

2024-2030年中国人参市场 深度分析与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国人参市场深度分析与市场供需预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202404/452418.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国人参市场深度分析与市场供需预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第1章：人参行业的概念界定及发展环境剖析 1.1 人参行业概念界定 1.1.1 人参的概念及价值 （1）人参定义 （2）人参功能 1.1.2 人参的分类 1.1.3 人参所属的国民经济分类 1.1.4 本报告的数据来源及统计口径说明 1.2 人参行业市场环境分析 1.2.1 政策环境分析 （1）行业监管体制及主管部门 （2）行业相关标准 （3）行业政策法规 （4）行业政策规划 （5）政策环境对行业的影响分析 1.2.2 经济环境分析 （1）宏观经济环境发展现状及展望 （2）消费情况变化 （3）宏观经济对行业的影响分析 1.2.3 社会环境分析 （1）中国人口规模及结构 （2）国民养生、保健意识提升 （3）中国城市化与保健需求 （4）传统礼仪与礼品消费 （5）社会环境对行业发展的影响分析 1.2.4 技术环境分析 （1）中国人参种植技术及与韩国的对比 （2）中国人参加工技术及与韩国的对比 （3）中国人参相关专利的申请及公开情况 （4）技术环境对行业的影响分析 1.2.5 行业市场环境综述 第2章：全球人参行业市场发展现状分析 2.1 全球人参行业市场供给及需求现状 2.1.1 全球人参行业种植类型及产量分析 2.1.2 全球人参贸易发展情况 2.1.3 全球人参行业市场规模 2.2 全球人参行业市场竞争格局分析 2.2.1 全球人参行业产地区域格局分析 2.2.2 全球人参行业进出口交易国别格局 2.3 国际典型地区人参行业市场分析 2.3.1 韩国人参行业市场发展分析 （1）韩国人参种类及市场特征 （2）韩国人参产量及出口情况 （3）韩国人参行业需求量及进口情况 （4）韩国人参行业市场需求规模 2.3.2 美国人参行业市场发展分析 （1）美国人参种类及市场特征 （2）美国人参行业产量及出口情况 （3）美国人参行业需求量及进口情况 2.3.3 加拿大人参行业市场发展分析 （1）加拿大人参种类及市场特征 （2）加拿大人参行业产量及出口情况 （3）加拿大人参行业需求量及进口情况 2.4 国际典型人参加工企业案例简析 2.4.1 韩国人参公社 2.4.2 美国许氏人参企业 2.5 全球人参行业市场发展趋势分析 2.5.1 全球人参行业市场供给前景分析 2.5.2 全球人参行业市场需求前景分析 2.5.3 全球人参产品发展趋势分析 第3章：中国人参行业市场发展现状分析 3.1 中国人参行业发展历程及行业市场特征 3.1.1 中国人参行业发展历程 3.1.2 中国人参行业发展特点 3.2 中国人参行业市场供给及需求现状分析 3.2.1 中国人参行业参与者类型 （1）传统参类制品企业 （2）医药企业 （3）保健品企业 3.2.2 中国人参市场供给研究 （1）产品产量 （2）产品产值 3.2.3 中国人参市场需求研究 （1）市场需求特征 （2）人参的销量 （3）行业销售收入 3.2.4 中国人参行业进出口统计 （1）中国人参进出口概况 （2）中国人参行业进口统计 （3）中国人参

行业出口统计 3.2.5 中国人参行业供需平衡现状 3.2.6 中国人参价格水平分析 (1) 人参市场价格影响因素 (2) 人参市场价格走势分析 3.3 中国人参行业经济效益及经营状况分析 3.3.1 人参上市企业经营情况分析 3.3.2 人参上市企业获利水平 3.4 中国人参行业发展痛点分析

第4章：中国人参行业竞争状态及市场格局分析 4.1 人参行业波特五力模型分析 4.1.1 现有竞争者之间的竞争 4.1.2 关键要素的供应商议价能力分析 4.1.3 消费者议价能力分析 4.1.4 行业潜在进入者分析 4.1.5 替代品风险分析 4.1.6 竞争情况总结 4.2 中国人参与韩国人参的优劣势对比 4.2.1 中国人参对比韩国人参优势分析 (1) 中韩人参同出一源 (2) 人参加工方式与营养价值含量相似 (3) 消费市场高度重合 4.2.2 中国人参对比韩国人参劣势分析 (1) 种植技术对比 (2) 加工技术对比 (3) 产品品牌包装对比 (4) 管理机制对比 (5) 管理标准及认证严格程度对比 (6) 产业挖掘深度对比 (7) 政策对比 4.3 中国人参细分产品市场结构 4.4 中国人参区域市场发展格局 4.4.1 中国人参区域市场供应格局 4.4.2 中国人参区域市场消费格局 4.5 中国人参企业/品牌竞争格局 4.6 中国人参市场集中度分析 4.6.1 区域集中度分析 4.6.2 品牌集中度 4.7 中国人参行业投融资、兼并及重组分析 4.7.1 行业投融资状况 4.7.2 行业并购重组分析

