

# 2018-2024年中国人参原料 市场研究与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

# 一、报告报价

《2018-2024年中国人参原料市场研究与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/yuanliaoyao/H477509QGR.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

在人参的医疗保健价值日渐被国际社会认同并成为国际市场中重要农贸产品的背景下，中国的人参产业却逐渐陷入“高产量、低产值”的困境，令人扼腕叹息。

在国际市场上，我国人参产业在与韩国的竞争中也处于劣势地位。作为最大的两个人参生产国，中韩鲜参总产量之和约占世界的95%，而韩国也是中国人参产业在世界范围内最主要的竞争对手。中国虽有人参产业大国之名，却无人参产业强国之利，人参产量和产值存在巨大脱节。以2010年为例，全球人参产业的产值超过500亿元，我国的人参产值为50-100亿元，仅占全球产值的10%-20%。而韩国人参的产量仅有我国10-15%，但产值却是我国的近3.5倍。

2015年我国人参鲜参产量为3.18万吨，产量较2014年同期增长28.6%；2015年我国干参总产量为0.91万吨。

2010-2015年我国人参产量走势资料来源：公开资料、智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国人参原料市场研究与战略咨询报告》共十一章。首先介绍了人参原料行业市场发展环境、人参原料整体运行态势等，接着分析了人参原料行业市场运行的现状，然后介绍了人参原料市场竞争格局。随后，报告对人参原料做了重点企业经营状况分析，最后分析了人参原料行业发展趋势与投资预测。您若想对人参原料产业有个系统的了解或者想投资人参原料行业，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家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：

