

2017-2022年中国人参酒行业市场发展现状及十三五运行态势预测报告

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《2017-2022年中国人参酒行业市场发展现状及十三五运行态势预测报告》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/jiulei/279103279103.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

人参酒行业的上游市场主要为人参、其他中药材和白酒行业，下游主要涉及到经销商和消费者。经销商的销售渠道、经营管理能力对人参酒市场销售规模具有较大影响；而居民食品消费支出和餐饮行业的发展对人参酒的销售同样起到关键作用。另外，礼品行业的发展以及对消费者礼品购买的引导也会影响到人参酒市场的需求。

2015年我国人参酒行业消费市场规模约18.12亿元，同比2014年的13.58亿元增长了33.43%。近几年我国人参酒行业市场规模情况如下图所示：

2014-2016年中国人参酒行业市场规模情况

人参酒行业的上游市场主要为人参、其他中药材和白酒行业，下游主要涉及到经销商和消费者。经销商的销售渠道、经营管理能力对人参酒市场销售规模具有较大影响；而居民食品消费支出和餐饮行业的发展对人参酒的销售同样起到关键作用。另外，礼品行业的发展以及对消费者礼品购买的引导也会影响到人参酒市场的需求。

人参酒产业链图

中国报告网发布的《2017-2022年中国人参酒行业市场发展现状及十三五运行态势预测报告》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、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。

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。

第一章 人参酒行业概述

第一节 人参酒行业概述

一、人参酒行业定义

二、人参酒行业产品分类

三、人参酒行业产品特性

第二节 人参酒行业生命周期分析

一、行业生命周期概述

二、人参酒行业所属的生命周期

第三节 人参酒行业产业链模型分析

一、产业链模型介绍

二、人参酒行业产业链模型分析

第五节2014-2016年中国人参酒行业存在的问题及对策分析

第五章2014-2016年中国人参酒进出口数据监测分析

第一节中国人参酒制造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

第二节中国人参酒制造所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节中国人参酒制造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

第六章中国人参酒所属行业主要数据监测分析

第一节中国人参酒制造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

第二节中国人参酒制造所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节中国人参酒制造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

