

##### 一、2014年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

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、2015年人参市场增长潜力分析

二、2015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、2015-2020年国际人参市场竞争趋势

#### 四、2015-2020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

## 第十三章 2015-2020年人参行业投资前景分析

### 第一节 2015-2020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 2015-2020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

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/225897225897.html>