

中国人参市场发展现状分析与投资前景研究报告 (2022-2029年)

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《中国人参市场发展现状分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/570762.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

人参饮料是人参加工后的产品，即有人参本来的功能和价值，又克服了消费者对人参食用方法上的困难。

人参是五加科、人参属多年生草本植物，一般生于海拔数百米的落叶阔叶林或针叶阔叶混交林下。喜质地疏松、通气性好、排水性好、养料肥沃的砂质壤土；喜阴，凉爽而湿润的气候对其生长有利；耐低温，忌强光直射，喜散射较弱的光照。

人参的肉质根为强壮滋补药，适用于调整血压、恢复心脏功能、神经衰弱及身体虚弱等症，也有祛痰、健胃、利尿、兴奋等功效。人参的茎、叶、花，果以及加工副产品都是轻工业的原料，可加工出诸如含有人参成分的烟、酒、茶、晶、膏等商品。因此人参被人们称为“百草之王”，是闻名遐迩的“东北三宝”（人参、貂皮、鹿茸）之一，是驰名中外、老幼皆知的名贵药材。

一、人参市场现状

我国是全球人参最大产地国，产量合计约占世界总量70%以上。目前人参种植分布于辽宁东部、吉林东半部和黑龙江东部，河北、山西、山东有引种。数据显示，2020年中国吉林人参播种面积约为11329公顷，同比下降1.3%；黑龙江省人参播种面积约为3855公顷，同比下降59.1%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

主要产区集中在东北三省，分别是吉林省，黑龙江省和辽宁省。数据显示，2020年中国吉林人参产量约为31402吨，同比增长2%；黑龙江人参产量约为33397吨，同比增长81.8%；辽宁人参产量为5125吨，同比增长40.6%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

与此同时，我国还是全球人参最大消费市场，行业市场规模约占全球市场规模的比重为42.0%。数据显示，到2021年中国人参行业市场规模约为299亿元，同比增长16%。

数据来源：观研天下整理

虽然我国坐拥最大人参消费市场和产地国，但目前人参市场呈现“产量大，产值小，品牌弱”等特征，且局限于原料交易，产品深加工不足，附加值不高，下游市场开发不足，消费场景局限等因素，国内还未出现具有广泛知名的人参品牌。这对想要入局人参产业的企业来说，是个机遇。

二、人参饮料市场现状

人参饮料归属于功能饮料产业，因此在一定程度上受功能饮料市场发展的影响。自2014年，受健康功能饮品快速增长带动，功能饮料市场规模不断扩大。按零售额计算，2019年我

国功能饮料市场规模为1,119亿元。到2020年我国功能饮料市场规模约为1224亿元。并预计2021年我国功能饮料的市场规模将至少有602.9亿元。

数据来源：观研天下整理

虽然近年来我国功能饮料市场规模不断扩大，但对标海外市场，我国仍有较大的提升空间，且有数倍成长空间。目前我国大陆人均饮用量只有2.2升，约为香港地区人均的1/2，约为美国地区的1/11；在人均消费金额方面，我国大陆只有6.2美元，与中国香港相比差了8.1美元，与美国相比差了65.9美元。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理（WW）

因此预计随着消费群体的持续扩大、消费场景趋于多元、功能饮料配方的不断升级以满足更多元消费需求，我国的功能饮料人均需求量将稳步提升，从而也将推动我国功能饮料市场稳步增长，从而也将在一定程度上推动我国人参饮料市场的发展。

目前我国市场上的人参饮料多为保健品，即为小瓶装（100ml左右），例如正官庄、元秘D、力保健等；部分能量饮料，产品配方差异化，会添加人参原料成分，如MonsterEnergy等，而缺失真正意义上的泛人参饮料。整体来看，韩国品牌正官庄一家独大，领跑全球市场，而国内本土品牌更多“以药当先”。

未来我国人参饮料市场会有较大机会。这主要因为疫情的到来让人们对于健康意识都有着一一定程度的提升，人参深加工行业目前正在起步，顺应消费和产业升级切入市场，人参饮品的出现，赋予了饮品新的营养价值，深入满足了消费者对健康生活的需求，未来有着很大的发展空间。

同时随着世界各国经济的发展和生活水平的提高，人们对饮料的选择开始讲究营养和口味。综合来看，健康、绿色、定位清晰的软饮料产品将会成为未来软饮料产品市场的发展趋势。另外小容量+复配更容易扩宽消费场景，多元化的功能定位和消费场景拓展带来消费群体的扩容升级，拥有更大的溢价空间。而这也将带动人参饮料市场的发展。

对于人参饮料企业来说，因为目前“人参”相关类别产品在市场不同的发展阶段都有出现，但都没有形成高频化，厚重的药用价值让消费者对产品有固有认知，如何打破人参品类价值的固有认知，形成高频消费品类，打造年轻化群体喜欢的人参类饮品，是人参饮料企业市场破局的关键所在。

观研报告网发布的《中国人参市场发展现状分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国人参行业发展概述

第一节 人参行业发展情况概述

- 一、人参行业相关定义
- 二、人参行业基本情况介绍
- 三、人参行业发展特点分析
- 四、人参行业经营模式
- 1、生产模式
- 2、采购模式
- 3、销售/服务模式

