



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006-2007年中国水产品市场调查及研究

## 一、调研说明

《2006-2007年中国水产品市场调查及研究》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。报告意在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/56159.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

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

### 第一章 中国水产品行业发展状况-9-

#### 第一节 中国主要水产品行业发展状况-9-

##### 一、中国水产品行业现状-9-

###### 1.水产品市场概况-9-

###### 2.水产品行业产业链-10-

###### 3.水产品生产领域现状-11-

##### 二、中国水产品的市场格局-12-

###### 1.国内的水产品流通现状-12-

###### 2.零售交易活跃，对批发交易起到了互补作用-13-

###### 3.区域水产品市场尚待发育-13-

###### 4.中西部地区和内陆农村市场潜力巨大-13-

###### 5.进口产品的成倍进入-13-

###### 6.市场营销方式日新月异-13-

###### 7.水产小品种、小产品、小字号异军突起-14-

##### 三、中国水产品的行业机会-14-

###### 1.开拓国际市场-15-

###### 2.培育农村小城镇市场-15-

###### 3.努力拓展水产加工品市场-15-

###### 4.扩大休闲观赏渔业市场-16-

###### 5.开发新品名品市场-16-

##### 四、中国水产品的行业风险-17-

###### 1.政策性风险-17-

###### 2.市场风险-17-

###### 3.环保风险-17-

##### 五、中国水产品的国际竞争力-17-

#### 第二节 国产水产品行业发展状况-18-

##### 一、当前水产品市场的基本走势-18-

##### 二、发展水产品的对策措施-18-

#### 第三节 进口水产品行业发展状况-19-

##### 一、2005年中国水产品出口减慢进口下降-19-

二、2006年水产品进口增长近五成-20-	
第四节 中国主要水产品市场需求分析-21-	
一、我国水产品国际市场需求分析-21-	
二、我国水产品国内市场需求分析-23-	
第五节 2004—2006年水产品贸易情况分析-25-	
一、2004年水产品贸易情况分析-25-	
1、出口贸易主要特点-25-	
2、出口增长主要措施-26-	
二、2005年水产品贸易情况分析-26-	
1、进出口情况-26-	
2、进出口的主要方式-27-	
3、进出口平均价格比较-28-	
4、出口品种-29-	
5、出口市场-31-	
三、2006年水产品贸易情况分析-31-	
1、基本情况-32-	
2、主要特点-32-	
3、存在问题-33-	
4、2007年龙虾市场展望-34-	
第七节 中国不同地区水产品行业发展概况-34-	
一、不同地区水产养殖业发展情况-34-	
1、海水养殖业-35-	
2、淡水养殖业-36-	
二、水产养殖类上市公司点评-36-	
1、獐子岛-36-	
2、好当家-37-	
3、东方海洋-37-	
4、洞庭水殖-37-	
5、中水渔业-38-	
第二章 鲜虾，冷冻虾市场（Shrimp）-39-	
第一节 国内生产情况分析-39-	
一、中国对虾养殖业发展回顾-39-	

二、我国对虾养殖业快速发展的经验-40-
第二节 政府政策解读-42-
第三节 消费情况分析-43-
一、国内消费市场分析-43-
二、国际消费市场分析-44-
1、日本：-44-
2、美国：-44-
3、欧盟-46-
第四节 市场价格变化情况-47-
第五节 贸易情况分析-48-
第六节 产品主要销售渠道分析-50-
一、国际消费市场成为虾养殖企业最终目标-50-
1、亚洲经济不景气打击虾产业-51-
2、日本经济增长带动进口量有所增加-51-
3、尽管虾进口量戏剧性，但美国需求增长-51-
4、欧元坚挺有助于进口量增加-52-
5、西班牙进口莫氏鲜新对虾跃居首位-52-
6、法国虾类进口首次突破10万吨大关-53-
7、英国虾类进口呈上升态势-53-
8、意大利增加加工品的进口-54-
9、德国虾类消费量虽少但增幅居欧盟之首-54-
二、市场营销压力来自两个方面-55-
第七节 产品在不同地区市场的价格-55-
第八节 产品市场竞争分析-58-
一、2006-2008年各国虾业生产情况分析 & 预测-58-
二、2006-2008年虾类各国消费情况分析 & 预测-60-
第九节 2004年 - 2006年中国相关产品进出口分析-61-
一、2004年虾类产品进出口贸易分析-61-
二、2005年虾类产品进出口贸易分析-62-
三、2006年虾类产品进出口贸易分析-63-
1、出口贸易基本情况-63-
2、养殖虾产量继续增长-64-

