

# 2018-2024年中国带鱼产业市场发展需求调研与未来前景趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国带鱼产业市场发展需求调研与未来前景趋势研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shuichangqilei/310681310681.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

我国渔业资源丰富，根据最新渔业年鉴统计，鱼类总产量为3304.7万吨，其中海水鱼类占2908.05万吨。海洋捕捞产量达1241.94万吨，带鱼产量居各种鱼类之首，是我国海洋渔业最重要的捕搜对象，年捕获量达118.82万吨，占鱼类总产量的12.94%。

带鱼属形带鱼科，俗称牙带鱼、青宗带、白带鱼浙江、福建，刀鱼山东、河北、辽宁、鞭鱼，是著名的四大海产品经济鱼类之一，主要分布于太平洋北部及西北部，在我国黄海、东海、潮海及南海均有分布，而东海区域带鱼捕携量最高。

带鱼的基本成分随其捕捞季节、个体大小及生长环境不同而不同。按照抽样选取的带鱼，研究其成分，其基本成分为：水分77.6%，粗蛋白15.2%，粗脂肪4.7%，灰分1.3%其它1.2%。

新鲜带鱼基本成分比例图 资料来源：公开资料整理

带鱼的水分含量很高，几乎占据整个带鱼总含量的四分之三，带鱼的蛋白质和脂肪含量较其它鱼类高，分别达到15.2%和4.7%，灰分含量少，只有1.3%，其它（碳水化合物等）成分只有1.2%，由此可知带鱼营养成分丰富且全面。总体来说，带鱼是一种营养均衡，高蛋白的营养食品，在常膳食搭配中可作为参考。

带鱼制品是以带鱼为原料，进行一系列加工而制备的。近年来，我国带鱼制品发展迅速，带鱼制品品种趋于多样化和加工精细化。我国带鱼制品品种丰富，主要有带鱼重组肉制品、腌制品、干制品、冷冻带鱼段及带鱼鱼糜制品等。以带鱼和其它鱼肉如链鱼鱼肉为原料制成的带鱼重组制品发展迅速，能有效地提高水产资源利用率，加强低值水产品深加工、高值化的利用，产生巨大经济效益，还能减少环境污染腌制、糟制、熏制和腊干带鱼制品等是重要的传统食品，在带鱼制品中占据重要的部分，它的加工实际上是一个自然发酵过程，微生物生态复杂，通过有益微生物大量生长繁殖形成优势菌群，抑制有害微生物的生长。在内源性酶系和微生物外源性酶系作用下，蛋白质、脂肪等成分发生分解形成产品的独特风味。

观研天下发布的《2018-2024年中国带鱼产业市场发展需求调研与未来前景趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司

及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

## 【报告大纲】

### 第一章 带鱼行业概述

#### 第一节 带鱼行业定义

带鱼属于脊索动物门下脊椎动物亚门中的硬骨鱼纲鲈形目带鱼科。又叫刀鱼、裙带、肥带、油带、牙带鱼等，性凶猛。青岛、日照黄海沿岸城市称鲳鱼。带鱼的体型侧扁如带，呈银灰色，背鳍及胸鳍浅灰色，带有很细小的斑点，尾巴呈黑色，带鱼头尖口大，至尾部逐渐变细，身高为头长的2倍，全长1米左右。性凶猛，主要以毛虾、乌贼为食。主要分布于西太平洋和印度洋，在中国的黄海、东海、渤海一直到南海都有分布，和大黄鱼、小黄鱼及乌贼并称为中国的四大海产。

带鱼科的分布范围，包括沿岸水表层到上千公尺的深海，视不同种类而异。其中，白带鱼盛产在中国黄海、东海至南海一带，包括台湾海峡，每年产量20万公吨左右，占全球带鱼80%的渔获量，可说是带鱼的故乡。

