中国人参产业市场竞争态势调查及十三五发展定位研究报告

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国人参产业市场竞争态势调查及十三五发展定位研究报告》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/234404234404.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

世界人参种植以园参种植为主，世界上两大人参主产地--韩国的全部和我国的90%以上均为园参。世界园参产量逐年提高，2013年总产量达到7万吨左右（鲜参）。同时，韩国人参产量在世界的比重逐年上升，目前，中国人参产量占世界的80%，产值却只有韩国的十分之一。2012年我国对韩国的人参出口量达到46324千克，同比微降6.23%；出口价格为131.65美元/千克，同比上扬388.45%；出口额为609.85万美元，同比增长358%。我国对韩人参出口因2012年增长过快，2013年的出口量仅为12087千克，同比下降73.91%；出口价格为123.8美元/千克，同比下降5.96%；出口额149.64万美元，同比下降75.46%。

2014年7月，香雪制药增资参股万良长白山人参市场，目前该集团已形成中药材种植、中药饮片制造加工、中成药制造、药品商业物流的完整产业链。人参产品工业化生产后，同其他工业品一样，同样面临产品的不断精深加工，不断创造更新换代产品的后续工作。高水平、深层次、高科技含量产品和先进生产加工工艺的研究是工业企业发展永恒的主题。2013年，吉林人参鲜货每公斤均价达到175元，为历史最高值；全省人参业产值实现290亿元，同比增长42%；人参行业合作组织发展到226个，产业从业人员达到30万人以上。吉林省政府提出2015年人参产业产值达到400亿，达到该目标需要依赖以下两条路径：一是，原料参价格上涨；二是，人参产业升级，提高产业附加值。

随着国内人参需求的快速增加和产量的逐年走低，人参出口量逐年下降，而人参消费需求日益增长，人参价格将会持续走高。韩国80%以上的人参是通过食品形式消费掉的，人参食品在韩国认知广泛，超过600种的人参类食品遍布商店、超市和餐厅，如人参饮品、饼干、糖、巧克力、果酱、口香糖等，此外，日本、法国、德国等国家和我国香港、台湾等地区也将人参作为食品食用；国内人参食品的开发龙头企业紫鑫药业涵盖了人参饮品、人参口香糖、人参软糖、人参硬糖、人参香蕉酥、人参纤维炉果、人参茶等二十余种产品。吉林敖东进行人参新资源食产品研发和销售；康美新开河药业推出了保健食品超微参粉胶囊和人参茶、人参酒等产品，整个行业来看正处在蓄势待发的状况。未来随着人参新资源食品的宣传的深入，影响将会扩大，有望在全国开始直营店扩张。吉林省将人参保健品产业列为人参产业最重要的领域之一，2020年有望实现260亿元的产值。

中国报告网发布的《中国人参产业市场竞争态势调查及十三五发展定位研究报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投.资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投.资风险，制定正确竞争和投.资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投.资不可或缺的重要工具。

报告大纲：

第一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分析
第二节韩国人参行业发展分析
一、韩国扩大高丽参出口中国
二、韩国人参强攻我国高端保健食品市场
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
一、2012年日本人参市场情况
二、加拿大人参行业发展
三、韩国人参行业发展
第二章我国人参行业发展现状
第一节中国人参行业发展概述
一、人参的功能和作用
二、人参的历史价格走势
三、我国西洋参产业发展
四、我国人参生产技术现状
五、我国人参产业存在的问题
第二节我国人参行业发展状况
一、2013-2015年人参产销分析
二、人参后市走势分析
三、人参市场产品分析
四、企业联手打造全国最大人参产业基地
第三节中国人参行业供需分析
一、2013-2015年中国人参市场供给总量分析
二、2013-2015年中国人参市场需求总量分析
三、2013-2015年中国人参市场供需平衡分析
第三章中国人参行业经济运行分析
第一节2013-2015年人参行业产量分析
一、2013-2015年我国人参产量分析
二、2016-2020年我国人参产量预测
第三节2013-2015年人参行业进出口分析