- 3、 养殖虾销售价格有所上涨-64-
- 4、 虾加工产品出口量不断增长-64-
- 5、 美国再次成为中国虾产品的主要市场-64-
- 6、 人民币增值对中国虾出口产业带来一定影响-64-
- 7、 中国虾产业的未来发展-65-

### 第三章 鲍鱼市场(abalone)-66-

#### 第一节 国内生产情况分析-66-

- 一、 鲍鱼种类介绍-66-
- 二、 鲍鱼市场形势分析-67-
- 三、 国内鲍鱼养殖现状-68-

#### 第二节 国内鲍鱼养殖模式解读-75-

#### 第三节 消费情况分析-77-

- 1、 亚洲需求大南非鲍鱼近绝迹-77-
- 2、 全球市场鲍鱼需求强烈-78-

#### 第四节 国内贸易情况分析-78-

- 1、 汕头鱿鱼出口广东居首90%以上输往美国-78-
- 2、 山东-出口势头继续保持龙口鱿鱼丝俏销海外-78-

### 第四章 金枪鱼(吞拿鱼)市场(tuna)-79-

#### 第一节 国内生产情况分析-79-

##### 一、 中国金枪鱼渔业发展概况及展望-79-

- 1、 金枪鱼概念：-79-
- 2、 中国金枪鱼生产现状-80-
- 3、 金枪鱼生产已成为中国渔业新的增长点-81-

##### 二、 中国金枪鱼渔业发展趋势及方向-81-

- 1、 完善渔船管理，增加产品市场竞争力-81-
- 2、 发挥行业协会的协调作用，增加企业综合竞争力-81-
- 3、 借鉴成功经验，加速国内市场开发-81-
- 4、 发展深加工，提高产品附加值-82-

#### 第二节 政府政策解读-82-

- 一、 全球金枪鱼渔业生存现状-82-
- 二、 金枪鱼渔业管理现状-83-
- 三、 金枪鱼主要种类资源状况-83-

1. 大目金枪鱼-83-
  2. 黄鳍金枪鱼-84-
  3. 鲣鱼-84-
  4. 长鳍金枪鱼-84-
  5. 剑鱼-85-
  6. 其他种类-85-
- 四、管理现状-85-
- 五、管理趋势-88-
- 六、我国金枪鱼管理对策-89-
- 第三节 消费情况分析-90-
- 一、国内消费市场分析-90-
  - 二、国际消费市场分析-91-
    - 1、亚洲金枪鱼市场报告：生鱼片市场需求有所改变-91-
    - 2、美国金枪鱼市场：产业发展处于停滞-93-
- 第四节 市场价格变化情况分析-94-
- 第五节 贸易情况分析-96-
- 一、世界金枪鱼生产贸易现状-96-
  - 二、全球金枪鱼贸易概况-97-
  - 三、金枪鱼罐头产业-98-
  - 四、罐装金枪鱼产业展望-99-
- 第六节 我国金枪鱼生产发展现状-99-
- 一、我国金枪鱼钓船科技产业化取得成果-99-
  - 二、天津将建全国最大金枪鱼加工基地-100-
  - 三、中日合资成立东北首家大型金枪鱼超低温加工企业-100-
  - 广东创新金枪鱼国内市场开发新模式-100-
- 第七节 产品在不同地区市场的价格-101-
- 一、金枪鱼资源匮乏全球价格飞涨-101-
  - 二、美国金枪鱼市进口量呈下降趋势-101-
  - 三、日本金枪鱼市场需求低迷-102-
- 第八节 产品市场竞争分析-103-
- 一、全球金枪鱼养殖掀热潮-103-
  - 二、我国金枪鱼产业竞争力分析-103-

