

# 2021-2027年中国人参行业市场供需规模及未来前景分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国人参行业市场供需规模及未来前景分析报告》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/202009/898310.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: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@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

人参（Panax ginseng C.A.Meyer）也称“人衔、鬼盖、玉精、神草、地精、黄精、土精、孩儿参、棒棰”等，是五加科人参属多年生宿根草本植物。喜阴凉、湿润的气候，多生长于昼夜温差小的海拔 500~1100 米山地缓坡或斜坡地的针阔混交林或杂木林中。由于根部肥大，形若纺锤，常有分叉，全貌颇似人的头、手、足和四肢，故而称为人参。

2019年吉林省参业综合产值实现526.8亿元，其中一产(农业产值)52.5亿元；二产(加工工业产值)241.6亿元；三产(服务业产值)232.7亿元。二、三产业占重持续增加，产业结构更加稳定合理，为人参产业高质量健康发展打下坚实基础。

2019年吉林省参业产值分布（亿元）

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国人参行业市场供需规模及未来前景分析报告》共十四章。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：

第一部分 行业发展概况

第一章 人参概况

第一节 人参概念

一、人参品种概述

二、植物形态与特性

三、功能与主治

四、市场常用流通规格

五、鉴别与区分

六、药典标准

第二节 人参行业经营模式分析

一、生产模式

二、采购模式

三、销售模式

### 第三节 人参市场特征分析

#### 一、人参的地位与作用

#### 二、产业关联度

#### 三、人参生命周期

### 第四节 人参产业链分析

#### 一、人参产业链结构

#### 二、人参上游产业发展现状

#### 三、人参下游产业需求分析

### 第五节 2020年中药材流通追溯体系建设

## 第二章 2016-2020年人参行业发展环境分析

### 第一节 人参行业发展经济环境分析

#### 一、中国GDP分析

#### 二、消费价格指数分析

#### 三、城乡居民收入分析

#### 四、社会消费品零售总额

#### 五、全社会固定资产投资分析

#### 六、进出口总额及增长率分析

### 第二节 人参行业发展政策环境分析

#### 一、行业政策影响分析

#### 二、相关行业标准分析

### 第三节 人参行业发展社会环境分析

### 第四节 人参行业发展技术环境分析

#### 一、我国人参技术发展现状

#### 二、国外人参技术发展状况

## 第三章 全球人参行业发展分析

### 第一节 世界人参行业市场情况

#### 一、全球人参产业经济情况

#### 二、全球人参的分布与产量

#### 三、全球人参产业和市场调研

### 第二节 韩国人参行业发展分析

#### 一、韩国对华人参出口激增

#### 二、韩国人参主要品牌——正官庄

#### 三、韩国人参抢滩东北亚资源集散地

### 第三节 其他国家地区人参行业发展状况

## 第四章 中国人参行业消费市场调研

## 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、2016-2020年消费者收入水平
- 三、2016-2020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、人参消费分析
- 二、人参保健受消费者欢迎
- 三、消费者选购人参分析
- 四、人参食品发展

## 第三节 人参市场消费需求分析

- 一、西洋参市场需求分析
- 二、中国人参保健品市场需求趋势
- 三、中药类保健品需求强劲

## 第五章 我国人参行业运行态势分析

### 第一节 2016-2020年中国人参行业发展动态分析

- 一、人参药食同源深度推进
- 二、人参行业国际化进展
- 三、中国人参高产低价亟需改变

### 第二节 2016-2020年中国人参行业现状综述

### 第三节 2016-2020年中国人参主要产区发展分析

## 第二部分 市场深度分析

## 第六章 我国人参所属行业运行分析

### 第一节 我国人参行业发展状况分析

- 一、我国人参行业发展阶段
- 二、我国人参行业发展总体概况
- 三、我国人参行业发展特点分析

### 第二节 2016-2020年人参行业发展现状

- 一、2016-2020年我国人参行业市场规模
- 二、2019年我国人参行业发展分析
- 三、2020年中国人参企业发展分析

### 第三节 区域市场调研

- 一、区域市场分布总体情况
- 二、2016-2020年重点省市市场调研

### 第四节 人参细分产品市场调研

- 一、细分产品特色

## 二、2016-2020年细分产品市场规模及增速

## 三、重点细分产品市场前景分析

### 第五节 人参产品价格分析

#### 一、2016-2020年人参价格走势

#### 二、影响人参产品价格的关键因素分析

#### 三、2021-2027年人参产品价格变化趋势

#### 四、主要人参企业价位及价格策略

## 第七章 人参流通市场现状

### 第一节 2016-2020年人参市场供求状况

#### 一、2016-2020年人参价格走势

#### 二、2016-2020年人参产量分析

2010-2020年吉林省人参产量呈波动式发展，2019年吉林省人参产量为3.08万吨，较2018年减少了0.53万吨；2020年中国吉林省人参产量约为3.3万吨。