第5章：中国人参行业产业链全景解析 5.1 人参行业产业链全景预览 5.1.1 人参行业产业链全景预览 5.1.2 人参行业成本结构分析 5.2 人参行业上游种植市场发展状况 5.2.1 中国人参种植市场发展现状 5.2.2 中国人参种植区域供给规模 5.2.3 中国人参种植面积 5.2.4 中国人参种植市场发展趋势 (1) 广泛收集种质资源，选育优良品种 (2) 攻克人参连作障碍保障人参种植业可持续发展 (3) 大力发展非林种植人参模式 5.3 人参行业中游加工市场发展状况 5.3.1 人参加工市场发展现状 5.3.2 人参加工涉及的设备类型 (1) 人参清洗机械设备 (2) 人参烘干机械设备 (3) 人参分选机械设备 (4) 人参包装机械设备 (5) 人参加工通用机械设备 5.3.3 人参加工相关设备的市场供给 5.3.4 人参加工企业发展格局 5.3.5 人参加工市场发展趋势

第6章：中国人参中游细分产品市场需求潜力 6.1 中国人参中游细分产品需求特征对比 6.2 中国人参日用品市场需求潜力 6.2.1 人参日用品的概念界定及分类 (1) 人参日用品的定义及特征 (2) 人参日用品的分类 6.2.2 人参日用品需求规模 6.2.3 人参日用品市场竞争分析 6.2.4 人参日用品市场前景分析 6.3 中国人参保健品市场需求潜力 6.3.1 人参保健品的概念界定及分类 (1) 人参保健品的定义及特征 (2) 人参保健品的分类 6.3.2 人参保健品的需求规模 6.3.3 人参保健品的市场竞争分析 6.3.4 人参保健品的市场前景分析

第7章：中国人参下游销售渠道及重点区域市场发展解析 7.1 中国人参行业下游销售渠道分布及发展现状 7.1.1 线下渠道发展现状及竞争格局 7.1.2 线上渠道发展现状及竞争格局 7.2 中国人参行业重点区域市场发展状况解析 7.2.1 吉林省 (1) 行业区域发展环境 (2) 行业区域市场供给及出口 (3) 行业区域市场竞争 (4) 行业区域发展问题 (5) 行业区域发展前景分析 7.2.2 辽宁省 (1) 行业区域发展环境 (2) 行业区域市场供给及出口 (3) 行业区域市场竞争 (4) 行业区域发展问题

(5) 行业区域发展前景分析 7.2.3 黑龙江省 (1) 行业区域发展环境 (2) 行业区域市场供给及出口 (3) 行业区域市场竞争 (4) 行业区域发展问题 (5) 行业区域发展前景分析

第8章：中国人参行业供应链代表性企业案例研究 8.1 中国人参行业供应链企业代表发展对比 8.2 中国人参供应链代表性企业案例分析 8.2.1 参仙源参业股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业人参业务布局 (5) 企业发展人参业务的优劣势分析 8.2.2 通化盛吉信生物科技股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业人参业务布局 (5) 企业发展人参业务的优劣势分析 8.2.3 吉林加一健康产业股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业人参业务布局 (5) 企业发展人参业务的优劣势分析 8.2.4 长白山皇封参业股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业人参业务布局 (5) 企业发展人参业务的优劣势分析 8.2.5 浙江兰溪锦荣生物科技股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业人参业务布局 (5) 企业发展人参业务的优劣势分析 8.2.6 中国医药健康产业股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业人参业务布局 (5) 企业发展人参业务的优劣势分析 8.2.7 吉林紫鑫药业股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业人参业务布局 (5) 企业发展人参业务的优劣势分析 8.2.8 通化百泉参业集团股份有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业人参业务布局 (5) 企业发展人参业务的优劣势分析 8.2.9 吉林省长白山人参有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业人参业务布局 (5) 企业发展人参业务的优劣势分析 8.2.10 吉林省长白山三生健康管理有限公司 (1) 企业发展历程及基本信息 (2) 企业经营状况介绍 (3) 企业业务结构及销售网络 (4) 企业人参业务布局 (5) 企业发展人参业务的优劣势分析