- 三、世界金枪鱼管理趋势-104-
- 第九节 金枪鱼消费情况分析-105-
- 第十节 我国发展金枪鱼的前景分析-106-
  - 一、世界金枪鱼资源开发利用状况-107-
    - 1、太平洋金枪鱼资源开发利用状况-107-
    - 2、印度洋金枪鱼资源开发利用状况-107-
    - 3、大西洋金枪鱼资源开发利用状况-107-
  - 二、世界金枪鱼管理趋势-107-
  - 三、金枪鱼在我国的发展前景分析-108-
  - 四、发展我国金枪鱼的对策与思考-109-

## 第五章 鱿鱼市场(squid)-110-

### 第一节 国内生产情况分析-110-

- 1、北海小鱿鱼首次进入欧盟市场-110-
- 2、汕头鱿鱼出口居全省首位-110-
- 3、舟渔远洋公司调整鱿鱼生产见成效-111-

### 第二节 政府政策解读-111-

浙江鱿鱼干生产加工规范标志QS考核门槛降低-111-

规范鱿鱼生产加工展茅8家企业先行-112-

### 第三节 国外情况分析-112-

- 一、2005年世界鱿鱼市场综合分析及06年市场预测-112-
- 二、日本市场鱿鱼进口量增加-114-
- 三、欧洲市场鱿鱼进口量增加-114-

### 第四节 市场价格变化情况分析-115-

#### 一、国内市场价格趋势分析-115-

- 1、山东—出口势头继续保持龙口鱿鱼丝俏销海外-115-
- 2、浙江—舟山北太鱿钓市场鱿鱼价格低迷-115-

#### 二、国际市场价格趋势分析-115-

- 1、国际鱿鱼价格将持续上涨-115-
- 2、意大利鱿鱼供应量下降-116-
- 3、日本筑地市场新鲜鱿鱼到货量增3倍-116-
- 4、韩国鱿鱼市场价格骤升-117-



## 第五节 中国进口商简介-117-

- 1、大连成洋进出口贸易有限公司-117-
- 2、延边世达进出口贸易有限公司-117-
- 3、唐山嘉美水产食品有限公司-117-
- 4、青岛保税区喀秋莎国际贸易有限公司-118-
- 5、成市万利进出口贸易有限公司-118-
- 6、丹东鸿洋进出口贸易有限公司-118-
- 7、深圳市卓越进出口贸易有限公司-119-
- 8、青岛进出口贸易有限公司-119-
- 9、汕头市致远水产实业有限公司-120-

## 第六章 中国水产品行业发展趋势与发展策略分析-121-

### 第一节 中国水产品行业发展趋势-121-

#### 一、2007年水产行业发展趋势预测-121-

- 1、种苗-121-
- 2、养殖-121-
- 3、饲料-122-
- 4、加工-122-
- 5、总结-122-

#### 二、世界水产养殖和水产饲料发展趋势-123-

- 1、水产养殖发展趋势-123-
- 2、亚洲水产饲料-124-
- 3、欧洲水产饲料-124-
- 4、美国水产饲料-124-

### 第二节 中国水产品行业发展策略分析-125-

#### 一、中国水产品市场行业特点-125-

#### 二、中国水产品市场营销策略-127-

1. 创新营销策略-127-
2. 价格营销策略-127-
3. 质量营销策略-127-
4. 服务营销策略-127-
5. 渠道促销策略-128-
6. 差异化营销策略-128-

