

人参行业市场深度调研及发展趋势与投资前景研究报告(2026-2031版)

报告简介

人参(*Panax ginseng* C. A.

Mey), 为伞形目五加科人参属多年生草本植物, 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。

随着全球范围内"回归自然"浪潮的涌起, 以及人们对化学药品副作用的深入认识, 使国际市场中天然药物的用途和影响不断扩大, 天然药物的优势和特色也越来越被世人重视, 市场需求不断增长, 加之人类疾病谱的改变和医疗模式已由单纯的疾病治疗转变为预防、保健、治疗、康复相结合的新模式, 使得传统中医药更加倍受青睐。天然中药材以其"安全、有效、价廉的特点"顺势而起, 有了迅猛的发展, 人参作为其中具有代表性的品种之一, 需求不断扩大, 国际贸易量大幅增加, 价格回升。当前我国从事人参食品及提取物生产的专业厂家少, 规模小, 品种单一, 满足不了国内外市场的需要, 据调查, 目前我国人参食品、保健品的生产尚处在起始阶段, 人参消费大多以原料参为主, 深加工人参产品市场很少且无品牌优势效应, 发展人参深加工产品大有市场可为。

人参行业研究报告旨在从国家经济和产业发展的战略入手, 分析人参未来的政策走向和监管体制的发展趋势, 挖掘人参行业的市场潜力, 基于重点细分市场领域的深度研究, 提供对产业规模、产业结构、区域结构、市场竞争、产业盈利水平等多个角度市场变化的生动描绘, 清晰发展方向。预测未来人参业务的市场前景, 以帮助客户拨开政策迷雾, 寻找人参行业的投资商机。报告在大量的分析、预测的基础上, 研究了人参行业今后的发展与投资策略, 为人参企业在激烈的市场竞争中洞察先机, 根据市场需求及时调整经营策略, 为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信

息及科学的决策依据。

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、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合中道泰和公司对人参相关企业和科研单位等的实地调查，对国内外人参行业的供给与需求状况、相关行业的发展状况、市场消费变化等进行了分析。重点研究了主要人参品牌的发展状况，以及未来中国人参行业将面临的机遇以及企业的应对策略。报告还分析了人参市场的竞争格局，行业的发展动向，并对行业相关政策进行了介绍和政策趋向研判，是人参生产企业、科研单位、零售企业等单位准确了解目前人参行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 人参行业发展概述

第一节 人参的概念

一、人参的界定

二、人参的特点

第二节 人参行业发展成熟度

一、人参行业发展周期分析

二、人参行业中外市场成熟度对比

第二章 2021-2026年中国人参行业运行环境分析

第一节 2021-2026年中国宏观经济环境分析

第二节 2021-2026年中国人参行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

1、从保障居民消费力着眼

2、金融财税政策快速联动，助力疫情防控

3、宏观政策逆向调节需要加强针对性

二、人参行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2021-2026年中国人参行业发展社会环境分析

第三章 2021-2026年中国人参行业市场发展分析

第一节 人参行业市场发展现状

一、市场发展概况

二、发展热点回顾

三、市场存在问题及策略分析

第二节 人参行业技术发展

一、技术特征现状分析

二、新技术研发及应用动态

三、技术发展趋势

第三节 中国人参行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节 人参行业产销数据统计分析

一、整体市场规模

二、区域市场数据统计情况

第五节 2026-2031年人参行业市场发展趋势

第四章 中国人参行业供给情况及趋势

第一节 2021-2026年中国人参行业市场供给分析

一、人参整体供给情况分析

二、人参重点区域供给分析

第二节 人参行业供给关系因素分析

一、需求变化因素

二、厂商产能因素

三、原料供给状况

四、技术水平提高

五、政策变动因素

第三节 2026-2031年中国人参行业市场供给趋势

一、人参整体供给情况趋势分析

二、人参重点区域供给趋势分析

三、影响未来人参供给的因素分析

第五章 人参行业产品价格分析

第一节 中国人参行业产品历年价格回顾

第二节 中国人参行业产品当前市场价格

一、产品当前价格分析

二、产品未来价格预测

第三节 中国人参行业产品价格影响因素分析

一、全球经济形式及影响

二、人民币汇率变化影响

三、其它

第六章 人参主要上下游产品分析

第一节 人参上下游分析

一、与行业上下游之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 人参行业产业链分析

一、行业上游影响及风险分析

二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第七章 2021-2026年中国人参行业渠道分析及策略

第一节 人参行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对人参行业的影响

三、主要人参企业渠道策略研究

四、各区域主要代理商情况

第二节 人参行业用户分析

一、用户认知程度分析

二、用户需求特点分析

三、用户购买途径分析

第三节 人参行业营销策略分析

一、中国人参营销概况

二、人参营销策略探讨

三、人参营销发展趋势

第八章 2021-2026年中国人参行业主要指标监测分析

第一节 2021-2026年中国人参产业工业总产值分析

一、2021-2026年中国人参产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2021-2026年中国人参产业主营业务收入分析

一、2021-2026年中国人参产业主营业务收入分析

二、不同规模企业主营业务收入分析

三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节 2021-2026年中国人参产业产品成本费用分析

一、2021-2026年中国人参产业销售成本分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2021-2026年中国人参产业利润总额分析

一、2021-2026年中国人参产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节 2021-2026年中国人参产业资产负债分析