五、人参行业需求主体分析

第二节 中国人参行业生命周期分析

- 一、人参行业生命周期理论概述
- 二、人参行业所属的生命周期分析

第三节 人参行业经济指标分析

- 一、人参行业的赢利性分析
- 二、人参行业的经济周期分析
- 三、人参行业附加值的提升空间分析

第二章2018-2022年全球人参行业市场发展现状分析

第一节 全球人参行业发展历程回顾

第二节全球人参行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲人参行业地区市场分析

- 一、亚洲人参行业市场现状分析
- 二、亚洲人参行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲人参行业市场前景分析

第四节北美人参行业地区市场分析

- 一、北美人参行业市场现状分析
- 二、北美人参行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美人参行业市场前景分析

第五节欧洲人参行业地区市场分析

- 一、欧洲人参行业市场现状分析
- 二、欧洲人参行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲人参行业市场前景分析

第六节2022-2029年世界人参行业分布走势预测

第七节2022-2029年全球人参行业市场规模预测

第三章中国人参行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对人参行业的影响分析

第三节中国人参行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对人参行业的影响分析

第五节中国人参行业产业社会环境分析

第四章中国人参行业运行情况

第一节中国人参行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国人参行业市场规模分析

一、影响中国人参行业市场规模的因素

二、中国人参行业市场规模

三、中国人参行业市场规模解析

第三节中国人参行业供应情况分析

一、中国人参行业供应规模

二、中国人参行业供应特点

第四节中国人参行业需求情况分析

一、中国人参行业需求规模

二、中国人参行业需求特点

第五节中国人参行业供需平衡分析

第五章中国人参行业产业链和细分市场分析

第一节中国人参行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、人参行业产业链图解

第二节中国中国人参行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对人参行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对人参行业的影响分析

第三节我国人参行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章2018-2022年中国人参行业市场竞争分析

第一节中国人参行业竞争要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二节中国人参行业竞争现状分析

一、中国人参行业竞争格局分析

二、中国人参行业主要品牌分析

第三节中国人参行业集中度分析

一、中国人参行业市场集中度影响因素分析

二、中国人参行业市场集中度分析

第七章2018-2022年中国人参行业模型分析

第一节中国人参行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国人参行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国人参行业SWOT分析结论

第三节中国人参行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章2018-2022年中国人参行业需求特点与动态分析

第一节中国人参行业市场动态情况

第二节中国人参行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 人参行业成本结构分析

第四节 人参行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国人参行业价格现状分析

第六节中国人参行业平均价格走势预测

一、中国人参行业平均价格趋势分析

二、中国人参行业平均价格变动的影响因素

第九章中国人参行业所属行业运行数据监测

第一节中国人参行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国人参行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国人参行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章2018-2022年中国人参行业区域市场现状分析

第一节中国人参行业区域市场规模分析

影响人参行业区域市场分布的因素

中国人参行业区域市场分布

第二节中国华东地区人参行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区人参行业市场分析

（1）华东地区人参行业市场规模

（2）华南地区人参行业市场现状

（3）华东地区人参行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区人参行业市场分析

- (1) 华中地区人参行业市场规模
- (2) 华中地区人参行业市场现状
- (3) 华中地区人参行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区人参行业市场分析
 - (1) 华南地区人参行业市场规模
 - (2) 华南地区人参行业市场现状
 - (3) 华南地区人参行业市场规模预测

第五节华北地区人参行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区人参行业市场分析
 - (1) 华北地区人参行业市场规模
 - (2) 华北地区人参行业市场现状
 - (3) 华北地区人参行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区人参行业市场分析
 - (1) 东北地区人参行业市场规模
 - (2) 东北地区人参行业市场现状
 - (3) 东北地区人参行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区人参行业市场分析
 - (1) 西南地区人参行业市场规模
 - (2) 西南地区人参行业市场现状
 - (3) 西南地区人参行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析

三、西北地区人参行业市场分析

（1）西北地区人参行业市场规模

（2）西北地区人参行业市场现状

（3）西北地区人参行业市场规模预测

第十一章 人参行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章2022-2029年中国人参行业发展前景分析与预测

第一节中国人参行业未来发展前景分析

一、人参行业国内投资环境分析

二、中国人参行业市场机会分析

三、中国人参行业投资增速预测

第二节中国人参行业未来发展趋势预测

第三节中国人参行业规模发展预测

一、中国人参行业市场规模预测

二、中国人参行业市场规模增速预测

三、中国人参行业产值规模预测

四、中国人参行业产值增速预测

五、中国人参行业供需情况预测

第四节中国人参行业盈利走势预测

第十三章2022-2029年中国人参行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国人参行业进入壁垒分析

一、人参行业资金壁垒分析

二、人参行业技术壁垒分析

三、人参行业人才壁垒分析

四、人参行业品牌壁垒分析

五、人参行业其他壁垒分析

第二节 人参行业风险分析

一、人参行业宏观环境风险

二、人参行业技术风险

三、人参行业竞争风险

四、人参行业其他风险

第三节中国人参行业存在的问题

第四节中国人参行业解决问题的策略分析

第十四章2022-2029年中国人参行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国人参行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国人参行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 人参行业营销策略分析

一、人参行业产品营销

二、人参行业定价策略

三、人参行业渠道选择策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/570762.html>