

# 2025-2031年中国人参行业 分析与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2025-2031年中国人参行业分析与发展前景预测报告》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/202411/472483.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《2025-2031年中国人参行业分析与发展前景预测报告》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全球人参行业市场的需求前景分析
  - 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 中国人参保健用品市场需求潜力

### 6.3.1 人参保健用品的概念界定及分类

(1) 人参保健用品的定义及特征

(2) 人参保健用品的分类

### 6.3.2 人参保健用品需求规模

### 6.3.3 人参保健用品市场竞争分析

### 6.3.4 人参保健用品市场前景分析

## 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2024年我国人参行业相关政策法规

图表8：截至2024年人参行业相关规划

图表9：2020-2024年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）

图表10：2024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（2024年GDP增速）的三种可能性（单位：%）

图表12：2020-2024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13：2020-2024年中国居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）

图表14：2020-2024年中国居民人均消费支出（单位：元）

图表15：2020-2024年中国居民消费结构情况（单位：元）

图表16：2020-2024年中国大陆人口数量情况（单位：亿人）

图表17：2024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19：2020-2024年我国人参行业技术专利申请情况（单位：项）

图表20：2020-2024年我国人参行业技术专利公开情况（单位：项）

图表21：截至2024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2024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24：2020-2024年全球人参行业进出口量走势（单位：吨）

图表25：2020-2024年全球人参行业进出口金额走势（单位：亿美元）

图表26：2020-2024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28：2024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29：2024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31：2020-2024年韩国人参产量走势（单位：吨）

图表32：2020-2024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33：2020-2024年韩国人参行业进口量及进口金额走势（单位：吨，万美元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202411/472483.html>