一、2021-2026年中国人参产业资产负债分析

二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析

第六节 2021-2026年中国人参行业财务指标分析

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

第九章 中国人参行业区域市场分析

第一节 华北地区人参行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年行业发展前景预测

四、2026-2031年行业投资风险预测

第二节 东北地区人参行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年行业发展前景预测

四、2026-2031年行业投资风险预测

第三节 华东地区人参行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年行业发展前景预测

四、2026-2031年行业投资风险预测

第四节 华南地区人参行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年行业发展前景预测

四、2026-2031年行业投资风险预测

第五节 华中地区人参行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年行业发展前景预测

四、2026-2031年行业投资风险预测

第六节 西部地区人参行业分析

一、2021-2026年行业发展现状分析

二、2021-2026年市场规模情况分析

三、2026-2031年行业发展前景预测

四、2026-2031年行业投资风险预测

第十章 公司对人参行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 2021-2026年人参行业竞争格局分析

一、2021-2026年国内外人参竞争分析

二、2021-2026年我国人参市场竞争分析

三、2026-2031年国内主要人参企业动向

第十一章 人参企业竞争策略分析

第一节 人参市场竞争策略分析

一、2021-2026年人参市场增长潜力分析

二、2021-2026年人参主要潜力品种分析

三、现有人参产品竞争策略分析

四、潜力人参品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 人参企业竞争策略分析

第三节 人参行业产品定位及市场推广策略分析

一、人参行业产品市场定位

二、人参行业广告推广策略

三、人参行业产品促销策略

四、人参行业招商加盟策略

五、人参行业网络推广策略

第十二章 人参企业竞争分析

第一节 正官庄六年根商业(上海)有限公司

一、企业基本情况

二、企业产品分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第二节 康美药业股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第三节 吉林紫鑫药业股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第四节 中国北京同仁堂(集团)有限责任公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节 吉林敖东药业集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第六节 上海市药材有限公司

一、企业基本情况

二、企业产品分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第七节 龙宝参茸股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业产品分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第八节 杭州胡庆余堂药业有限公司

一、企业发展概况

二、企业产品分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第九节 长白山皇封参业股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十节 威州许氏洋参[南京]有限公司

一、企业基本情况

二、企业产品分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第十三章 人参行业投资战略研究

第一节 人参行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国人参品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、人参实施品牌战略的意义

三、人参企业品牌的现状分析

四、我国人参企业的品牌战略

五、人参品牌战略管理的策略

第三节 人参行业投资战略研究

附录

第一节 吉林省人民政府办公厅关于推进人参产业高质量发展的意见

第二节 《促进健康产业高质量发展行动纲要》

第三节 吉林省人参及其制品价格认定操作规则

第四节 《“健康中国”规划纲要》

图表目录

图表：人参行业生产数据统计

图表：人参行业种植环节产值数据统计

图表：白参价格走势

图表：人参行业主要销售渠道对比

图表：人参行业主要销售渠道对于行业影响力分析

图表：人参直营代理分布情况

图表：2021-2026年中国人参产业工业总产值分析

图表：2021-2026年中国人参产业不同规模企业工业总产值分析

图表：2021-2026年中国人参产业不同所有制企业工业总产值比较

图表：2021-2026年中国人参产业主营业务收入分析

图表：2021-2026年中国人参产业不同规模企业主营业务收入分析

图表：2021-2026年中国人参产业不同所有制企业主营业务收入比较

图表：2021-2026年中国人参产业销售成本分析

图表：2021-2026年中国人参产业不同规模企业销售成本比较分析

图表：2021-2026年中国人参产业不同所有制企业销售成本比较分析

图表：2021-2026年中国人参产业利润总额分析

图表：2021-2026年中国人参产业不同规模企业利润总额比较分析

图表：2021-2026年中国人参产业不同所有制企业利润总额比较分析

图表：2021-2026年中国人参产业资产负债分析

图表：2021-2026年中国人参产业不同规模企业资产负债比较分析

图表：2021-2026年中国人参产业不同所有制企业资产负债比较分析

图表：2021-2026年中国人参产业行业盈利能力分析

图表：2021-2026年中国人参产业行业偿债能力分析

图表：2021-2026年中国人参产业行业营运能力分析

图表：华北地区城市坐标图

图表：2021-2026年华北地区市场规模情况

图表：东北地区城市坐标图

图表：2021-2026年东北地区市场规模情况

图表：华东地区城市坐标图

图表：2021-2026年华东地区市场规模情况

图表：华南地区城市坐标图

图表：2021-2026年华南地区市场规模情况

图表：华中地区城市座标图

图表：2021-2026年华中地区市场规模情况

图表：2021-2026年西部地区市场规模情况

图表：正官庄六年根商业(上海)有限公司的产品

图表：2021-2026年康美药业股份有限公司销售收入及盈利水平

图表：2021-2026年康美药业股份有限公司资产及负债情

图表：2021-2026年康美药业股份有限公司成本费用情况

图表：吉林紫鑫药业股份有限公司销售收入及盈利水平

图表：吉林紫鑫药业股份有限公司资产及负债

图表：吉林紫鑫药业股份有限公司成本费用

图表：2021-2026年中国北京同仁堂(集团)有限责任公司销售收入及盈利水平

图表：2021-2026年中国北京同仁堂(集团)有限责任公司资产及负债

图表：中国北京同仁堂(集团)有限责任公司成本费用

图表：2021-2026年吉林敖东药业集团股份有限公司销售收入及盈利水平

图表：2021-2026年吉林敖东药业集团股份有限公司资产及负债

图表：2021-2026年吉林敖东药业集团股份有限公司成本费用

图表：上海市药材有限公司产品

图表：2021-2026年长白山皇封参业股份有限公司销售收入及盈利水平

图表：2021-2026年长白山皇封参业股份有限公司企业资产及负债

图表：2021-2026年长白山皇封参业股份有限公司成本费用

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 : 185569

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20201016/185569.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)