

2016-2022年中国人参酒行业市场运行态势及投资 战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国人参酒行业市场运行态势及投资战略研究报告》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/detail/282478.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：味甘微苦；生者性平，熟者偏温。功在补五脏，益六腑，安精神，健脾补肺，益气生津，大补人体之元气，能增强大脑皮质兴奋过程的强度和灵活性，有强壮作用，使身体对多种致病因子的抗病力增强，改善食欲和睡眠，增强性功能，并能降低血糖、抗毒、抗癌，提高人体对缺氧的耐受能力等作用。

用白酒浸泡某些人参，人参的有效成分便溶解到酒内。酒作为人类饮用历史最长的一种植物发酵酒精饮料，得到人参的滋养，不仅吸收了人参的药用养分，而人参有解除急性酒精中毒和烂醉的功效，人参酒就有了非比寻常的特殊功效。用人参泡酒有补五脏，安精神，定魂魄，止惊悸，除邪气，明目，开心益智的作用，一切气血津液不足之证。补气养血，暖胃散寒。

人参能增强人的新陈代谢,对身体有滋补作用。人参酒对身体虚弱、精神萎靡、四肢无力的中老年人，有一定的强壮作用。

人参经酒浸后，70% -80%有效成分溶于酒中，但人参内仍存有滋补成分，一般是将人参放于酒瓶中起到继续浸提的作用，另外色增加了人参酒的特征和美观。

根据相关统计，亚洲地区人参酒市场占全球的90%以上，其次是美国占4.2%，欧洲占3.5%。

2015年全球人参酒市场格局：%

资料来源：公开资料整理

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 人参酒行业概述1

第一节 人参酒行业概述1

一、人参酒行业定义1

二、人参酒行业产品分类2

三、人参酒行业产品特性4

第二节 人参酒行业生命周期分析4

一、行业生命周期概述4

二、人参酒行业所属的生命周期4

第三节 人参酒行业产业链模型分析6

一、产业链模型介绍6

二、人参酒行业产业链模型分析8

第二章 2014-2015年中国人参酒产业运行环境分析10

第一节 2014-2015年中国人参酒产业经济发展环境分析10

- 一、2015年国内生产总值10
- 二、2015年全国居民消费价格指数11
- 三、2013-2015年全国居民收入情况分析14
- 四、2015年我国居民收入基尼系数15
- 五、2015年全国固定资产投资情况16
- 六、2015年社会消费品零售总额17
- 七、2015年我国进出口总额18

第二节 2014-2015年中国人参酒产业政策发展环境分析20

- 一、人参酒产业相关政策分析20
- 二、人参酒进出口关税分析25
- 三、产业生产标准分析25

第三节 2014-2015年中国人参酒产业社会环境发展分析26

- 一、人口环境分析26
- 二、教育环境分析28
- 三、文化环境分析31
- 四、生态环境分析33
- 五、中国城镇化率35
- 六、居民的各种消费观念和习惯36

