



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年西洋参行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年西洋参行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/132950.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.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、摘要、目录、图表

西洋参是生长于北美原始森林之中的古老植物，具有活化石之称。早期的北美印第安人视其为药食同源的植物，并将其作为发汗退热的药物而广泛应用。17世纪法国的牧雅图斯在我国东北工作期间，对被当地人视作灵丹妙药、根似人形的人参产生了极大的兴趣。他以"鞑靼植物人参"为题，详细叙述了中国人参的形态特征、药用价值，并附有原植物图，此文在英国皇家协会会议上发表。而被该文深深吸引的则是加拿大蒙特利尔地区的法国传教士法朗士•拉费多，他在当地印地安人的帮助下，按图索骥在原始丛林中找到了与中国人参形态极其相似的植物，送巴黎鉴定为西洋参。西洋参原产北美洲的加拿大南部和美国北部，分布于北纬30~40度，西经67~125度范围，20世纪40年代我国江西庐山植物园曾从加拿大引种，未果。1975年以后，我国陆续从美国引进几批种子，分别在吉林、辽宁、黑龙江、陕西、江西、贵州、云南、河北、山东、安徽以及福建等省引种栽培成功，其中东北三省、陕西秦巴山区普遍栽培，尤其是福建、云南等高海拔山区的引种成功，为我国西洋参栽培区域向低纬度范围扩大生产提供了依据。西洋参中的皂甙可以有效增强中枢神经，达到静心凝神、消除疲劳、增强记忆力等作用，可适用于失眠、烦躁、记忆力衰退及老年痴呆等症状。常服西洋参可以抗心律失常、抗心肌缺血、抗心肌氧化、强化心肌收缩能力，冠心病患者症状表现为气阴两虚、心慌气短可长期服用西洋参，疗效显著。西洋参的功效还在于可以调节血压，可有效降低暂时性和持久性血压，有助于高血压、心律失常、冠心病、急性心肌梗塞、脑血栓等疾病的恢复。西洋参作为补气保健首选药材，可以促进血清蛋白合成、骨髓蛋白合成、器官蛋白合成等，提高机体免疫力，抑制癌细胞生长，有效抵抗癌症。长服西洋参可以降低血液凝固性、抑制血小板凝聚、抗动脉粥样硬化并促进红血球生长，增加血色素。西洋参可以降低血糖、调节胰岛素分泌、促进糖代谢和脂肪代谢，对治疗糖尿病有一定辅助作用。

2009年，多数药材价格将见底，"低价零风险"的想法难免触动，一些商家将会伺机入手建仓，所以2009年的药市行情不会风平浪静，少数药材将会因商家购买囤积而出现波段性起伏行情。虽然目前药材价格跌幅较大，但生产规模不会有大面积调少。因为刚从高价行情中跌落下来，药农的种植热情并未完全熄灭，况且种苗价格也随药材价格回落而下滑，种植药材生产成本已大大降低，有的药材种植收益仍略高于粮食作物，所以多数药农还乐于种植药材，只是种植面积比行情高峰期稍有减少罢了。生产规模不大幅减少，库存就会积压，如此将使药材价格在低谷中徘徊更长时间，其价格也将继续走低。近几年野生药材价格一直稳中趋升，即使在2008年多数家种药材价格出现大幅度回落之际，野生药材行情依然保持坚挺，有的甚至逆势上扬。野生药材之所以强劲攀升，其因有三：野生资源不断下降；农村劳力多外出务工，采挖药材人员减少；劳动工值及社会物价上涨。2009年野生药材将难现往日风光。一方面，多数野生药材价格已上升了较高的台阶，除了少数资源面临枯竭的品种价格有望稳中