三、中国水产品市场贸易策略-128-
四、中国水产品行业经营策略-130-
1、优化资源实现渔业与资源和谐-130-
2、强化质量实现渔业与环境和谐-130-
3、创新经营实现渔业与市场和谐-130-
五、中国水产品行业广告品牌策略-132-
1、广告及品牌策略的重要性-133-
2、水产品广告与品牌发展的现状-133-
3、水产品广告及品牌发展对策-134-
第三节 业内水产品领先企业分析-135-
一、通威股份——中国水产龙头企业-135-
1、公司发展概况-135-
2、行业前瞻——水产饲料行业明珠-136-
3、公司核心竞争力——技术领先造就水产饲料行业龙头-137-
二、獐子岛——创新前无古人优势后无来者-139-
1、公司发展现状-139-
2、獐子岛——后无来者的自然优势-140-
3、獐子岛——前无古人的销售模式-144-
三、山东好当家——蓝色产业铸造蓝筹新星-145-
1、公司发展概况-145-
2、产业篇——蓝色产业，新世纪的朝阳产业-145-
3、质素篇——天时地利人和铸就产业龙头-148-
4、前景篇——振兴海洋经济迈向现代化经营-149-
5、二级市场篇——蓝筹新星好风凭借力-150-
第七章 研究结论-152-
行业研究说明：-152-
研究结论：-152-
市场分析及发展趋势研究报告图表索引目录-8-
市场分析及发展趋势研究报告图表索引目录
图表1：2006年前三季度全国水产品产量-9-
图表2：2002-2005年全国水产品产量增减情况单位：吨-10-
图表3：“十一五”时期渔业发展主要指标-14-

图表4：2005年水产品出口金额、增幅-20-

图表5：2005年出口产品占比-20-

图表6：2005年1-11月居民食品消费价格指数（上年同期=100）-23-

图表7：2006年1-11月居民消费食品及水产品价格指数（上年同月 = 100）-24-

图表8：2006年城市和农村水产品消费价格变化情况（上年同月 = 100）-24-

图表9：2001—2005年11月份水产品居民消费价格比较（上年同月 = 100）-25-

图表10：1999-2005我国水产品进出口情况-27-

图表11：1999-2005年我国水产品进出口情况-27-

图表12：2003-2005年水产品贸易额度比较-28-

图表13：2003-2005年水产品不同贸易方式占出口额度比例比较-28-

图表14：2001-2005年进出口综合平均价格比较-29-

图表15：2005年出口水产品类型比较-29-

图表16：2005年年水产品类型占比-30-

图表17：2005水产品出口额占比-30-

图表18：2005年出口水产品出口额比较-30-

图表19：2005年水产品出口额度占比-31-

图表20：2005年主要出口市场-31-

图表21：海水养殖产量和淡水养殖产量增幅-35-

图表22：2006年各地区水产品产量表单位：吨-38-

图表23：对虾养殖业的四个发展阶段-39-

图表24：2005年世界各国对虾产量示意图-40-

图表25：2004年养殖对虾按品种产量分布情况-41-

图表26：对虾养殖产量与养殖面积比较-41-

图表27：2005-2006中国对虾出口趋势图-45-

图表28：2006年12月份全国虾市场价格走势-47-

图表29：2007年1月份全国虾市场价格走势-47-

图表30：2007年2月份全国虾市场价格走势-48-

图表31：南美白虾和加洲鲈价格对比-49-

图表32：全国水产品市场海产品和淡水产品综合平均价格-55-

图表33：以下价格为中洋水产提供的北京市场金枪鱼批发价格-91-

图表34：全国渔业产值的五大组成部分-123-

图表35：国际水产品公司比较-125-

图表36：国内部分名优水产品近三年产量及增幅-126-

图表37：行业重点公司盈利预测与投资评级-139-

B002

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56159.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。