第四节 2014-2015年中国人参酒产业技术环境发展分析38

第三章 2013-2015年世界人参酒产业运行走势分析40

第一节 2013-2015年全球人参酒行业运行概况40

- 一、全球人参酒行业市场发展状况40
- 二、全球人参酒行业特点分析40
- 三、国外人参酒行业技术现状分析41
- 三、全球人参酒行业市场竞争状况42

第二节 2013-2015年全球人参酒行业区域市场运营情况分析43

- 一、美国人参酒市场发展分析43
- 二、欧洲市场发展分析44
- 三、日本市场发展分析45

第三节 2016-2022年全球人参酒行业发展趋势预测分析47

第四章 2013-2014年中国人参酒产业市场运行态势分析48

第一节 中国人参酒产品供给分析分析48

一、人参酒行业总体产能规模48

2015年我国人参酒生产企业近100家，行业较大的企业数量很少。2015年我国人参酒行业产能约8.5万吨。2015年我国主要人参酒企业产能情况如下图所示：

2015年中国主要人参酒企业产能情况

企业名称

产能（吨）

白山市林海雪原酿酒有限公司

30000

吉林宝露酿酒有限公司

20000

吉林东北长白山保健食品有限公司

5000

吉林金色人酒业有限公司

4000

白山市林海雪原酿酒有限公司

3000

长白山皇封参业有限公司

1500

长春市神农梅花鹿生物科技有限公司

1000

资料来源：公开资料整理

近几年随着国内保健酒行业的飞速发展，国内的人参酒企业产能不断扩大。如下图所示：

2010-2015年中国人参酒行业产能情况

资料来源：公开资料整理

二、人参酒行业生产区域分布49

目前，我国人参酒行业生产区域主要集中在东北地区。2015年中国人参酒行业生产区域分布如下图所示：

2015年中国人参酒行业产量分布

资料来源：公开资料整理

三、2010-2015年中国人参酒产量分析50

2015年我国人参酒产量6.67万吨，同比2014年的5.21万吨增长了28.02%。近几年我国人参酒行业产量情况如下图所示：

2010-2015年中国人参酒产量情况

资料来源：公开资料整理

四、供给影响因素分析50

第二节 中国人参酒行业市场需求分析51

一、2010-2015年中国人参酒行业市场需求量分析51

二、区域市场分布52

三、下游需求构成分析53

四、人参酒行业市场热点53

第三节 2013-2014年中国人参酒产业市场动态分析54

一、人参酒品牌分析54

二、人参酒产品产量结构性分析54

三、人参酒经营发展能力54

第四节 2013-2014年中国人参酒产业市场销售情况分析55

第五节 2013-2014年中国人参酒行业存在的问题及对策分析55

第五章 2013-2015年中国人参酒进出口数据监测分析58

第一节 2013-2015年中国人参酒进口数据分析58

一、进口数量分析58

二、进口金额分析58

第二节 2013-2015年中国人参酒出口数据分析59

一、出口数量分析59

二、出口金额分析59

第三节 2013-2015年中国人参酒进出口平均单价分析60

第四节 2013-2015年中国人参酒进出口国家及地区分析61

一、进口国家及地区分析61

二、出口国家及地区分析61

第六章 2013-2014年中国人参酒所属行业主要数据监测分析62

第一节 2013-2014年中国人参酒所属行业规模分析62

一、企业数量增长分析62

二、从业人数增长分析62

三、资产规模增长分析63

第二节 2013年中国人参酒所属行业结构分析63

一、企业数量结构分析63

二、销售收入结构分析64

第三节 2013-2014年中国人参酒所属行业产值分析65

- 一、产成品增长分析65
- 二、工业销售产值分析65
- 三、出口交货值分析66

第四节 2013-2014年中国人参酒所属行业成本费用分析66

- 一、销售成本统计66
- 二、费用统计67

第五节 2013-2014年中国人参酒所属行业盈利能力分析67

- 一、主要盈利指标分析67
- 二、主要盈利能力指标分析68

第七章 中国人参酒区域行业市场分析69

第一节 东北地区69

- 一、2010-2015年东北地区在人参酒行业中的地位变化69
- 二、2010-2015年东北地区人参酒行业规模情况分析71
- 三、2010-2015年东北地区人参酒行业企业分析72
- 四、2016-2022年东北地区人参酒行业发展趋势预测72

第二节 华北地区73

- 一、2010-2015年华北地区在人参酒行业中的地位变化73
- 二、2010-2015年华北地区人参酒行业规模情况分析75
- 三、2010-2015年华北地区人参酒行业企业分析76
- 四、2016-2022年华北地区人参酒行业发展趋势预测76

第三节 华东地区77

- 一、2010-2015年华东地区在人参酒行业中的地位变化77
- 二、2010-2015年华东地区人参酒行业规模情况分析79
- 三、2010-2015年华东地区人参酒行业企业分析80
- 四、2016-2022年华东地区人参酒行业发展趋势预测80

第四节 华中地区81

- 一、2010-2015年华中地区在人参酒行业中的地位变化81
- 二、2010-2015年华中地区人参酒行业规模情况分析83
- 三、2010-2015年华中地区人参酒行业企业分析84
- 四、2016-2022年华中地区人参酒行业发展趋势预测84

