

2018年中国人参行业分析报告- 市场深度分析与发展前景研究

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《2018年中国人参行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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/348223348223.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

人参（*Panax ginseng* C. A. Mey）为多年生草本植物，喜阴凉，叶片无气孔和栅栏组织，无法保留水分，温度高于32度叶片会灼伤，郁闭度0.7-0.8。通常3年开花，5-6年结果，花期5-6月，果期6-9月。生长于北纬33度-48度之间的海拔数百米的以红松为主的针阔混交林或落叶阔叶林下，产于中国东北、朝鲜、韩国、日本、俄罗斯东部。人参的别称为黄参、地精、神草、百草之王，是闻名遐迩的“东北三宝”之一。

在韩国，人参主要是用作食品，人参食品占整个产业链利润90%以上，与我国相比高下立判。韩国80%以上的人参，都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、台湾等地区普遍也将人参作为食品食用。

而在我国，虽然民间很早就用人参炖鸡、泡酒作为食品食用，囿于政策，中国的人参只能药用，不能制成其他产品，例如各种食品。而今，虽然这个限制已取消，但中国消费者心理上已经给人参贴上了“药品”标签，因而对于普通的人参制品接受度并不高。

除了人参进入食品领域扩大下游需求外，随着科研部门对人参功效研究的深入，人参药品、保健品、化妆品也出现需求放大的趋势，未来的人参需求是目前的3-5倍。

其实一些药企曾信心满满的进入人参保健品领域，但市场效果并不好。相比药品，消费者对保健品的购买欲望并不强，且多数情况下取决于产品的知名度。而且很多企业的欺骗行为，导致中国消费者对保健品恨之入骨，总觉得都是骗人的，这给人参保健品产业发展带来了极大负面影响。

也正因此，人参在保健品领域的应用并不普遍，人参保健品市场也始终不温不火。反观韩国，其最为人熟知的人参品牌“正官庄”就是以保健品和药品见长，在全球拥有极大销量。

同时，人参因强大的功效长期用于药物之中，这导致中国人普遍认为人参太补，不易多吃，并且中国还有“吃人参容易流鼻血”的说法，这也并不科学。因为在韩国，人参是男女老少都喜爱的健康食品，是一种非常日常的食品。

这种误解导致中国人将人参当作一种奢侈品，而非日常消费品，“买回来就是当作高档礼品送人，而不是自己吃。”这种情景曾被人拿来调侃，“其他行业都是企业宣传产品多么高档，而人参行业正好相反，拼命要降低产品的档次来吸引消费者。”随着时代的发展，社会的进步，网络生活化的推进，网络购物成为越来越多的人生活中不可缺少的一部分，这对于人参行业进步和发展有着非常大的影响和转变。线上网络零售的飞速增长，同时对于人参行业的发展和拓展都有着非常广阔的空间。

我国人参行业发展趋势资料来源：观研天下数据中心整理（YM）

观研天下发布的《2018年中国人参行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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、市场前景、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。

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。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。