第9章：中国人参行业趋势前景预测及投资机会分析 9.1 人参行业发展前景预测 9.1.1 行业市场容量预测 (1) 产量预测 (2) 需求预测 9.1.2 行业发展趋势预测 (1) 出口趋势预测 (2) 产品发展趋势预测 (3) 价格趋势预测 (4) 产量趋势预测 9.2 人参行业投资特性分析 9.2.1 行业进入壁垒分析 (1) 原产地壁垒 (2) 资源壁垒 (3) 品牌壁垒 (4) 规模化经营壁垒 (5) 技术壁垒 9.2.2 行业投资风险预警 (1) 人参行业经营风险及控制策略 (2) 人参行业食品安全风险及控制策略 (3) 人参市场竞争风险及控制策略 (4) 人参行业技术风险及控制策略 9.3 人参行业投资价值与投资机会 9.3.1 行业投资价值分析 9.3.2 行业投资机会分析 (1) 产业链投资机会分析 (2) 重点区域投资机会分析 (3) 细分市场投资机会分析 (4) 产业空白点

投资机会 9.4 人参行业品牌及竞争策略与可持续发展建议 9.4.1 行业品牌策略分析 (1) 企业品牌的重要性 (2) 人参企业品牌的现状分析 (3) 我国人参企业的品牌战略 (4) 人参品牌战略管理的策略 9.4.2 人参市场竞争策略分析 (1) 成本领先战略 (2) 差异化战略 (3) 集中化战略 9.4.3 行业可持续发展建议 (1) 扩大品牌效应 (2) 规范标准建立 (3) 研发技术提升

图表目录 图表1：人参功能分析 图表2：人参品种的分类 图表3：人参行业所属的国民经济分类 图表4：本报告主要数据来源 图表5：人参行业监管部门 图表6：国家层面发布的人参行业现行标准 图表7：截至2021年我国人参行业相关政策法规 图表8：截至2021年人参行业相关规划 图表9：2009-2021年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%） 图表10：2021年主要经济指标增长预测（单位：%） 图表11：疫情对中国经济影响（2020年GDP增速）的三种可能性（单位：%） 图表12：2010-2021年中国城镇居民家庭和农村居民家庭人均可支配收入变动图（单位：元，%） 图表13：2014-2021年中国居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%） 图表14：2015-2021年中国居民人均消费支出（单位：元） 图表15：2015-2021年中国居民消费结构情况（单位：元） 图表16：2013-2021年中国大陆人口数量情况（单位：亿人） 图表17：2021年年末中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%） 图表18：城市化与医疗保健行业的关系 图表19：2002-2021年我国人参行业技术专利申请情况（单位：项） 图表20：2002-2021年我国人参行业技术专利公开情况（单位：项） 图表21：截至2021年初我国人参行业技术专利申请人排行（前二十位）（单位：项，%） 图表22：截至2021年初中国人参行业技术专利分布领域（前二十位）（单位：项，%） 图表23：市场环境对人参行业发展的影响评述 图表24：2012-2021年全球人参行业进出口量走势（单位：吨） 图表25：2012-2021年全球人参行业进出口金额走势（单位：亿美元） 图表26：2017-2021年全球人参行业市场规模变化（单位：亿美元） 图表27：全球人参产量区域格局（单位：%） 图表28：2021年全球人参行业进口金额国别及地区结构（单位：万美元） 图表29：2021年全球人参行业出口金额国别及地区结构（单位：万美元） 图表30：韩国人参产量按细分品种结构（单位：%） 图表31：2012-2021年韩国人参产量走势（单位：吨） 图表32：2012-2021年韩国人参行业出口量及出口金额走势（单位：吨，万美元） 图表33：2012-2021年韩国人参行业进口量及进口金额走势（单位：吨，万美元） 图表34：2012-2021年美国人参行业出口量及出口金额走势（单位：吨，万美元） 图表35：2012-2021年美国人参行业进口量及进口金额走势（单位：吨，万美元） 图表36：2012-2021年加拿大人参行业出口量及出口金额走势（单位：吨，万美元） 图表37：2012-2021年加拿大人参行业进口金额走势（单位：万美元） 图表38：韩国人参公社组织架构图 图表39：2022-2027年全球人参行业市场供给规模预测（单位：万吨） 图表40：2022-2027年全球人参行业市场需求规模预测（单位：亿美元） 图表41：我国人参行业发展历程分析 图表42：人参行业特点分析 图表43：中国人参行业参与者类型 图表44：我国国内