第五节 华南地区85

- 一、2010-2015年华南地区在人参酒行业中的地位变化85
- 二、2010-2015年华南地区人参酒行业规模情况分析87

三、2010-2015年华南地区人参酒行业企业分析87

四、2016-2022年华南地区人参酒行业发展趋势预测88

第六节 西部地区88

一、2010-2015年西部地区在人参酒行业中的地位变化88

二、2010-2015年西部地区人参酒行业规模情况分析91

三、2010-2015年西部地区人参酒行业企业分析92

四、2016-2022年西部地区人参酒行业发展趋势预测92

第八章 2013-2014年中国人参酒产品市场竞争格局分析93

第一节 2013-2014年中国人参酒行业竞争力分析93

一、中国人参酒行业要素成本分析93

二、品牌竞争分析93

三、技术竞争分析94

第二节 2013-2014年中国人参酒行业市场区域格局分析95

一、生产区域竞争力分析95

二、市场销售集中分布95

三、国内企业与国外企业相对竞争力96

第三节 2013-2014年中国人参酒行业市场集中度分析97

一、行业集中度分析97

二、企业集中度分析97

第四节 中国人参酒行业五力竞争分析98

一、“波特五力模型”介绍98

二、人参酒“波特五力模型”分析98

(1) 行业内竞争98

(2) 潜在进入者威胁99

(3) 替代品威胁99

(4) 供应商议价能力分析100

(5) 买方侃价能力分析100

第五节 2013-2014年中国人参酒行业竞争策略分析100

第九章 2013-2015年中国人参酒上游行业市场研究分析102

第一节 2013-2015年中国上游中药材行业市场研究分析102

一、上游中药材行业产销状分析102

二、上游中药材行业市场价格情况分析104

三、上游中药材行业生产商情况106

四、上游中药材行业市场前景预测108

第二节 2013-2015年中国上游人参行业市场研究分析117

一、上游人参行业产销状分析117

二、上游人参行业市场价格情况分析119

三、上游人参行业生产商情况120

四、上游人参行业市场前景预测121

第三节 2013-2015年中国上游行业白酒市场研究分析122

一、上游白酒行业产销状分析122

二、上游白酒行业市场价格情况分析127

三、上游白酒行业生产商情况129

四、上游白酒行业市场前景预测144

第四节 上游行业发展对人参酒影响因素分析145

第十章 2013-2014年中国人参酒行业消费市场分析146

第一节 中国人参酒消费者收入分析146

一、中国人口、人民生活分析146

二、消费者收入水平147

三、2014-2015年消费者信心指数分析148

第二节 人参酒市场消费需求分析149

一、人参酒市场的消费需求变化149

二、人参酒行业的需求情况分析150

三、2015年人参酒品牌市场消费需求分析151

第三节 人参酒消费市场状况分析151

一、人参酒行业消费特点151

二、人参酒消费者分析152

三、人参酒消费结构分析152

四、人参酒消费的市场变化153

五、人参酒市场的消费方向154

第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析155

一、价格敏感程度155

二、品牌的影响157

三、购买方便的影响157

四、广告的影响程度158

五、包装的影响程度158

第五节 人参酒行业产品的品牌市场调查158

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查158
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查159
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道159
- 四、消费者经常购买的品牌调查160
- 五、人参酒行业品牌忠诚度调查161
- 六、人参酒行业品牌市场占有率调查161
- 七、消费者的消费理念调研161

第十一章 2013-2015年中国人参酒市场营销情况分析163

第一节 2013-2015年中国人参酒市场营销现状分析163

- 一、人参酒市场营销动态概览163
- 二、人参酒营销模式分析163
- 三、人参酒市场营销渠道分析164

第二节 2013-2015年中国人参酒网络营销分析165

第三节 2013-2015年中国人参酒市场营销策略分析165

- 一、产品策略165
- 二、价格策略166
- 三、渠道策略167

第十二章 人参酒优势企业竞争性财务数据分析169

第一节 吉林省力胜制药有限公司169

- 一、企业发展简况分析169
- 二、企业产品结构及新产品动向169
- 三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）170
- 四、企业盈利能力分析170
- 五、企业偿债能力分析171
- 六、企业经营能力分析171
- 七、企业成长能力分析171
- 八、企业经营优势分析172