第七章中国人参酒区域行业市场分析

第一节东北地区

一、2014-2016年东北地区在人参酒行业中的地位变化

二、2014-2016年东北地区人参酒行业规模情况分析

三、2014-2016年东北地区人参酒行业企业分析

四、2017-2022年东北地区人参酒行业发展趋势预测

第二节华北地区

一、2014-2016年华北地区在人参酒行业中的地位变化

二、2014-2016年华北地区人参酒行业规模情况分析

三、2014-2016年华北地区人参酒行业企业分析

四、2017-2022年华北地区人参酒行业发展趋势预测

第三节华东地区

一、2014-2016年华东地区在人参酒行业中的地位变化

二、2014-2016年华东地区人参酒行业规模情况分析

三、2014-2016年华东地区人参酒行业企业分析

四、2017-2022年华东地区人参酒行业发展趋势预测

第四节华中地区

一、2014-2016年华中地区在人参酒行业中的地位变化

二、2014-2016年华中地区人参酒行业规模情况分析

三、2014-2016年华中地区人参酒行业企业分析

四、2017-2022年华中地区人参酒行业发展趋势预测

第五节华南地区

一、2014-2016年华南地区在人参酒行业中的地位变化

二、2014-2016年华南地区人参酒行业规模情况分析

三、2014-2016年华南地区人参酒行业企业分析

四、2017-2022年华南地区人参酒行业发展趋势预测

第六节西部地区

一、2014-2016年西部地区在人参酒行业中的地位变化

二、2014-2016年西部地区人参酒行业规模情况分析

三、2014-2016年西部地区人参酒行业企业分析

四、2017-2022年西部地区人参酒行业发展趋势预测

第八章2014-2016年中国人参酒产品市场竞争格局分析

第一节2014-2016年中国人参酒行业竞争力分析

一、中国人参酒行业要素成本分析

二、品牌竞争分析

三、技术竞争分析

第二节2014-2016年中国人参酒行业市场区域格局分析

一、生产区域竞争力分析

二、市场销售集中分布

三、国内企业与国外企业相对竞争力

第三节2014-2016年中国人参酒行业市场集中度分析

一、行业集中度分析

二、企业集中度分析

第四节中国人参酒行业五力竞争分析

一、“波特五力模型”介绍

二、人参酒“波特五力模型”分析

(1) 行业内竞争

(2) 潜在进入者威胁

(3) 替代品威胁

(4) 供应商议价能力分析

(5) 买方侃价能力分析

第五节2014-2016年中国人参酒行业竞争策略分析

第九章2014-2016年中国人参酒上游行业市场研究分析

第一节2014-2016年中国上游中药材行业市场研究分析

一、上游中药材行业产销状分析

二、上游中药材行业市场价格情况分析

三、上游中药材行业生产商情况

四、上游中药材行业市场发展前景预测

第二节2014-2016年中国上游人参行业市场研究分析

一、上游人参行业产销状分析

二、上游人参行业市场价格情况分析

三、上游人参行业生产商情况

四、上游人参行业市场发展前景预测

第三节2014-2016年中国上游行业白酒市场研究分析

一、上游白酒行业产销状分析

二、上游白酒行业市场价格情况分析

三、上游白酒行业生产商情况

四、上游白酒行业市场发展前景预测

第四节上游行业发展对人参酒影响因素分析

第十章2014-2016年中国人参酒行业消费市场分析

第一节中国人参酒消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、消费者收入水平

三、2014-2016年消费者信心指数分析

第二节人参酒市场消费需求分析

一、人参酒市场的消费需求变化

二、人参酒行业的需求情况分析

三、2015年人参酒品牌市场消费需求分析

第三节人参酒消费市场状况分析

一、人参酒行业消费特点

二、人参酒消费者分析

三、人参酒消费结构分析

四、人参酒消费的市场变化

五、人参酒市场的消费方向

第四节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第五节人参酒行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、人参酒行业品牌忠诚度调查

六、人参酒行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第十一章2014-2016年中国人参酒市场营销情况分析

第一节2014-2016年中国人参酒市场营销现状分析

一、人参酒市场营销动态概览

二、人参酒营销模式分析

三、人参酒市场营销渠道分析

第二节2014-2016年中国人参酒网络营销分析

第三节2014-2016年中国人参酒市场营销策略分析

一、产品策略

二、价格策略

三、渠道策略

第十二章人参酒优势企业竞争性财务数据分析

第一节吉林省力胜制药有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节吉林省抚松制药股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节长春人民药业集团有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节江西百禾药业有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节广东顺德酒厂有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十三章2017-2022年中国人参酒产业发趋势预测分析

第一节2017-2022年中国人参酒发展趋势分析

一、人参酒产业技术发展方向分析

二、人参酒竞争格局预测分析

三、人参酒行业发展预测分析

第二节2017-2022年中国人参酒市场预测分析

一、人参酒供给预测分析

二、人参酒需求预测分析

三、人参酒进出口预测分析

第三节2017-2022年中国人参酒市场盈利预测分析

第十四章2017-2022年中国人参酒行业投资建议分析

第一节2017-2022年中国人参酒企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第二节2017-2022年中国人参酒企业的资本运作模式

一、企业国内资本市场的运作建议

二、企业海外资本市场的运作建议

第三节2017-2022年中国人参酒企业营销模式建议

一、企业的国内营销模式建议

二、人参酒企业海外营销模式建议

第十五章2017-2022年中国人参酒行业投资机会与风险分析

第一节2017-2022年中国人参酒行业投资环境分析

第二节2017-2022年中国人参酒行业投资特性分析

一、2017-2022年中国人参酒行业行业进入壁垒分析

二、2017-2022年中国人参酒行业行业盈利模式分析

三、2017-2022年中国人参酒行业行业盈利因素分析

第三节2017-2022年中国人参酒行业投资机会分析

一、人参酒投资潜力分析

二、人参酒投资吸引力分析

第四节2017-2022年中国人参酒行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、技术风险分析

第十六章2017-2022中国人参酒投资价值分析

第一节人参酒行业发展的有利因素与不利因素分析

第二节人参酒行业发展的空白点分析

第三节投资回报率比较高的投资方向

第四节新进入者应注意的障碍因素

第五节营销分析与营销模式推荐

第六节专家观点

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015-2020年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015-2020年中国GDP增速预测

图表：人参酒行业产业链

图表：2014-2016年我国人参酒行业企业数量增长趋势图

图表：2014-2016年我国人参酒行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2014-2016年我国人参酒行业从业人数增长趋势图

图表：2014-2016年我国人参酒行业资产规模增长趋势图

图表：2014-2016年我国人参酒行业产成品增长趋势图

图表：2014-2016年我国人参酒行业工业销售产值增长趋势图

图表：2014-2016年我国人参酒行业销售成本增长趋势图

图表：2014-2016年我国人参酒行业费用使用统计图

图表：2014-2016年我国人参酒行业主要盈利指标统计图

图表：2014-2016年我国人参酒行业主要盈利指标增长趋势图

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/279103279103.html>