

# 2017-2023年中国人参市场深度调查及发展趋势研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国人参市场深度调查及发展趋势研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201705/527470.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 400-700-9383、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: kefu@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

2015年我国鲜人参出口数量为14.7吨，出口金额为20.9万美元；2015年我国鲜人参进口数量为31吨，进口金额为107.9万美元。依此推算，2015年我国国内鲜人参需求为31781.04吨，需求同比增长28.6%。

2010-2015年我国鲜参进出口量

资料来源：公开资料、智研咨询整理

2010-2015年我国鲜参进出口金额

资料来源：公开资料、智研咨询整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国人参市场深度调查及发展趋势研究报告》共四章。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1章：保健品行业发展现状

1.1 我国人参行业经济运行分析

1.1.1 全国人参行业发展规模分析

(1) 全国人参市场发展概况

2010-2015年我国人参产量走势

资料来源：公开资料、智研咨询整理

(2) 全国人参行业市场规模

(3) 全国人参行业资产规模

(4) 全国人参行业销售规模

(5) 全国人参行业利润规模

1.1.2 全国人参行业市场价格分析

(1) 人参市场价格影响因素

(2) 人参市场价格走势分析

### 1.1.3 全国人参行业成本费用分析

(1) 人参销售成本统计

(2) 人参主要费用统计

### 1.1.4 全国人参行业运营效益分析

(1) 人参行业经营效益分析

(2) 人参行业偿债能力分析

(3) 人参行业盈利能力分析

(4) 人参行业运营能力分析

## 1.2 我国人参行业消费市场分析

### 1.2.1 全国人参行业消费者分析

(1) 现代人保健观念

(2) 人参消费特点分析

(3) 人参消费群体分析

### 1.2.2 全国人参行业消费者市场分析

(1) 中老年人市场发展分析

(2) 女性市场发展状况分析

(3) 男性市场发展状况分析

### 1.2.3 全国人参行业细分市场分析

(1) 保健类产品市场发展分析

(2) 快消品类产品市场发展分析

## 第2章：保健品行业竞争格局

### 2.1 我国人参行业竞争格局分析

#### 2.1.1 人参行业竞争格局概况

(1) 人参行业区域集中度分析

(2) 人参行业企业竞争概况

#### 2.1.2 人参行业结构分析

(1) 人参行业的省份分布概况

(2) 人参行业销售集中度分析

#### 2.1.3 中国人参产业竞争状况

(1) 我国人参行业产品竞争现状

(2) 我国人参企业的竞争力分析

(3) 中国人参行业并购重组分析

#### 2.1.4 人参行业竞争格局分析

(1) 国内外人参竞争分析

(2) 我国人参品牌集中度分析

(3) 国内主要人参企业动向

2.2 我国人参企业竞争策略分析

2.2.1 人参市场竞争策略分析

(1) 人参市场增长潜力分析

(2) 人参主要潜力品种分析

(3) 潜力人参品种竞争策略

(4) 典型企业产品竞争策略分析

2.2.2 人参企业竞争策略分析

(1) 我国人参市场竞争趋势

(2) 我国人参行业竞争格局展望

(3) 我国人参行业竞争策略分析

第3章：人参行业发展预测

3.1 养生人参行业发展趋势分析

3.1.1 养生人参行业发展趋势

(1) 人参大众化趋势分析

(2) 我国人参市场发展趋势

(3) 未来医疗养生人参行业发展趋向分析

(4) 中国传统人参发展趋势

3.1.2 人参产业发展趋势

(1) 人参产业发展前景分析

(2) 人参产业发展走向分析

(3) 人参产业未来发展策略

3.1.3 人参产业发展趋势分析

(1) 人参产品功能趋向

(2) 人参宣传手段趋势

(3) 人参价格走势分析

2011-2015年中国人参(统)市场价格走势

资料来源：公开资料、智研咨询整理

3.1.4 国内人参市场预测

(1) 国内人参行业销售收入预测

(2) 国内人参产品市场价格预测

(3) 国内养生人参行业集中度预测

第4章：人参行业投资战略研究(ZY GXH)

4.1 我国人参行业投资环境分析

4.1.1 人参行业投资环境

- (1) 政策环境分析
  - 1) 行业主管部门
  - 2) 行业法律法规
  - 3) 行业政策规划
- (2) 技术环境分析
- (3) 市场环境分析
- 4.1.2 我国经济形势分析
  - (1) 我国宏观经济运行情况分析
  - (2) “十三五”我国宏观经济形势分析
- 4.2 我国人参行业投资机会与风险
  - 4.2.1 人参行业投资效益分析
    - (1) 人参行业投资效益分析
    - (2) 人参行业投资前景分析
    - (3) 人参行业投资建议分析
  - 4.2.2 养生人参行业发展影响因素分析
    - (1) 人参行业运行的有利因素分析
    - (2) 人参行业运行的不利因素分析
    - (3) 我国人参行业发展面临的挑战分析
    - (4) 我国人参行业发展面临的机遇分析
  - 4.2.3 养生人参行业投资风险及控制策略分析
    - (1) 人参行业政策风险及控制策略
    - (2) 人参行业经营风险及控制策略
    - (3) 人参行业食品安全风险及控制策略
    - (4) 人参市场竞争风险及控制策略
    - (5) 人参行业技术风险及控制策略
- 4.3 我国人参行业投资战略研究
  - 4.3.1 人参行业发展战略研究
    - (1) 战略综合规划
    - (2) 技术开发战略
    - (3) 区域战略规划
    - (4) 产业战略规划
    - (5) 营销品牌战略
    - (6) 竞争战略规划
  - 4.3.2 对我国人参品牌的战略思考
    - (1) 企业品牌的重要性

- (2) 人参实施品牌战略的意义
- (3) 人参企业品牌的现状分析
- (4) 我国人参企业的品牌战略
- (5) 人参品牌战略管理的策略

#### 4.3.3 人参市场突围策略

- (1) 产品定位
- (2) 营销创新
- (3) 消费群体细分
- (4) 产品宣传 (ZY GXH)

图表目录：

图表1：2008-2016年全球园参产量变化（单位：万吨）

图表2：2008-2016年全球园参资产规模变化（单位：万元）

图表3：2008-2016年全球园参销售规模变化（单位：万元）

图表4：2008-2016年全球园参利润规模变化（单位：万元）

图表5：2014-2016年全国人参市场价格走势（单位：元/斤）

图表6：2013-2016年我国人参销售成本

图表7：2013-2016年我国人参主要费用

图表8：2013-2016年我国人参行业经营效益

图表9：2013-2016年我国人参行业偿债能力

图表10：2013-2016年我国人参行业盈利能力

图表11：2013-2016年我国人参行业运营能力

图表12：我国人参行业消费群体结构

图表13：我国中老年人人参市场消费分析

图表14：我国女性人参市场消费分析

图表15：我国男性人参市场消费分析

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201705/527470.html>