#### 第二节 带鱼行业发展历程

#### 第三节 带鱼分类情况

#### 第四节 带鱼产业链分析

### 第二章 2015-2017年中国带鱼行业发展环境分析

#### 第一节 2015-2017年中国经济环境分析

##### 一、宏观经济

##### 二、工业形势

##### 三、固定资产投资

#### 第二节 2015-2017年中国带鱼行业发展政策环境分析

##### 一、行业政策影响分析

##### 二、相关行业标准分析

#### 第三节 2015-2017年中国带鱼行业发展社会环境分析

##### 一、居民消费水平分析

## 二、工业发展形势分析

### 第三章 2015-2017年中国带鱼行业总体发展状况

#### 第一节 中国带鱼行业规模情况分析

##### 一、行业单位规模情况分析

##### 二、行业人员规模情况分析

##### 三、行业资产规模情况分析

##### 四、行业市场规模情况分析

#### 第二节 中国带鱼行业产销情况分析

##### 一、行业生产情况分析

##### 二、行业销售情况分析

##### 三、行业产销情况分析

#### 第三节 中国带鱼行业财务能力分析

##### 一、行业盈利能力分析与预测

##### 二、行业偿债能力分析与预测

##### 三、行业营运能力分析与预测

##### 四、行业发展能力分析与预测

### 第二部分 带鱼行业运行现状

## 第四章 中国带鱼市场供需分析

### 第一节 带鱼市场现状分析及预测

#### 一、2015-2017年我国带鱼行业总产值分析

#### 二、2018-2024年我国带鱼行业总产值预测

### 第二节 带鱼产品产量分析及预测

#### 一、2015-2017年我国带鱼产量分析

2015年我国带鱼捕捞量约1105713吨，同比2014年的1084184吨增长了1.99%，近几年我国带鱼捕捞量情况如下图所示：

#### 2009-2015年中国带鱼捕捞量情况

资料来源：中国渔业统计年鉴 二、2018-2024年我国带鱼产量预测

### 第三节 带鱼市场需求分析及预测

#### 一、2015-2017年我国带鱼市场需求分析

#### 二、2018-2024年我国带鱼行业现状分析

### 第四节 带鱼进出口数据分析

#### 一、我国带鱼出口数据分析

##### 1、出口总量分析

2、出口金额分析

3、出口市场调研

4、出口价格分析

二、我国带鱼进口数据分析

1、进口总量分析

2、进口金额分析

3、进口市场调研

4、进口价格分析

三、我国带鱼进出口数据预测

## 第五章 带鱼行业发展现状分析

### 第一节 中国带鱼行业发展分析

一、2015-2018年中国带鱼市场发展现状分析

二、2015-2018年中国带鱼行业发展特点分析

三、2015-2018年中国带鱼行业市场供需分析

第二节 中国带鱼产业特征与行业重要性

第三节 带鱼行业特性分析

## 第六章 中国带鱼市场规模分析

第一节 2015-2018年中国带鱼市场规模分析

第二节 2015-2018年中国带鱼区域市场规模分析

一、2015-2018年东北地区市场规模分析

二、2015-2018年华北地区市场规模分析

三、2015-2018年华东地区市场规模分析

四、2015-2018年华中地区市场规模分析

五、2015-2018年华南地区市场规模分析

六、2015-2018年西部地区市场规模分析

第三节 2018-2024年中国带鱼市场规模预测

## 第七章 带鱼国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 2015-2018年国内产品价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2018-2024年国内产品未来价格走势预测

## 第八章 带鱼及其主要上下游产品

### 第一节 带鱼上下游分析

- 一、与行业上下游之间的关联性
- 二、上游原材料供应形势分析
- 三、下游产品解析

### 第二节 带鱼行业产业链分析

- 一、行业上游影响及风险分析
- 二、行业下游风险分析及提示
- 三、关联行业风险分析及提示

## 第九章 带鱼产品竞争力优势分析

### 第一节 整体产品竞争力评价

### 第二节 产品竞争力评价结果分析

### 第三节 竞争优势评价及构建建议

## 第三部分 带鱼行业竞争格局

## 第十章 带鱼行业市场竞争策略分析

### 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 行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、相关和支持性产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态

### 第三节 带鱼企业竞争策略分析

- 一、提高带鱼企业核心竞争力的对策
- 二、影响带鱼企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高带鱼企业竞争力的策略

## 第十一章 带鱼行业重点企业竞争分析

### 第一节 中水集团远洋股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015-2018年企业经营与财务状况分析
- 三、2015-2018年企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

## 第二节 山东好当家海洋发展股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015-2018年企业经营与财务状况分析
- 三、2015-2018年企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

## 第三节 上海开创国际海洋资源股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015-2018年企业经营与财务状况分析
- 三、2015-2018年企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

## 第四节 中昌大数据股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015-2018年企业经营与财务状况分析
- 三、2015-2018年企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

## 第五节 辽宁省大连海洋渔业集团公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015-2018年企业经营与财务状况分析
- 三、2015-2018年企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

## 第六节 山东省中鲁远洋渔业股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015-2018年企业经营与财务状况分析
- 三、2015-2018年企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

## 第七节 福州宏东远洋渔业有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015-2018年企业经营与财务状况分析
- 三、2015-2018年企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

## 第八节 百洋产业投资集团股份有限公司



- 一、企业基本概况
- 二、2015-2018年企业经营与财务状况分析
- 三、2015-2018年企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

#### 第九节 山东东方海洋科技股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015-2018年企业经营与财务状况分析
- 三、2015-2018年企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

#### 第十节 湛江国联水产开发股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2015-2018年企业经营与财务状况分析
- 三、2015-2018年企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

### 第十二章 带鱼行业投资与趋势预测分析

#### 第一节 带鱼行业投资机会分析

- 一、带鱼投资项目分析
- 二、2018-2024年带鱼投资机会

#### 第二节 2018-2024年中国带鱼行业发展预测分析

- 一、未来带鱼发展分析
- 二、未来带鱼行业技术开发方向
- 三、总体行业“十三五”整体规划及预测

#### 第三节 未来市场发展趋势

- 一、产业集中度趋势分析
- 二、“十三五”行业发展趋势

#### 第四部分 带鱼行业趋势预测

### 第十三章 带鱼产业用户度分析

#### 第一节 带鱼产业用户认知程度

#### 第二节 带鱼产业用户关注因素

- 一、功能
- 二、质量
- 三、价格
- 四、外观

## 五、服务

### 第十四章 2018-2024年带鱼行业发展趋势及投资前景分析

#### 第一节 当前带鱼行业存在的问题

#### 第二节 带鱼未来发展预测分析

##### 一、中国带鱼发展方向分析

##### 二、2018-2024年中国带鱼行业发展规模预测

##### 三、2018-2024年中国带鱼行业发展趋势预测

#### 第三节 2018-2024年中国带鱼行业投资前景分析

##### 一、出口风险分析

##### 二、市场风险分析

##### 三、管理风险分析

##### 四、产品投资前景

### 第十五章 观点与结论

#### 第一节 带鱼行业营销策略分析及建议

##### 一、带鱼行业营销模式

##### 二、带鱼行业营销策略

#### 第二节 带鱼行业企业经营发展分析及建议

##### 一、带鱼行业经营模式

##### 二、带鱼行业生产模式

#### 第三节 行业应对策略

##### 一、把握国家投资的契机

##### 二、竞争性战略联盟的实施

##### 三、企业自身应对策略

#### 第四节 市场的重点客户战略实施

##### 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

(GYFSWLP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shuichangqilei/310681310681.html>