趋升，多数野生品种价格将保持平稳或略有回落。另一方面，受全球经济衰退影响，国内倒闭企业增多，农民工外出就业面临困难，将导致农村劳动力剩余，采集野生药材的人员可能增多。在2009年全球经济面临衰退及药市行情举步维艰之时，多数药材则孕育着无限商机，现在或许正是重建的良机。生产尚未大规模恢复的品种，在地面积不大的品种，持续多年低价的品种，种植面积逐年缩减的品种，以及在2005-2007年牛市行情中价格反复震荡仍未出现大的突破或中途夭折的品种，都值得关注，有望在本轮低迷行情周期过后率先崛起。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、国家卫生部、国家食品药品监督管理局、国家中医药管理局、中国中药协会、中国保健协会、国内外多种相关报刊杂志基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据。报告立足于西洋参行业的发展环境，从西洋参行业的发展现状、区域市场发展、进出口贸易情况、几大细分市场的现状与发展趋势、行业主要竞争格局以及西洋参未来发展趋势等多方面深度剖析，全面展示西洋参市场现状，揭示西洋参的市场潜在需求与潜在机会，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，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 西洋参行业发展概述

##### 第一节 西洋参的概念

###### 一、西洋参的定义

###### 二、西洋参的特点

###### 三、西洋参的应用

##### 第二节 西洋参行业发展成熟度

###### 一、行业发展周期分析

###### 二、行业中外市场成熟度对比

###### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

##### 第三节 西洋参市场特征分析

###### 一、市场规模

###### 二、产业关联度

- 三、影响需求的关键因素
- 四、国内和国际市场
- 五、主要竞争因素
- 六、生命周期

## 第二章 我国西洋参行业发展分析

### 第一节 国内西洋参行业发展现状

- 一、我国西洋参行业消费状况
- 二、我国西洋参行业生产状况
- 三、我国西洋参行业面临的问题
- 四、我国西洋参行业产品结构
- 五、中国西洋参行业技术发展

### 第二节 中国西洋参市场供需状况

- 一、2009年中国西洋参行业供给能力
- 二、2009年中国西洋参市场供给分析
- 三、2009年中国西洋参市场需求分析
- 四、2009年中国西洋参产品价格分析

### 第三节 我国西洋参市场分析

- 一、2008年上半年西洋参市场分析
- 二、2008年下半年西洋参市场分析
- 三、2009年上半年西洋参市场分析
- 四、2009年西洋参市场的走向分析

## 第三章 西洋参产业经济运行分析

### 第一节 2008-2009年中国西洋参产业工业总产值分析

- 一、2008-2009年中国西洋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 2008-2009年中国西洋参产业市场销售收入分析

