

2026-2031年中国野山参产业供需预测及投资潜力研究报告

报告简介

野山参是指在原始的深山密林中自然分布、自然繁衍、自然生长几十年以上的野山参。种子是自然洒落地上或靠风、水、鸟、兽自然传播;任其在荒野环境中自然生长，没有任何人工管理痕迹，所以也称为“天然野山参”，人工栽培者称为园参。

世界上生长野山野山参的国家有中国、俄罗斯和北朝鲜三个国家。生长地域主要分布于东经117~137度、北纬40~48度范围内的各种类型山地。即：中国吉林长白山及长白山脉延伸地区、前苏联的远东沿海地区、朝鲜民主主义人民共和国北部与中国相邻的边境山区也有少量蕴藏。野山参中国野山参的生长地域分布中国是野山野山参的主产国，生长地域主要分布在吉林、黑龙江、辽宁三省部分地区，河北北部山区也有少量的分布，其中以吉林长白山野山参产量最多，品质最佳，扬名世界。

目前我国野山参市场处于充分竞争的状态，但市场集中度仍然较低。目前野山参市场上部分消费者受少数伪劣产品影响，对野山参产品特别是人参如何消费认识不足，对品牌的依赖性较强，因此，野山参市场未来的消费将向少数有品牌、有销售渠道的行业知名企业集中。野山参产品作为中国传统保健滋补类贵细中药材，其有悠久的消费传统和稳定的消费群体及区域。在长三角、珠三角、福建等传统野山参消费区域。居民保健意识较强。随着城镇居民消费水平的持续提升，人们对天然、健康的滋补保健类产品的需求不断增长，以野山参产品为代表的名贵中药材产品需求将持续增长，野山参市场具有广阔的终端消费基础和发展前景。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及野山参行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国野山参行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外野山参行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的

发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了野山参行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于野山参产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国野山参行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一部分 行业运行现状

