

# 2016-2022年中国金枪鱼罐头产业运营现状及十三五产业运营现状报告

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《2016-2022年中国金枪鱼罐头产业运营现状及十三五产业运营现状报告》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/243945243945.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

金枪鱼类属鲈形目鲭科又叫鲔鱼，华人世界又称为“吞拿（鱼）”。是大洋暖水性洄游鱼类，主要分布于低中纬度海区，在太平洋、大西洋、印度洋都有广泛的分布。

金枪鱼肉质丰富柔软，富含蛋白质、脂肪、维生素A、D和微量元素，尤其是DHA和EPA等n-3PUFA、蛋氨酸、牛磺酸、矿物质和维生素等含量丰富，是国际营养学会推荐的健康美食。与绿黄色蔬菜充分搭配，将成为完美的健康食品。

近年来，我国的金枪鱼罐头工业取得了快速发展，但是由于行业过度依赖出口，以及产品同质化严重，使得多数金枪鱼罐头企业都缺乏创新力和竞争力。受国际经济危机的冲击，近两年来罐头产品的出口增速明显放缓，行业呈现下行趋势。

我国金枪鱼罐头发展严重滞后的主要原因是产品同质化严重，国产品牌缺乏有特色的产品。虽然金枪鱼罐头产量不大，但金枪鱼罐头的品牌和厂家却比较多，仅广东就有20余家。这些厂家产的产品同质化严重。目前我国金枪鱼罐头生产企业较多，但规模较小，企业产品同质化严重，竞争激烈，中国水产罐头的巨大市场，让国外企业垂涎三尺，况且国内还没有形成有竞争力的领军品牌。

从我国金枪鱼罐头城市消费竞争来看，北京上海等地的金枪鱼罐头消费量远远高于其他二线城市，其他城市，例如中国的东部沿海的和内陆的大城市，也具有一定的金枪鱼罐头消费能力，如沈阳、大连、青岛、南京、杭州、温州、厦门等地，也是比较有潜力的消费市场。

金枪鱼罐头价格在全国销售价格差异并不太大，其销售单价都在十元的浮动范围之内，上海金枪鱼罐头14元/180g，北京与其价格相差无几，其销售单价在11.元~14元/180g之间。

在中国的金枪鱼罐头市场上，两大外资巨头已经展开近距离交锋。美国、德国、日本、西班牙、澳大利亚、俄罗斯、爱沙尼亚、泰国、菲律宾等几乎所有生产金枪鱼罐头的外国厂家也都盯住了中国尚待开发的水产罐头的庞大消费市场。

中国报告网发布的《2016-2022年中国金枪鱼罐头产业运营现状及十三五产业运营现状报告》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家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。