一、2012年我国人参类进出口行情
二、我国人参出口市场分布特点
三、2013年中国与韩国人参出口价格比较
四、我国保持人参出口优势措施
第四章中国人参行业消费市场分析
第一节中国人参行业社会环境分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、城市化率分析
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、2013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
第五节华东地区人参行业分析
第六章人参行业投.资与发展前景分析
第一节2013年人参行业投.资情况分析
第二节人参行业投.资机会分析
一、2013年人参投.资机会
二、我国启动人参基因组计划
三、吉林省推动人参产业优化升级
四、2016-2020年人参投.资新方向
第三节人参行业发展前景分析
一、国产西洋参发展前景广阔
二、吉林省人参发展前景分析
三、人参产业潜力分析
四、人参开发前景分析
第七章人参行业竞争格局分析
第一节人参行业集中度分析
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、中国人参行业SWOT分析
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
四、中国人参产业发展的政策建议
五、文山三七与韩国高丽参竞争力比较
第八章2013-2015年中国人参行业发展形势分析
第一节中韩人参行业比较分析
第二节2013-2015年人参行业市场情况分析
一、我国人参出口主要市场分析
二、2013年人参市场价格走势
第三节2013-2015年人参产销状况分析
一、人参产量分析
二、人参销售量分析
第四节产品发展趋势预测
一、中国野山参

二、人参产品研发情况
三、政府要从战略高度重视并大力扶持中医保健产业的发展
第九章中国人参行业整体运行指标分析
第一节2013-2015年中国人参行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、行业人员规模状况分析
第二节2013-2015年中国人参行业产销分析
第十章人参行业赢利水平分析
第一节成本分析
一、2013-2015年人参原材料价格走势
二、2013-2015年人参行业人工成本分析
第二节产销运存分析
一、2013-2015年人参行业产销情况
二、2013-2015年人参行业库存情况
第三节盈利水平分析
一、2013-2015年人参行业营业收入情况
二、2013-2015年人参行业赢利能力
三、2016-2020年人参行业赢利预测
第十一章人参行业盈利能力分析
第一节2013-2015年中国人参行业利润总额分析
第二节2013-2015年中国人参行业销售利润率
第三节2013-2015年中国人参行业总资产利润率分析
第十二章人参重点企业发展分析
第一节白山市吉苑参茸有限公司
一、企业基本概述
二、企业经营指标分析
第二节长白朝鲜族自治县森林经营局
一、企业基本概述
二、企业经营指标分析
第三节桓仁满族自治县恒宝参药有限公司
一、企业基本概述
二、企业经营指标分析
第四节抚松县康华参业有限责任公司
一、企业基本概述
二、企业经营指标分析

第五节北京同仁堂健康药业（福州）有限公司
一、企业概况
二、企业经营指标分析
第六节康美药业股份有限公司
一、企业基本概述
二、企业财务分析
第七节中国医药保健品股份有限公司
一、企业基本概述
二、企业财务分析
第八节吉林省集安益盛药业股份有限公司
一、企业基本概述
二、企业经营状况
第九节珲春华瑞参业生物工程有限公司
一、企业基本概述
二、企业经营分析
第十节吉林紫鑫药业股份有限公司
一、企业基本概述
二、企业经营分析
第十三章人参行业投.资策略分析
第一节行业发展特征
一、行业的区域性
二、行业经营模式
第二节行业发展格局分析
一、行业内现有企业的竞争
二、新进入者的威胁
三、替代品的威胁
四、供应商的讨价还价能力
五、购买者的讨价还价能力
第三节人参行业投.资策略研究
一、产品定位策略
二、产品开发策略
三、渠道销售策略
四、品牌经营策略
五、服务策略
第十四章人参行业投.资风险预警

第一节影响人参行业发展的主要因素
一、2016-2020年影响人参行业运行的有利因素分析
二、2016-2020年影响人参行业运行的稳定因素分析
第二节人参行业投.资风险预警
一、2016-2020年人参行业市场风险及控制策略
二、2016-2020年人参行业技术风险及控制策略
三、2016-2020年人参行业政策风险及控制策略
四、2016-2020年人参行业经营风险及控制策略
图表详见正文……

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/234404234404.html