第一章 野山参产业总体概述 1

第一节 野山参的相关概述 1

一、野山参的基本情况 1

二、野山参的基本特征 1

三、野山参的采收加工 1

四、野山参的环境要求 2

第二节 野山参的生长特点 3

一、繁衍特点 3

二、生长特点 3

三、植物特点 5

第三节 野山参的分类 6

一、人参的分类 6

二、野山参的分类 6

三、野山参与园参的区别 8

四、野山参与野生人参的区别 9

第四节 野山参的成分功效 11

一、化学成分 11

二、医药作用 12

三、五大功效 13

第五节 野山参的食用方法 14

一、嚼化含服 14

二、散粉吞服 14

三、浸酒饮服 14

第二章 全球野山参行业发展分析 16

第一节 全球野山参资源分布 16

一、长白山野山参资源分布 16

二、俄罗斯野山参资源分布 16

三、北朝鲜野山参的资源分布 16

第二节 全球野山参的鉴别 16

一、长白山野山参的鉴别 16

二、俄罗斯野山参的鉴别 17

三、北朝鲜野山参的鉴别 17

第三章 “十四五” 期间经济环境分析 18

第一节 “十四五” 期间世界经济发展趋势 18

一、“十四五” 期间世界经济将逐步恢复增长 18

二、“十四五” 期间经济全球化曲折发展 19

三、“十四五” 期间新能源与节能环保将引领全球产业 20

四、“十四五” 期间跨国投资再趋活跃 21

五、“十四五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济 22

六、“十四五”期间美元地位继续削弱 23

七、“十四五”期间世界主要新兴经济体大幅提升 24

第二节 “十四五”期间我国经济面临的形势 25

一、“十四五”期间我国经济将长期趋好 25

二、“十四五”期间我国经济将围绕三个转变 26

三、“十四五”期间我国工业产业将全面升级 30

四、“十四五”期间我国以绿色发展战略为基调 34

第三节 “十四五”期间我国对外经济贸易预测 38

一、“十四五”期间我国劳动力结构预测 38

二、“十四五”期间我国贸易形式和利用外资方式预测 40

三、“十四五”期间我国自主创新结构预测 45

四、“十四五”期间我国产业体系预测 49

五、“十四五”期间我国产业竞争力预测 50

六、“十四五”期间我国经济国家化预测 51

七、“十四五”期间我国经济将面临的贸易障碍预测 53

八、“十四五”期间人民币区域化和国际化预测 55

九、“十四五”期间我国对外贸易与城市发展关系预测 57

十、“十四五”期间我国中小企业面临的外需环境预测 58

第四章 中国野山参行业发展环境分析 59

第一节 中国宏观经济环境分析 59

一、中国GDP增长情况分析 59

二、工业经济发展形势分析 60

三、社会固定资产投资分析 63

四、全社会消费品零售总额 66

五、城乡居民收入增长分析 67

六、居民消费价格变化分析 69

七、对外贸易发展形势分析 70

第二节 中国野山参行业政策环境分析 73

一、中药产业政策解读 73

二、野山参的国家标准 76

三、中国“药食同源”政策 77

第三节 中国野山参行业社会环境分析 78

一、人口环境分析 78

二、城镇化进程加快促进需求增长 78

三、消费者对健康的重视程度提升 79

四、人口老龄化促使医药市场扩大 79

五、新医改推动居民医疗消费需求 80

第二部分 行业深度分析

第五章 中国中药材市场运行分析 82

第一节 中药材市场运行分析 82

一、中药材市场价格影响因素 82

二、中药材市场发展回顾 84

三、中药材进出口贸易情况 85

四、中药材行情分析预测 86

五、重点关注的药材品种 87

第二节 中药资源的垂直性分布 88

一、长白山的中药资源分布 88

二、太白山的中药资源分布 90

三、峨眉山的中药资源分布 92

四、梵净山的中药资源分布 94

五、神农架的中药资源分布 95

六、黄山的中药资源分布 97

七、鼎湖山的中药资源分布 97

八、贺兰山的中药资源分布 98

九、天山的中药资源分布 100

第三节 中药材加工现状分析 103

一、中药材加工业的内涵 103

二、中药材加工业的地位 104

三、中药材加工业的特征 104

四、中药材加工业发展史 106

五、中药材加工创新现状 107

第四节 中药材市场问题及对策 108

一、中药材法制化管理亟待加强 108

二、中药材生产流通模式问题对策 109

三、中药材生产现存问题对策研究 113

四、振兴中药材产业根本途径探索 116

第六章 中国野山参市场发展形势分析 118

第一节 人参市场运行形势分析 118

一、人参的市场概况 118

二、人参的资源分布 118

三、中国人参的市场规模 119

四、吉林省人参市场规模 120

五、人参的市场价格分析 120

六、人参产品的消费习惯 121

1、不同收入水平消费者偏好调查 121

2、不同年龄的消费者偏好调查 122

3、不同性别的消费者偏好调查 122

4、不同地区的消费者偏好调查 123

七、人参市场亟待快速发展 123

第二节 野山参市场运行形势分析 123

一、野山参的市场概况 123

二、野山参的生产工艺流程 126

三、野山参市场亟待规范 126

四、野山参创新消费金融模式 126

五、延边长白山野山参协会成立 128

六、环球医药重组野山参交易市场 129

七、野山参市场的投资渠道分析 129

第三节 野山参市场供需情况分析 130

一、野山参的供给分析 130

二、野山参的消费需求 130

三、野山参的市场价格 131

四、野山参拍卖价格创新高 131

第四节 野山参行业SWOT分析 132

一、优势分析 132

二、劣势分析 132

三、机遇分析 133

四、挑战因素 133

第五节 野山参人工栽培技术 133

一、林地选择 133

二、栽培方法 134

三、注意事项 134

第七章 中国人参进出口数据分析 136

第一节 中国人参进口分析 136

一、人参进口数量情况 136

二、人参进口金额分析 136

三、人参进口来源分析 137

四、人参进口价格分析 138

第二节 中国人参出口分析 138

一、人参出口数量情况 138

二、人参出口金额分析 139

三、人参出口流向分析 140

四、人参出口价格分析 141

第八章 野山参关联产业发展分析 142

第一节 上游行业发展分析 142

一、自然条件 142

二、人参栽培现状 142

1、人参栽培方式 142

2、人参种质资源保护利用与育种 143

3、人参规范化栽培技术 144

4、人参林下栽培和非林地种植 146

三、中国人参种植业存在的问题 148

1、种质资源破坏严重，良种匮乏 148

2、人参连作障碍没有得到解决 148

3、种植示范基地建设有待加强推广 148

四、中国人参产业发展的几点思考 149

1、认识到人参资源的有限性 149

2、加大政府对人参产业发展的扶持力度 149

3、加强种源管理，加快人参育种 149

4、无公害人参栽培是参业发展的必由之路 149

五、我国人参种植业发展趋势 150

