中国人参行业发展趋势分析与未来前景研究报告（2024-2031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《中国人参行业发展趋势分析与未来前景研究报告（2024-2031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：https://www.chinabaogao.com/baogao/202408/722679.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

人参,属于五加科人参属植物的根部，是中药中的一味珍贵药材,具有大补元气的功效。
竞争梯队来看，我国人参行业竞争分为三个梯队。第一梯队为上市企业，年营业收入在100亿元以上，包括同仁堂、华润三九等；第二梯队为年营业收入不足100亿元的上市企业，如益盛药业和吉林敖东等；第三梯队为非上市企业，如皇封参、龙参生态等。

资料来源：公开资料、观研天下整理
市占比来看，2022 年我国人参市场超过95%产量来自于东北三省，其中黑龙江省产量占比约为50%，吉林省占比约为40%。

数据来源：公开资料、观研天下整理
品牌排行来看，我国人参行业前十品牌分别为正官庄、新开河、紫鑫、益盛药业、同仁堂、吉林敖东、神象、龙宝LONGBAO、胡庆余堂、许氏洋参。
2023年我国十大人参品牌排行榜 排名 品牌名称 企业简介 1 正官庄 正官庄六年根商业(上海)有限公司，正官庄，人参十大品牌，始于1899年,韩国人参代表品牌，韩国高丽参的品牌老字号，世界最大的红参生产企业之一，韩国名品,韩国健康食品事业的领军企业，国际综合健康企业。 2 新开河 康美新开河(吉林)药业有限公司，国家保护商标，吉林省名牌，地理标志保护产品,国家级农业产业化重点龙头企业,集人参种植、加工、销售、研发为一体的专业人参制品企业。 3 紫鑫 吉林紫鑫药业股份有限公司，国家保护商标，吉林省著名商标,上市公司，国家级高新技术企业，·国家级农业产业化重点龙头企业，集中成药的研发、生产、销售、饮片加工、药用动植物种养殖为一体的高科技股份制企业。 4 益盛药业 吉林省集安益盛药业股份有限公司,上市公司，高新技术企业,国家非林地人参种植引智示范单位，集产品研发、生产、营销于一体，首家实现人参全株开发的企业之一。 5 同仁堂 北京同仁堂健康药业股份有限公司，同仁堂健康TRT，以滋补养生/营养保健/天然草本/健康酒研发/生产/销售于一体的高科技企业。 6 吉林敖东 吉林敖东药业集团股份有限公司，始于1957年，吉林省著名商标，上市公司，以安神补脑液/血:府逐瘀口服液/利脑心胶囊/心脑舒通胶囊系列为主推药品的大型医药企业。 7 神象 上海雷允上药业有限公司，神象，国家保护商标，上海名牌产品，上海市著名商标，全国最大的参茸保健品专营企业之一，集采购、生产、销售于一体的参茸生产系列化制品的国有大型企业,上海中药行业重点企业。 8 龙宝LONGBAO 龙宝参茸股份有限公司，十大人参品牌，辽宁省著名商标，辽宁名牌，主要从事人参/西洋参/冬·虫夏草等滋补保健品类中药材饮片的加工与销售。 9 胡庆余堂 杭州胡庆余堂药业有限公司，国家保护商标，由清末著名红顶商人胡雪岩于1874年创立，国药老店，以研制成药著称于世，有“江南药王"的美誉，全国重点中成药企业，全国重点文物保护单位。 10 许氏洋参威州许氏洋参(南京)有限公司，负责加工、分装、销售许氏洋参制品，美国许氏参

业集团旗下，亚洲较大的产、销一条龙的洋参企业。
资料来源：公开资料、观研天下整理
代表性企业产品布局来看，2023年益盛药业、吉林敖东等企业作为集人参种植、加工、销售的全产业链企业，具有较高的竞争力，而同仁堂、华润三九等专注于中医药行业，同样具有相当的竞争力。
2023年我国人参行业代表性企业经营情况 企业名称 布局情况 营收（亿元） 毛利率（%） 益盛药业 2023年人参类产品营收6622.93万元。 8.537 73.74 同仁堂 拥有人参中药材基地，控股子公司北京同仁堂吉林人参有限责任公司专注于人参种植业。 178.6 47.29 华润三九 控股子公司吉林华润和善堂人参有限公司主要从事人参种植。 247.4 53.24 吉林敖东 公司保健品主要以灵芝、人参、泡腾片系列产品以及酵素系列产品等为主，控股子公司建设有人参种植基地。 34.49 49.23 葵花药业 公司补益系列产品包括人参口服液、维磷葡钙片、壮腰健肾丸等。 57.00 56.29
资料来源：公开资料、观研天下整理（xyl）
注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。
更多图表和内容详见报告正文。
观研报告网发布的《中国人参行业发展趋势分析与未来前景研究报告（2024-2031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人参的权威数据，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。
【目录大纲】
第一章 2019-2023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、人参特点分析
三、人参行业基本情况介绍
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 2019-2023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人参情况
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 2024-2031年世界人参行业分人参走势预测
第七节 2024-2031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
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 2019-2023年中国人参行业市场竞争分析
第一节 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

第二节 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
第三节 中国人参行业竞争特征分析
一、 企业区域分人参特征
二、企业规模分人参特征
三、企业所有制分人参特征
第七章 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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
一、影响人参行业区域市场分人参的因素
二、中国人参行业区域市场分人参
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
第六节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第七节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第八节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第九节 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 2024-2031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 2024-2031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 2024-2031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、行业目标客户群体
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、人参行业产品策略
二、人参行业定价策略
三、人参行业渠道策略
四、人参行业促销策略

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：https://www.chinabaogao.com/baogao/202408/722679.html