

2020-2025年中国人参行业市场前景预测及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国人参行业市场前景预测及投资方向研究报告》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：https://www.huaon.com/channel/health_products/616016.html

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

人参是五加科人参属多年生宿根草本植物。人参之所以很稀奇,很名贵,主要与它的药用价值有关。几千年来,中草药中人参都被列为“上品”。因为它难得,所以无论从药用价值还是经济价值来说都是异常珍贵的,被大家誉为“中药之王”和“百草之王”。

从产量上看,数据显示,我国人参产量2014-2018年呈现出不断上升的趋势,到2018年的时候,我国人参产量已经达到38567吨,同比上涨约7.5%。

2014-2018年我国人参行业产量统计

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。

报告目录:

第一章 世界人参行业发展情况分析

第一节 世界人参行业分析

一、世界人参行业特点

二、世界人参产能状况

三、世界人参行业动态

第二节 世界人参市场分析

一、世界人参生产分布

二、世界人参消费情况

三、世界人参消费结构

四、世界人参价格分析

第三节 2019年中外人参市场对比

第二章 中国人参行业供给情况分析 & 趋势

第一节 2015-2019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 2020-2025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

第三章 信息社会下人参行业宏观经济环境分析

第一节 2015-2019年全球经济环境分析

一、2019年全球经济运行概况

二、2020-2025年全球经济形势预测

第二节 信息时代对全球经济的影响

一、国际信息时代发展趋势及其国际影响

二、对各国实体经济的影响

第三节 信息时代对中国经济的影响

一、信息时代对中国实体经济的影响

二、信息时代影响下的主要行业

三、中国宏观经济政策变动及趋势

四、2019年中国宏观经济运行概况

五、2020-2025年中国宏观经济趋势预测

第四章 2019年中国人参行业发展概况

第一节 2019年中国人参行业发展态势分析

第二节 2019年中国人参行业发展特点分析

第三节 2019年中国人参行业市场供需分析

第五章 2019年中国人参所属行业整体运行状况

第一节 2019年人参所属行业盈利能力分析

第二节 2019年人参所属行业偿债能力分析

第三节 2019年人参所属行业营运能力分析

第六章 2015-2019年中国人参所属行业进出口市场分析

第一节 2015-2019年人参所属行业进出口特点分析

第二节 2015-2019年人参所属行业进出口量分析

从具体进出口量与进出口金额看，人参的进出口状况存在较大差距。海关数据显示，2019年，中国人参出口数量为3578.95吨，约为进口数量的2.32倍，出口额达到13854.95万美元，约为进口金额的1.81倍。

2017-2020年Q1我国人参行业进出口数量

2017-2020年Q1我国人参行业进出口金额

一、进口分析

二、出口分析

第三节 2020-2025年人参所属行业进出口市场预测

一、进口预测

二、出口预测

第七章 2019年中国人参行业竞争情况分析

第一节 中国人参行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒 / 退出机制

四、行业周期

第二节 中国人参行业竞争结构分析

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

第三节 2020-2025年中国人参行业市场竞争策略展望分析

一、人参行业市场竞争趋势分析

二、人参行业市场竞争格局展望分析

三、人参行业市场竞争策略分析

第八章 2020-2025年人参所属行业投资价值及所属行业发展预测

第一节 2015-2019年人参所属行业成长性分析

第二节 2015-2019年人参所属行业经营能力分析

第三节 2015-2019年人参所属行业盈利能力分析

第四节 2015-2019年人参所属行业偿债能力分析

第五节 2020-2025年我国人参所属行业产值预测

第六节 2020-2025年我国人参所属行业销售收入预测

第七节 2020-2025年我国人参所属行业总资产预测

第九章 2015-2019年中国人参所属行业重点区域运行分析

第一节 2015-2019年华东地区人参产业行业运行情况

第二节 2015-2019年华南地区人参产业行业运行情况

第三节 2015-2019年华中地区人参产业行业运行情况

第四节 2015-2019年华北地区人参产业行业运行情况

第五节 2015-2019年西北地区人参产业行业运行情况

第六节 2015-2019年西南地区人参产业行业运行情况

第七节 2015-2019年东北地区人参产业行业运行情况

第八节 主要省市集中度及竞争力分析

第十章 2019年中国人参行业重点企业竞争力分析

第一节 正官庄六年根商业(上海)有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第二节 康美药业股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第三节 吉林紫鑫药业股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第四节 吉林省集安益盛药业股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第五节 中国北京同仁堂(集团)有限责任公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第六节 吉林敖东药业集团股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第七节 上海市药材有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第八节 龙宝参茸股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第九节 杭州胡庆余堂药业有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第十节 长白山皇封参业股份有限公司

一、公司基本情况

二、公司主要财务指标分析

三、公司投资情况

四、公司未来战略分析

第十一章 2020-2025年中国人参行业消费市场分析

第一节 人参市场消费需求分析

一、人参市场的消费需求变化

二、人参行业的需求情况分析

三、2019年人参品牌市场消费需求分析

第二节 人参消费市场状况分析

一、人参行业消费特点

二、人参行业消费分析

三、人参行业消费结构分析

四、人参行业消费的市场变化

五、人参市场的消费方向

第三节 人参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、人参行业品牌忠诚度调查

六、人参行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第十二章 中国人参行业投资策略分析

第一节 2015-2019年中国人参行业投资环境分析

第二节 2015-2019年中国人参行业投资收益分析

第三节 2015-2019年中国人参行业产品投资方向

第四节 2020-2025年中国人参行业投资收益预测

一、预测理论依据

二、2020-2025年中国人参行业工业总产值预测

三、2020-2025年中国人参行业行业销售收入预测

四、2020-2025年中国人参行业利润总额预测

五、2020-2025年中国人参行业总资产预测

第十三章 中国人参行业投资风险分析

第一节 中国人参行业内部风险分析

一、市场竞争风险分析

二、技术水平风险分析

三、企业竞争风险分析

四、企业出口风险分析

第二节 中国人参行业外部风险分析

一、宏观经济环境风险分析

二、行业政策环境风险分析

三、关联行业风险分析

第十四章 人参行业发展趋势与投资战略研究

第一节 人参市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

第二节 人参行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节 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、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第十五章 2020-2025年人参行业市场策略分析

第一节 人参行业营销策略分析及建议

一、人参行业营销模式

二、人参行业营销策略

三、外销与内销优势分析

第二节 人参行业企业经营发展分析及建议

一、人参行业经营模式

第三节 多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

第四节 市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第十六章 行业发展趋势及投资建议分析

第一节 2020-2025年全国市场规模及增长趋势

第二节 2020-2025年全国投资规模预测（AK LWY）

第三节 2020-2025年市场盈利预测

第四节 中国营销企业投资运作模式分析

第五节 项目投资建议

一、项目投资注意事项

二、销售注意事项

图表目录：

图表：人参行业生命周期

图表：人参行业产业链结构

图表：2015-2019年全球人参行业市场规模

图表：2015-2019年中国人参行业市场规模

图表：2015-2019年人参行业重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国人参市场占全球份额比较

图表：2015-2019年人参行业竞争力分析

图表：2015-2019年人参行业产能分析

图表：2015-2019年人参行业产量分析

图表：2015-2019年人参行业需求分析

图表：2015-2019年人参行业集中度

图表：2020-2025年人参行业市场规模预测

图表：2020-2025年人参行业营业收入预测

图表：2020-2025年中国人参行业供给预测

图表：2020-2025年中国人参行业需求预测

图表：2020-2025年中国人参行业供需平衡预测

更多图表见正文.....

详细请访问：https://www.huaon.com/channel/health_products/616016.html