## 第一章金枪鱼罐头行业相关概述 1

### 第一节金枪鱼罐头的定义 1

#### 一、金枪鱼 1

#### 二、金枪鱼罐头分类-国标 2

##### （一）油浸类金枪鱼罐头 2

##### （二）清蒸类（原汁、盐水浸）金枪鱼罐头 2

##### （三）调味类金枪鱼罐头 2

### 第二节金枪鱼罐头行业的特点 2

### 第三节金枪鱼罐头行业的发展历程 3

## 第二章2014年中国金枪鱼罐头行业发展环境分析 4

### 第一节2014年中国宏观经济环境分析 4

#### 一、中国GDP分析 4

#### 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 4

##### （一）居民消费价格涨幅回落，工业生产者价格同比下降 4

##### （二）居民收入继续增长，农村居民收入增速快于城镇 5

#### 三、工业发展形势分析 5

##### （一）工业生产增速总体平稳，企业利润恢复性增长 5

##### （二）固定资产投资较快增长，房地产销售大幅增加 6

### 第二节金枪鱼罐头政策的回顾与展望 7

#### 一、我国金枪鱼罐头政策的转变 7

#### 二、金枪鱼罐头政策还需调整 8

### 第三节产业政策及环保规定 8

#### 一、国内相关产业政策 8

#### 二、国外相关产业政策 10

#### 三、国内相关环保规定 10

#### 四、国外相关环保规定 11

##### （一）美国 11

##### （二）加拿大 11

##### （三）菲律宾 11

#### 五、解读透析 12

## 第三章2014年中国金枪鱼罐头行业市场运行分析 12

### 第一节2014年中国金枪鱼罐头行业市场发展基本情况 12

#### 一、市场发展现状分析 12

二、市场特点分析 13

三、市场技术发展状况 13

第二节2014年中国金枪鱼罐头行业市场工业总产值分析 14

一、市场工业总产值分析 14

二、2014年不同规模企业工业总产值分析 14

三、2014年行业市场工业总产值地区分布 15

第三节2014年金枪鱼罐头行业市场产品供需分析 15

一、2014年金枪鱼罐头行业供给情况分析 15

（一）金枪鱼 15

（二）马口铁罐 16

（三）食用油 17

二、2014年金枪鱼罐头行业需求情况分析 18

（一）超市 18

（二）餐饮 20

第四节2014年金枪鱼罐头行业市场产品价格分析 20

一、2014年市场产品价格走势 20

二、2016-2022年市场产品价格趋势预测 20

第四章2014年中国金枪鱼罐头产能情况 21

第一节金枪鱼罐头产业总体规模 21

第二节金枪鱼罐头生产区域分布 22

第三节金枪鱼罐头产品结构及产量变化 23

第四节重点企业与产量排序 23

第五节金枪鱼罐头主要厂家分析 24

第五章2014年中国金枪鱼罐头行业总体发展分析 24

第一节金枪鱼罐头行业总体分析 24

一、金枪鱼罐头供需概况 24

（一）供给情况 24

（二）需求情况 26

二、金枪鱼罐头技术现状 27

（一）原料验收 27

（二）原料处理 28

（三）蒸煮 28

（四）整理 28

（五）装罐 28

三、金枪鱼罐头行业动态 30

|                            |    |
|----------------------------|----|
| (一) 福建金枪鱼罐头首次出口南美          | 30 |
| (二) 泰国金枪鱼罐头商试图压低原材料价格      | 30 |
| (三) 菲律宾金枪鱼罐头制造商发展迅速        | 31 |
| 第二节金枪鱼罐头行业发展现状分析           | 31 |
| 一、金枪鱼罐头产量情况                | 31 |
| 二、全国部分城市金枪鱼罐头价格            | 31 |
| 第六章2014年中国金枪鱼罐头行业经济运行分析    | 32 |
| 第一节金枪鱼罐头行业生产状况分析           | 32 |
| 一、行业企业数量分析                 | 32 |
| 二、行业工业总产值分析                | 32 |
| 三、行业主要产品生产统计分析             | 33 |
| 第二节金枪鱼罐头行业销售状况分析           | 33 |
| 一、行业销售收入分析                 | 33 |
| 二、行业产品销售集中度分析              | 34 |
| 三、行业产品销售成本分析               | 35 |
| 第三节金枪鱼罐头行业进出口状况分析          | 36 |
| 一、2014年行业出口分析              | 36 |
| 二、2014年行业进口分析              | 37 |
| 第四节金枪鱼罐头行业存在问题及发展限制        | 38 |
| 一、行业存在的问题                  | 38 |
| 二、行业主要制约因素                 | 39 |
| (一) 规模偏小，设备落后              | 39 |
| (二) 门槛提高，压力加大              | 39 |
| 三、行业基本应对策略分析               | 39 |
| 第七章2014年中国金枪鱼罐头市场形势与营销战略分析 | 40 |
| 第一节2014年中国金枪鱼罐头市场形势分析      | 40 |
| 第二节2014年中国金枪鱼罐头行业供需形势分析    | 40 |
| 一、金枪鱼罐头行业供需现状              | 40 |
| 二、金枪鱼罐头价格或将反弹              | 40 |
| 三、国内企业对策分析                 | 40 |
| 第三节2014年中国金枪鱼罐头行业企业的营销策略分析 | 41 |
| 一、品牌策略                     | 41 |
| 二、形象策略                     | 42 |
| 三、产品策略                     | 42 |
| 四、定价策略                     | 43 |