第一章 中国人参原料行业发展状况综述 19

第一节 中国人参原料行业简介19

一、人参原料行业的界定及分类19

二、人参原料行业的特征20

三、人参原料的主要用途21

第二节 人参原料行业相关政策23

一、国家“十三五”产业政策23

二、其他相关政策26

三、出口关税政策26

第三节 政策发展环境27

一、产业振兴规划27

二、产业发展规划28

三、行业标准政策28

四、市场应用政策28

五、财政税收政策29

第四节 中国人参原料行业发展状况29

一、中国人参原料行业发展历程29

二、中国人参原料行业发展面临的问题32

第二章 中国人参原料生产现状分析37

第一节 人参原料行业总体规模37

第二节 人参原料产能概况37

一、2011-2016年产能分析37

二、2018-2024年产能预测38

第三节 人参原料市场容量概况39

一、2011-2016年市场容量分析39

二、产能配置与产能利用率调查39

三、2018-2024年市场容量预测40

第四节 人参原料产业的生命周期分析41

第五节 人参原料产业供需情况43

第三章 人参原料产品市场供需分析45

第一节 人参原料市场特征分析45

一、产品特征45

二、价格特征45

三、渠道特征45

四、购买特征45

第二节 人参原料市场需求情况分析46

一、市场容量46

二、原料需求47

第三节 人参原料市场供给情况分析47

一、产品供给47

二、渠道供给能力48

第四节 人参原料市场供给平衡性分析48

第四章 人参原料行业竞争绩效分析49

第一节 人参原料行业总体效益水平分析49

第二节 人参原料行业产业集中度分析49

第三节 人参原料行业不同所有制企业绩效分析50

第四节 人参原料行业不同规模企业绩效分析50

第五节 人参原料市场分销体系分析51

一、销售渠道模式分析51

二、产品最佳销售渠道选择52

第五章 人参原料产业投资策略54

第一节 产品定位策略54

一、市场细分策略54

二、目标市场的选择55

第二节 产品开发策略56

一、追求产品质量56

二、促进产品多元化发展57

第三节 渠道销售策略57

一、销售模式分类57

二、市场投资建议57

第四节 品牌经营策略58

一、不同品牌经营模式58

二、如何切入开拓品牌58

第五节 服务策略58

第六章 中国人参原料行情走势及影响要素分析 60

第一节 2016年中国人参原料行情走势回顾	60
第二节 中国人参原料当前市场行情分析	60
第三节 影响人参原料市场行情的要素	60
第四节 价格风险规避策略研究	62
第五节 2018-2024年中国人参原料行情走势预测	63
第七章 人参原料行业竞争格局分析	65
第一节 中国人参原料行业不同地区竞争格局	65
第二节 中国人参原料行业的不同企业竞争格局	66
一、不同所有制企业竞争格局分析	66
二、不同规模企业竞争格局分析	66
三、国内人参原料企业竞争格局分析	67
第三节 2018-2024年中国人参原料行业竞争格局变化趋势分析	67
第八章 人参原料行业产品营销分析及预测	70
第一节 人参原料行业国内营销模式分析	70
第二节 人参原料行业主要销售渠道分析	71
第三节 人参原料行业价格竞争方式分析	71
第四节 人参原料行业营销策略分析	71
第五节 人参原料行业国际化营销模式分析	72
第六节 人参原料行业市场营销发展趋势预测	73
第九章 2016年中国人参原料产业投资分析	74
第一节 投资环境	74
一、资源环境分析	74
二、市场竞争分析	76
三、政策环境分析	76
第二节 投资机会分析	77
第三节 投资风险及对策分析	77
第四节 投资发展前景	78
一、市场供需发展趋势	78
二、未来发展展望	79

## 第十章 人参原料行业国内重点生产企业分析81

### 第一节 集安市新开河有限责任公司81

#### 一、公司基本情况81

#### 二、公司经营与财务状况81

### 第二节 吉林长白参隆集团有限公司87

#### 一、公司基本情况87

#### 二、公司经营与财务状况88

### 第三节 吉林省西洋参集团有限公司93

#### 一、公司基本情况93

#### 二、公司经营与财务状况94

### 第四节 吉林延边华兴参业有限公司99

#### 一、公司基本情况99

#### 二、公司经营与财务状况100

### 第五节 山东省威海市生态种植园105

#### 一、公司基本情况105

#### 二、公司经营与财务状况105

## 第十一章 人参原料行业风险趋势分析与对策112

### 第一节 人参原料行业风险分析112

#### 一、市场竞争风险112

#### 二、原材料压力风险分析112

#### 三、技术风险分析112

#### 四、政策和体制风险112

#### 五、进入退出风险113

### 第二节 人参原料行业投资风险及控制策略分析113

#### 一、2018-2024年人参原料行业市场风险及控制策略113

#### 二、2018-2024年人参原料行业政策风险及控制策略113

#### 三、2018-2024年人参原料行业经营风险及控制策略114

#### 四、2018-2024年人参原料同业竞争风险及控制策略114

#### 五、2018-2024年人参原料行业其他风险及控制策略115

## 第十二章 2018-2024年人参原料行业投资机会与风险分析116

### 第一节 2018-2024年中国人参原料行业投资机会分析116

### 第二节 2018-2024年人参原料行业环境风险116

#### 一、国际经济环境风险116

#### 二、汇率风险117

#### 三、宏观经济风险117

### 第三节 2018-2024年人参原料行业产业链上下游风险118

#### 一、上游行业风险118

#### 二、下游行业风险118

### 第四节 2018-2024年人参原料行业市场风险119

#### 一、市场供需风险119

#### 二、价格风险120

#### 三、竞争风险120

## 第十三章 人参原料行业投资机会分析研究 121

### 第一节 2018-2024年人参原料行业主要区域投资机会121

### 第二节 2018-2024年人参原料行业出口市场投资机会121

### 第三节 2018-2024年人参原料行业企业的多元化投资机会121

## 第十四章 人参原料企业制定“十三五”发展战略研究分析 123

### 一、“十三五”发展战略规划的背景意义123

#### 第一节 企业转型升级的需要123

#### 第二节 企业强做大做的需要123

#### 第三节 企业可持续发展需要123

### 二、“十三五”发展战略规划的制定原则125

#### 第一节 科学性125

#### 第二节 实践性126

#### 第三节 前瞻性126

#### 第四节 创新性126

#### 第五节 全面性126

#### 第六节 动态性126

### 三、“十三五”发展战略规划的制定依据128



第一节 国家产业政策128

第二节 行业发展规律128

第三节 企业资源与能力128

第四节 可预期的战略定位129

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yuanliaoyao/H477509QGR.html>