- 一、2008-2009年中国西洋参产业市场总销售收入分析
- 二、不同规模企业总销售收入分析
- 三、不同所有制企业总销售收入比较

### 第三节 2008-2009年中国西洋参产业产品成本费用分析

#### 一、2008-2009年中国西洋参产业成本费用总额分析

#### 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 2008-2009年中国西洋参产业利润总额分析

#### 一、2008-2009年中国西洋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

## 第四章 我国西洋参产业进出口分析

### 第一节 我国西洋参产品进口分析

#### 一、2008年进口总量分析

#### 二、2008年进口结构分析

#### 三、2008年进口区域分析

### 第二节 我国西洋参产品出口分析

#### 一、2008年出口总量分析

#### 二、2008年出口结构分析

#### 三、2008年出口区域分析

### 第三节 我国西洋参产品进出口预测

#### 一、2009年上半年进口分析

#### 二、2009年上半年出口分析

#### 三、2009年西洋参进口预测

#### 四、2009年西洋参出口预测

## 第五章 中国西洋参行业消费市场分析

### 第一节 中国西洋参消费者收入分析

#### 一、中国人口、人民生活分析

#### 二、2008-2009年消费者收入水平

#### 三、2009年消费者信心指数分析

### 第二节 西洋参行业目标客户群体调查

#### 一、不同收入水平消费者偏好调查

#### 二、不同年龄的消费者偏好调查

### 三、不同地区的消费者偏好调查

#### 第三节 西洋参市场消费需求分析

##### 一、西洋参市场的消费需求变化

##### 二、西洋参行业的需求情况分析

##### 三、2009年西洋参品牌市场消费需求分析

#### 第四节 西洋参消费市场状况分析

##### 一、西洋参行业消费特点

##### 二、西洋参消费者分析

##### 三、西洋参消费结构分析

##### 四、西洋参消费的市场变化

##### 五、西洋参市场的消费方向

## 第二部分 行业竞争格局

### 第六章 西洋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 西洋参行业主要企业竞争力分析

##### 一、重点企业资产总计对比分析

- 二、重点企业从业人员对比分析
  - 三、重点企业全年营业收入对比分析
  - 四、重点企业出口交货值对比分析
  - 五、重点企业利润总额对比分析
  - 六、重点企业综合竞争力对比分析
- 第五节 2008-2009年西洋参行业竞争格局分析
- 一、2008年西洋参行业竞争分析
  - 二、2008年中外西洋参产品竞争分析
  - 三、2008-2009年国内外西洋参竞争分析
  - 四、2008-2009年我国西洋参市场竞争分析
  - 五、2008-2009年我国西洋参市场集中度分析
  - 六、2009-2012年国内主要西洋参企业动向

## 第七章 西洋参企业竞争策略分析

### 第一节 西洋参市场竞争策略分析

- 一、2009年西洋参市场增长潜力分析
- 二、2009年西洋参主要潜力品种分析
- 三、现有西洋参产品竞争策略分析
- 四、潜力西洋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 西洋参企业竞争策略分析

- 一、金融危机对西洋参行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后西洋参行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国西洋参市场竞争趋势
- 四、2009-2012年西洋参行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年西洋参行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年西洋参企业竞争策略分析

## 第八章 主要西洋参品牌竞争分析

### 第一节 健康元药业集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析



三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

## 第二节 广东康美药业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

## 第三节 深圳万基健康保健品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

## 第四节 吉林省西洋参集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

## 第三部分 行业前景预测

### 第九章 西洋参行业发展趋势分析

#### 第一节 2009年发展环境展望

一、2009年宏观经济形势展望

二、2009年政策走势及其影响

三、2009年国际行业走势展望

#### 第二节 2009年西洋参行业发展趋势分析

一、2009年技术发展趋势分析

二、2009年产品发展趋势分析

三、2009年行业竞争格局展望

#### 第三节 2009-2012年中国西洋参市场趋势分析

一、2008-2009年西洋参市场趋势总结

二、2009-2012年西洋参发展趋势分析

三、2009-2012年西洋参市场发展空间

- 四、2009-2012年西洋参产业政策趋向
- 五、2009-2012年西洋参技术革新趋势
- 六、2009-2012年西洋参价格走势分析

## 第十章 未来西洋参行业发展预测

### 第一节 未来西洋参需求与消费预测

- 一、2009-2012年西洋参产品消费预测
- 二、2009-2012年西洋参市场规模预测
- 三、2009-2012年西洋参行业总产值预测
- 四、2009-2012年西洋参行业销售收入预测
- 五、2009-2012年西洋参行业总资产预测

### 第二节 2009-2012年中国西洋参行业供需预测

- 一、2008-2012年中国西洋参供给预测
- 二、2009-2012年中国西洋参产量预测
- 三、2009-2012年中国西洋参需求预测
- 四、2009-2012年中国西洋参供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国西洋参产品价格预测
- 六、2009-2012年主要西洋参产品进出口预测

## 第四部分 投资战略研究

### 第十一章 西洋参行业投资现状分析

#### 第一节 2008年西洋参行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

#### 第二节 2009年上半年西洋参行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况

- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

## 第十二章 西洋参行业投资环境分析

### 第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

### 第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年西洋参行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

### 第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响

## 第十三章 西洋参行业投资机会与风险

### 第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较
- 二、2007-2008行业活力系数分析

### 第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2009年相关产业投资收益率比较
- 二、2007-2008行业投资收益率分析

### 第三节 西洋参行业投资效益分析

- 一、2008-2009年西洋参行业投资状况分析
- 二、2009-2012年西洋参行业投资效益分析
- 三、2009-2012年西洋参行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年西洋参行业的投资方向
- 五、2009-2012年西洋参行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