1、广泛收集种质资源，选育优良品种 150

2、攻克人参连作障碍保障人参种植业可持续发展 150

3、大力发展非林种植人参模式 150

第二节 下游行业发展分析 151

一、行业发展现状 151

二、市场需求分析 152

1、需求规模 152

2、需求结构 152

三、市场规模分析 153

四、市场竞争分析 153

五、2026-2031年行业发展形势 154

第三节 其他关联行业发展分析 156

一、行业发展现状 156

二、市场需求分析 157

三、市场规模分析 157

四、市场竞争分析 158

五、2026-2031年行业发展形势 158

第三部分 竞争格局分析

第九章 国野山参产业重点企业分析 161

第一节 龙宝参茸股份有限公司 161

一、企业基本情况 161

二、企业主要产品分析 162

三、野山参产品产销量 163

四、企业经营情况分析 163

五、企业竞争优势分析 163

六、企业销售网络分布 164

第二节 吉林韩边外野山参有限公司 164

一、企业基本情况 164

二、企业主要产品分析 165

三、企业经营情况分析 166

四、企业发展起源分析 166

第三节 吉林省生源堂参茸科技有限公司 167

一、企业基本情况 167

二、企业主要产品分析 168

三、企业发展战略分析 168

第四节 吉林市龙潭区珍丰堂参茸行 168

一、企业基本情况 168

二、企业主要产品分析 169

三、企业发展战略分析 169

第五节 东北参茸 170

一、企业基本情况 170

二、企业主要产品分析 171

三、企业经营情况分析 172

四、企业发展目标分析 172

第四部分 发展投资分析

第十章 中国野山参市场前景及发展预测 173

第一节 野山参行业发展前景 173

一、野山参的市场前景广阔 173

二、药食同源带动产业发展 173

第二节 野山参市场发展预测 174

一、野山参市场需求预测 174

二、野山参市场价格预测 174

三、野山参市场进出口预测 175

第十一章 野山参企业投资战略与客户策略分析 176

第一节 野山参企业发展战略规划背景意义 176

第二节 野山参企业战略规划策略分析 176

一、技术开发战略 176

二、产业战略规划 177

三、业务组合战略 178

四、竞争战略规划 178

第三节 野山参企业重点客户战略实施 180

一、实施重点客户战略的必要性 180

二、合理确立重点客户 181

三、实施重点客户战略要重点解决的问题 182

四、重点客户管理功能 182

第四节 野山参企业品牌战略 184

一、野山参品牌基础力存在的问题 184

1、缺乏严格的质量监控机制 184

2、小企业技术创新能力差 185

二、野山参品牌市场力的问题 185

1、销售网尚未形成 185

2、高端市场占有率较低 185

3、野山参品牌管理能力的问题 185

二、提升长白山野山参品牌竞争力的建议 186

1、加强品牌的基础能力 186

2、加强品牌的市场竞争能力 187

3、加强品牌的经营管理能力 188

第十二章 野山参行业投资建议 190

第一节 野山参的投资环境分析 190

一、野山参投资宏观环境分析 190

二、野山参产业投资环境分析 190

第二节 野山参的投资风险分析 191

一、资源紧缺风险 191

二、自然灾害风险 191

三、决策风险 192

四、假冒产品风险 192

五、原材料风险 192

六、环保风险 193

七、竞争风险 193

第三节 中药材投资机会与策略 193

一、行业内部优势分析 193

二、外部利好环境分析 194

三、中药材投资策略分析 194

第四节 野山参行业投资建议 195

图表目录

图表：2021-2026年国内生产总值及其增长速度 59

图表：2021-2026年三次产业增加值占国内生产总值比重 60

图表：2021-2026年全部工业增加值及其增长速度 60

图表：2021-2026年主要工业产品产量及其增长速度 62

图表：2021-2026年全社会固定资产投资 63

图表：2021-2026年按领域分固定资产投资(不含农户)及其占比 64

图表：2021-2026年分行业固定资产投资(不含农户)及其增长速度 65

图表：2021-2026年固定资产投资新增主要生产与运营能力 65

图表：2021-2026年房地产开发和销售主要指标及其增长速度 66

图表：2021-2026年社会消费品零售总额 67

图表：2021-2026年居民消费价格月度涨跌幅度 69

图表：2021-2026年居民消费价格比上年涨跌幅度 69

图表：2021-2026年货物进出口总额 70

图表：2021-2026年货物进出口总额及其增长速度 70

图表：2021-2026年主要商品出口数量、金额及其增长速度 71

图表：2021-2026年主要商品进口数量、金额及其增长速度 71

图表：2021-2026年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 71

图表：2021-2026年外商直接投资(不含银行、证券、保险)及其增长速度 72

图表：2021-2026年对外直接投资额(不含银行、证券、保险)及其增长速度 73

图表：2021-2026年中国城镇化率 79

图表：2021-2026年中国中药材行业市场规模统计 85

图表：中国十大药材产地分布 88

图表：2021-2026年中国人参行业市场规模统计 119

图表：2021-2026年中国吉林省人参行业市场规模统计 120

图表：2021-2026年中国鲜参价格趋势 121

图表：不同收入水平的消费者对人参产品的偏好 121

图表：不同年龄阶段的消费者对人参产品的偏好 122

图表：不同性别的消费者对人参产品的偏好 122

图表：不同地区的消费者对人参产品的偏好 123

图表：野山参生产工艺流程 126

图表：2021-2026年中国人参进口数量统计 136

图表：2021-2026年中国人参进口金额统计 137

图表：2021-2026年中国人参进口地区统计 137

图表：2021-2026年中国人参进口价格统计 138

图表：2021-2026年中国人参出口数量统计 139

图表：2021-2026年中国人参出口金额统计 140

图表：2021-2026年中国人参出口地区统计 140

图表：2021-2026年中国人参出口价格统计 141

图表：龙宝参茸股份有限公司产品展示 162

图表：2021-2026年龙宝参茸股份有限公司产品产销量情况 163

图表：2021-2026年龙宝参茸股份有限公司经营情况 163

图表：吉林韩边外野山参有限公司产品展示 165

图表：吉林市龙潭区珍丰堂参茸行产品展示 169

图表：东北参茸主要产品情况 171

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：84222

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170616/84222.shtml>

在线订购：[点击这里](#)