人参市场传统参类制品企业 图表45：我国国内人参市场主要医药企业 图表46：我国国内人参市场保健品企业 图表47：2014-2021年中国人参产量变化（单位：吨，%） 图表48：2022-2027年中国吉林省人参产值情况分析（单位：亿元） 图表49：人参消费群体分析 图表50：我国人参购买用途分析（单位：%） 图表51：我国人参购买渠道分析（单位：%） 图表52：购买人参时考虑价格分析（单位：%） 图表53：购买人参时考虑因素分析（单位：%） 图表54：2017-2021年我国人参表观消费量情况分析（单位：吨） 图表55：2016-2021年我国人参产业市场规模情况分析（单位：亿元） 图表56：2018-2021年中国人参行业进出口状况表（单位：万美元，吨） 图表57：2017-2021年中国人参行业进口情况分析（单位：吨，万美元） 图表58：2021年中国人参行业进口国别情况分析（单位：吨，万美元） 图表59：2021年中国人参行业进口贸易方式情况分析（单位：吨，万美元，%） 图表60：2021年中国人参行业进口企业注册地情况分析（单位：吨，万美元） 图表61：2017-2021年中国人参行业进口价格水平分析（单位：万美元/吨） 图表62：2016-2021年中国人参行业出口情况分析（单位：吨，万美元） 图表63：2021年中国人参行业出口国别及地区TOP10情况分析（按出口数量）（单位：吨） 图表64：2021年中国人参行业出口国别及地区TOP10情况分析（按出口金额）（单位：万美元） 图表65：2021年中国人参行业出口贸易方式情况分析（单位：吨，万美元，%） 图表66：2021年中国人参行业出口企业注册地情况分析（单位：吨，万美元） 图表67：2017-2021年中国人参行业出口价格水平分析（单位：万美元/吨） 图表68：人参市场价格的影响因素 图表69：2019-2021年我国人参市场价格走势（单位：元/斤） 图表70：人参行业代表性上市公司 图表71：2017-2021年人参行业四家上市企业营收增长趋势图（单位：亿元） 图表72：2017-2021年人参行业四家上市企业毛利率趋势图（单位：%） 图表73：中国人参行业发展痛点分析 图表74：人参行业现有企业的竞争分析表 图表75：人参行业对上游议价能力分析表 图表76：人参行业对下游议价能力分析表 图表77：人参行业潜在进入者威胁分析表 图表78：中国人参行业五力竞争综合分析 图表79：我国国内人参企业产品特征 图表80：我国人参区域市场消费情况 图表81：截至2021年我国人参市场影响力前十的品牌 图表82：我国人参产量分布情况（单位：%） 图表83：2015-2021年我国人参行业投资事件汇总 图表84：2015-2021年我国人参行业并购事件汇总 图表85：人参行业产业链示意图 图表86：我国人参种植行业存在问题分析 图表87：我国人参产区情况 图表88：2016-2021年我国人参种植面积（单位：公顷） 图表89：我国人参产品甘萁 图表90：我国人参加工主要工艺流程 图表91：我国人参清洗机械设备介绍 图表92：滚筒式人参清洗机示例 图表93：我国人参烘干主要方法介绍 图表94：远红外负压烘干机示例 图表95：我国人参分选机械设备介绍 图表96：我国人参分选机示例 图表97：截至2021年我国人参加工相关设备产品信息（单位：条） 图表98：中国人参中游细分产品需求概述 图表99：人参日用品及相关产品分析 图表100：2016-2021

年益盛药业人参化妆品销售收入情况分析（单位：万元，%） 图表101：我国人参日用品主要企业分析 图表102：保健类人参产品分析 图表103：保健类人参食品分析 图表104：2016-2021年益盛药业人参保健品销售收入情况分析（单位：万元，%） 图表105：我国人参保健品主要企业分析 图表106：中国人参行业线下渠道分析 图表107：洋参类保健品线下各销售渠道分布（单位：%） 图表108：中国人参行业主要线上渠道布局分析 图表109：吉林省人参产业政策汇总 图表110：吉林省人参产业分布图 图表111：2014-2021年吉林省人参播种面积情况（单位：公顷） 图表112：2014-2021年吉林省人参产量及变化情况（单位：吨，%） 图表113：2017-2021年吉林省人参行业出口情况分析（单位：吨，万美元） 图表114：吉林省人参产业市场竞争分析 图表115：吉林省人参产业发展问题 图表116：辽宁省人参产业政策汇总 图表117：2014-2021年辽宁省人参产量及变化情况（单位：吨，%） 图表118：2017-2021年辽宁省人参行业出口情况分析（单位：吨，万美元） 图表119：辽宁省人参产业市场竞争分析 图表120：辽宁省人参产业发展问题 略····完整目录请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/452418.html>