#### 第四节 影响西洋参行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响西洋参行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响西洋参行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响西洋参行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国西洋参行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国西洋参行业发展面临的机遇分析

#### 第五节 西洋参行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年西洋参行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年西洋参行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年西洋参行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年西洋参行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年西洋参同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年西洋参行业其他风险及控制策略

### 第十四章 西洋参行业投资战略研究

#### 第一节 西洋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 对我国西洋参品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、西洋参实施品牌战略的意义
- 三、西洋参企业品牌的现状分析
- 四、我国西洋参企业的品牌战略
- 五、西洋参品牌战略管理的策略

#### 第三节 西洋参行业投资战略研究

- 一、2009年中药材行业投资战略研究
- 二、2009年西洋参行业投资战略研究

三、2009-2012年西洋参行业投资形势

四、2009-2012年西洋参行业投资战略

## 图表目录

图表：西洋参产业链分析

图表：国际西洋参市场规模

图表：国际西洋参生命周期

图表：2008-2009年中国西洋参行业市场规模

图表：2008-2009年全球西洋参产业市场规模

图表：2008-2009年西洋参重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国西洋参行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国西洋参行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国西洋参行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国西洋参竞争力分析

图表：2009-2012年中国西洋参产能预测

图表：2009-2012年中国西洋参消费量预测

图表：2009-2012年中国西洋参市场前景预测

图表：2009-2012年中国西洋参市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国西洋参发展前景预测

图表：2008年1-12月西洋参进口数据

图表：2008年1季度西洋参进口数据

图表：2008年1月西洋参进口数据

图表：2008年2月西洋参进口数据

图表：2008年3月西洋参进口数据

图表：2008年2季度西洋参进口数据

图表：2008年4月西洋参进口数据

图表：2008年5月西洋参进口数据

图表：2008年6月西洋参进口数据

图表：2008年3季度西洋参进口数据

图表：2008年7月西洋参进口数据

图表：2008年8月西洋参进口数据

图表：2008年9月西洋参进口数据

图表：2008年4季度西洋参进口数据  
图表：2008年10月西洋参进口数据  
图表：2008年11月西洋参进口数据  
图表：2008年12月西洋参进口数据  
图表：2008年1-12月西洋参进出口数据  
图表：2008年1季度西洋参进出口数据  
图表：2008年1月西洋参进出口数据  
图表：2008年2月西洋参进出口数据  
图表：2008年3月西洋参进出口数据  
图表：2008年2季度西洋参进出口数据  
图表：2008年4月西洋参进出口数据  
图表：2008年5月西洋参进出口数据  
图表：2008年6月西洋参进出口数据  
图表：2008年3季度西洋参进出口数据  
图表：2008年7月西洋参进出口数据  
图表：2008年8月西洋参进出口数据  
图表：2008年9月西洋参进出口数据  
图表：2008年4季度西洋参进出口数据  
图表：2008年10月西洋参进出口数据  
图表：2008年11月西洋参进出口数据  
图表：2008年12月西洋参进出口数据  
图表：2009年1-6月西洋参进口数据  
图表：2009年1季度西洋参进口数据  
图表：2009年1月西洋参进口数据  
图表：2009年2月西洋参进口数据  
图表：2009年3月西洋参进口数据  
图表：2009年2季度西洋参进口数据  
图表：2009年4月西洋参进口数据  
图表：2009年5月西洋参进口数据  
图表：2009年6月西洋参进口数据  
图表：2009年1-6月西洋参进出口数据  
图表：2009年1季度西洋参进出口数据

图表：2009年1月西洋参出口数据

图表：2009年2月西洋参出口数据

图表：2009年3月西洋参出口数据

图表：2009年2季度西洋参出口数据

图表：2009年4月西洋参出口数据

图表：2009年5月西洋参出口数据

图表：2009年6月西洋参出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/132950.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；  
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；  
行业资深专家公开发表的观点；  
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；  
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>  
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>  
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>  
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>  
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>  
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>  
世界贸易组织 <https://www.wto.org>  
联合国统计司 <http://unstats.un.org>  
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势



权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。