第一章 全球人参行业发展概述

第一节 人参行业界定及发展概述

一、行业界定及主要产品

二、行业在经济发展中的地位

三、行业特征及发展历程

第二节 人参行业产业链介绍

- 一、产业链状况
- 二、行业同相关产业的关系分析

第三节 全球主要区域人参行业发展水平

- 一、美国
- 二、日本
- 三、欧盟
- 四、其他

第四节 全球人参行业动向及发展趋势

- 一、发展动态
- 二、发展趋势

第二章 我国人参行业发展环境分析

第一节 我国人参行业PEST分析

- 一、政治和法律环境
- 二、经济发展环境（上下游及相关产业）
- 三、社会、文化与自然环境
- 四、技术发展环境
- 五、环境不确定性分析

第二节 我国人参行业发展与GDP相关性分析

第三节 我国人参行业生命周期分析

- 一、市场预测
- 二、产业周期
- 三、产业扩张性分析
- 四、产业稳定性分析

第四节 我国人参行业增长性与波动性分析

第五节 我国人参行业进入退出壁垒分析

- 一、政策壁垒
- 二、经济技术壁垒

第三章 我国人参行业发展概况

第一节 我国人参行业整体运行情况综述

- 一、人参行业产品结构
- 二、2018年人参行业运行特点
- 三、2018年人参行业总体发展概况

四、2018-2018年人参行业重要动态

五、子行业发展状况

第二节 我国人参行业竞争环境分析

一、供应商讨价还价能力

二、购买者的讨价还价能力

三、新进入者的威胁

四、替代品的威胁

五、现有竞争者的竞争

六、竞争环境评价

第三节 我国人参行业企业分析

一、2013-2018年我国人参行业企业数量

二、2018年我国人参行业企业数量区域结构

三、2018年我国人参行业企业数量规模结构

四、2018年我国人参行业企业数量所有制结构

第四节 我国人参行业从业人数分析

一、2013-2018年我国人参行业从业人数

二、2018年我国人参行业从业人数区域结构

第四章 我国人参行业生产与销售状况分析

第一节 我国人参行业工业总产值分析

一、2013-2018年我国人参行业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同区域企业工业总产值比较

四、工业总产值前10位企业对比

五、人参行业集中度分析

第二节 我国人参行业总销售收入分析

一、2013-2018年我国人参行业总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同区域企业销售收入比较

四、销售收入前10位企业对比

第五章 我国人参行业成本费用分析

第一节 我国人参行业产品销售成本分析

一、2013-2018年我国人参行业销售成本总额分析

二、2013-2018年我国人参行业销售成本率分析

三、不同规模企业销售成本率比较分析

四、不同区域企业销售成本率比较分析

第二节 我国人参行业销售费用分析

一、2013-2018年我国人参行业销售费用总额分析

二、2013-2018年我国人参行业销售费用率分析

三、不同规模企业销售费用率比较分析

四、不同区域企业销售费用率比较分析

第三节 我国人参行业管理费用分析

一、2013-2018年我国人参行业管理费用总额分析

二、2013-2018年我国人参行业管理费用率分析

三、不同规模企业管理费用率比较分析

四、不同区域企业管理费用率比较分析

第四节 我国人参行业财务费用分析

一、2013-2018年我国人参行业财务费用总额分析

二、2013-2018年我国人参行业财务费用率分析

三、不同规模企业财务费用率比较分析

四、不同区域企业财务费用率比较分析

第六章 我国人参行业获利能力分析

第一节 我国人参行业利润总额分析

一、2013-2018年我国人参行业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同区域企业利润总额比较分析

第二节 我国人参行业销售毛利率分析

一、2013-2018年我国人参行业销售毛利率分析

二、不同规模企业销售毛利率比较分析

三、不同区域企业销售毛利率比较分析

第三节 我国人参行业销售利润率

一、2013-2018年我国人参行业销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同区域企业销售利润率比较分析

第七章 我国人参行业资产负债状况分析

第一节 我国人参行业总资产状况分析

一、2013-2018年我国人参行业总资产分析

二、不同规模企业资产规模比较分析

三、不同区域企业总资产比较分析

四、总资产规模前10位企业对比

第二节 我国人参行业负债状况分析

一、2013-2018年我国人参行业总负债分析

二、不同规模企业负债规模比较分析

三、不同区域企业总负债比较分析

第三节 我国人参行业资产负债率分析

一、2013-2018年我国人参行业资产负债率趋势分析

二、不同规模企业资产负债率比较分析

三、不同区域企业资产负债率比较分析

第八章 我国人参行业重点企业分析

第一节 2018年人参行业重点企业对比分析

一、总体同比经营情况

二、总体盈利和财务情况

第二节 公司财务状况及经营战略参考

一、企业简介

二、产品基本情况

三、2018年企业财务状况

四、市场战略分析

...（对行业内8-16家重点企业及品牌分析）

第九章 2018-2024年我国人参行业发展趋势预测

第一节 未来行业技术开发方向

一、行业新技术应用状况

二、行业技术发展趋势

第二节 行业市场需求预测分析

第三节 行业供给因素预测分析

第四节 行业发展趋势数据预测分析

一、2018-2024年中国人参行业需求空间预测

二、2018-2024年中国人参行业供给能力预测

第十章 我国人参行业发展策略建议

第一节 我国人参行业市场策略简析

第二节 我国人参行业营销策略分析及建议

一、行业营销策略分析

二、行业销售模式分析

三、企业营销策略建议

第三节 我国人参行业企业经营发展分析及建议

一、行业企业发展存在问题与瓶颈

二、行业企业应对策略及建议

第十一章 我国人参行业投资建议

第一节 投资环境与机会

第二节 投资风险与收益

第三节 投资策略与建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baojianpin/348223348223.html>