#### 2010-2020年吉林省人参产量

资料来源：吉林省年鉴、智研咨询整理

### 三、2016-2020年人参市场供给分析

### 四、2016-2020年人参市场供需平衡

### 第二节 2020年中药材人参指数

### 第三节 2016-2020年中国人参行业市场销售分析

## 第八章 2016-2020年人参所属行业市场数据监测

### 第一节 2016-2020年人参所属行业成本数据

### 第二节 2016-2020年人参所属行业库存数据

### 第三节 2016-2020年人参所属行业需求量数据

### 第四节 2016-2020年人参所属行业收益数据

### 第五节 2016-2020年人参所属行业流通量数据

## 第九章 人参所属行业进出口分析

### 第一节 2016-2020年所属人参行业进口数据分析

### 第二节 2016-2020年所属人参行业出口数据分析

### 第三节 2021-2027年所属人参行业进口数据预测

### 第四节 2021-2027年所属人参行业出口数据预测

## 第十章 中国人参行业区域市场调研

### 第一节 吉林省人参行业调研

#### 一、2020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 通化市人参行业调研

##### 一、通化人参产业发展路径

##### 二、通化中国人参产业基地

##### 三、通化人参产业五转

#### 第三节 靖宇县人参行业调研

##### 一、靖宇县强化标准化栽培基地

##### 二、培育龙头企业精深加工

#### 第四节 抚松县人参产业分析

##### 一、抚松县人参产业SWOT分析

##### 二、万良以“中心”意识打造人参市场

##### 三、抚松县人参产业跨越发展

#### 第五节 华东地区人参行业调研

### 第三部分 竞争格局分析

## 第十一章 2016-2020年中国人参行业市场竞争格局分析

### 第一节 人参行业集中度分析

#### 一、人参市场集中度分析

#### 二、人参企业集中度分析

#### 三、人参区域集中度分析

### 第二节 人参行业主要企业竞争力分析

#### 一、中国人参企业分析

#### 二、中国制药企业入股人参市场

### 第三节 人参行业竞争格局分析

#### 一、我国人参在国际市场的现状分析

#### 二、中国人参产业国内外竞争优势对比

#### 三、中国人参产业竞争战略选择

## 第十二章 人参行业重点企业经营分析

### 第一节 吉林敖东药业集团股份有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、公司经营状况分析

#### 三、企业竞争优势分析

#### 四、企业投资前景

### 第二节 北京同仁堂股份有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、公司经营状况分析

### 三、企业竞争优势分析

### 四、企业投资前景

#### 第三节 白山市吉苑参茸有限公司

##### 一、企业基本概况

##### 二、公司经营状况分析

##### 三、企业竞争优势分析

##### 四、企业投资前景

#### 第四节 长白山皇封参业股份有限公司

##### 一、企业基本概况

##### 二、公司经营状况分析

##### 三、企业竞争优势分析

##### 四、企业投资前景

#### 第五节 龙宝参茸股份有限公司

##### 一、企业基本概况

##### 二、公司经营状况分析

##### 三、企业竞争优势分析

##### 四、企业投资前景

#### 第六节 康美药业股份有限公司

##### 一、企业基本概述

##### 二、企业竞争优势

##### 三、企业财务分析

##### 四、企业投资前景

### 第四部分 行业前景调研分析

## 第十三章 2021-2027年中国人参行业发展趋势与前景展望

### 第一节 2021-2027年中国人参行业前景调研分析

#### 一、2021-2027年人参行业趋势预测

#### 二、2021-2027年人参发展趋势分析

#### 三、2021-2027年人参市场前景分析

### 第二节 2021-2027年中国人参市场预测

#### 一、人参市场供给情况预测分析

#### 二、人参市场需求情况预测分析

#### 三、人参行业企业盈利预测分析

### 第三节 2021-2027年我国人参行业规模预测分析

### 第四节 2021-2027年中国人参行业细分市场前景预测

#### 一、2021-2027年人参胶囊市场前景分析

二、2021-2027年人参注射液市场前景分析

三、2021-2027年人参粉市场前景分析

第五节 2021-2027年人参电子商务行业趋势预测分析

第十四章 2021-2027年中国人参行业投资前景建议分析 (ZY KT)

第一节 人参行业市场策略分析

一、人参价格策略分析

二、人参市场营销策略

第二节 销售策略分析

一、人参行业产品市场定位

二、人参行业广告推广策略

三、人参行业产品促销策略

四、人参行业招商加盟策略

五、人参行业网络推广策略

第三节 提高人参企业竞争力的策略

一、较低成本战略

二、差异化战略

第四节 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

第五节 2021-2027年中国人参行业投资前景建议指引

一、投资方向建议

二、投资方式建议 (ZY KT)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202009/898310.html>