第二节 吉林省抚松制药股份有限公司172

- 一、企业发展简况分析172
- 二、企业产品结构及新产品动向174
- 三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）175
- 四、企业盈利能力分析175
- 五、企业偿债能力分析176

六、企业经营能力分析176

七、企业成长能力分析176

八、企业经营优势分析177

第三节 长春人民药业集团有限公司177

一、企业发展简况分析177

二、企业产品结构及新产品动向178

三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）178

四、企业盈利能力分析179

五、企业偿债能力分析179

六、企业经营能力分析179

七、企业成长能力分析179

八、企业经营优势分析180

第四节 江西百禾药业有限公司180

一、企业发展简况分析180

二、企业产品结构及新产品动向181

三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）181

四、企业盈利能力分析182

五、企业偿债能力分析182

六、企业经营能力分析182

七、企业成长能力分析183

八、企业经营优势分析183

第五节 广东顺德酒厂有限公司183

一、企业发展简况分析183

二、企业产品结构及新产品动向185

三、企业主要经济指标（收入、成本、利润）185

四、企业盈利能力分析186

五、企业偿债能力分析186

六、企业经营能力分析186

七、企业成长能力分析187

八、企业经营优势分析187

第十三章 2016-2022年中国人参酒产业发趋势预测分析188

第一节 2016-2022年中国人参酒发展趋势分析188

一、人参酒产业技术发展方向分析188

二、人参酒竞争格局预测分析189

三、人参酒行业发展预测分析190

第二节 2016-2022年中国人参酒市场预测分析190

一、人参酒供给预测分析190

二、人参酒需求预测分析191

三、人参酒进出口预测分析192

第三节 2016-2022年中国人参酒市场盈利预测分析192

第十四章 2016-2022年中国人参酒行业投资建议分析194

第一节 2016-2022年中国人参酒企业的标杆管理194

一、国内企业的经验借鉴194

二、国外企业的经验借鉴195

第二节 2016-2022年中国人参酒企业的资本运作模式196

一、企业国内资本市场的运作建议196

二、企业海外资本市场的运作建议196

第三节 2016-2022年中国人参酒企业营销模式建议197

一、企业的国内营销模式建议197

二、人参酒企业海外营销模式建议198

第十五章 2016-2022年中国人参酒行业投资机会与风险分析200

第一节 2016-2022年中国人参酒行业投资环境分析200

第二节 2016-2022年中国人参酒行业投资特性分析200

一、2016-2022年中国人参酒行业行业进入壁垒分析200

二、2016-2022年中国人参酒行业行业盈利模式分析201

三、2016-2022年中国人参酒行业行业盈利因素分析202

第三节 2016-2022年中国人参酒行业投资机会分析203

一、人参酒投资潜力分析203

二、人参酒投资吸引力分析204

第四节 2016-2022年中国人参酒行业投资风险分析204

一、市场竞争风险分析204

二、政策风险分析204

三、技术风险分析205

第十六章 2016-2022中国人参酒投资价值分析206

第一节 人参酒行业发展的有利因素与不利因素分析206

第二节 人参酒行业发展的空白点分析209

第三节 投资回报率比较高的投资方向210

第四节 新进入者应注意的障碍因素210

第五节 营销分析与营销模式推荐210

第六节 专家观点211

图表目录：

图表1：目前我国人参酒行业处于行业成长期

图表2：产业链形成模式示意图

图表3：人参酒产业链图

图表4：我国GDP发展运行情况

图表5：我国居民价格指数变化情况（CPI）

图表6：2015年城镇与农村居民消费价格指数

图表7：我国工业生产在出厂价格指数（PPI）

图表8：我国居民收入及消费支出情况

图表9：2003-2015年我国居民收入基尼系数

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/282478.html>