## 五、促销策略 43

### 第四节2014年我国金枪鱼罐头上游行业发展态势展望 44

#### 一、创造性地开拓市场 44

#### 二、加强市场分析 44

#### 三、注重建设现代化营销网络 45

## 第八章2016-2022年中国金枪鱼罐头行业竞争格局对投资影响分析 46

### 第一节2014年中国金枪鱼罐头行业波特五力分析 46

### 第二节2014年金枪鱼罐头行业竞争格局分析 46

#### 一、企业集中度分析 46

#### 二、市场占有率分析 47

### 第三节2016-2022年中国金枪鱼罐头行业未来竞争态势预测 48

#### 一、竞争态势预测 48

#### 二、竞争态势对投资的影响 48

## 第九章2014年中国重点金枪鱼罐头企业分析 48

### 第一节宁波今日食品有限公司 48

#### 一、公司简介 48

#### 二、公司主要经营数据指标分析 49

##### （一）资产负债率 49

##### （二）固定资产周转次数 50

##### （三）销售额和产量 51

#### 三、公司竞争力分析 51

#### 四、公司未来战略分析 52

### 第二节大连远洋渔业国际贸易公司 52

#### 一、公司简介 52

#### 二、公司主要经营数据指标分析 52

##### （一）负债资产率 52

##### （二）固定资产周转次数 53

##### （三）销售额和产量 54

#### 三、公司竞争力分析 54

#### 四、公司未来战略分析 55

### 第三节广东省饶平县永信食品有限公司 55

#### 一、公司简介 55

#### 二、公司主要经营数据指标分析 55

##### （一）资产负债率 56

##### （二）固定资产周转次数 56

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| （三）销售额和产量                          | 57 |
| 三、公司竞争力分析                          | 58 |
| 四、公司未来战略分析                         | 58 |
| 第四节青岛锦泉罐头有限公司                      | 58 |
| 一、公司简介                             | 58 |
| 二、公司主要经营数据指标分析                     | 58 |
| （一）资产负债率                           | 58 |
| （二）固定资产周转次数                        | 59 |
| （三）销售额和产量                          | 60 |
| 三、公司竞争力分析                          | 61 |
| 四、公司未来战略分析                         | 61 |
| 第五节大莱集团有限公司                        | 61 |
| 一、公司简介                             | 61 |
| 二、公司主要经营数据指标分析                     | 61 |
| （一）资产负债率                           | 61 |
| （二）固定资产周转次数                        | 62 |
| （三）销售额和产量                          | 63 |
| 三、公司竞争力分析                          | 63 |
| 四、公司未来战略分析                         | 63 |
| 第六节销售额和产量分析说明                      | 64 |
| 第十章2016-2022年中国金枪鱼罐头行业投资机会与风险      | 64 |
| 第一节2016-2022年中国金枪鱼罐头行业投资机遇分析       | 64 |
| 一、产业市场机遇分析                         | 64 |
| 二、产业链中投资机会对比分析                     | 65 |
| 第二节2016-2022年中国金枪鱼罐头行业投资潜力分析       | 65 |
| 第三节2016-2022年中国金枪鱼罐头行业投资风险分析       | 66 |
| 一、政策风险                             | 66 |
| 二、技术风险                             | 66 |
| 三、价格波动风险                           | 66 |
| 四、市场竞争风险                           | 67 |
| 第四节管理风险分析                          | 67 |
| 一、管理人员风险                           | 67 |
| 二、组织结构风险                           | 67 |
| 第十一章2016-2022年中国金枪鱼罐头行业盈利模式与投资策略分析 | 68 |
| 第一节国外金枪鱼罐头行业投资现状及经营模式分析            | 68 |

一、境外金枪鱼罐头行业成长情况调查 68

二、经营模式借鉴 68

三、在华投资新趋势动向 69

第二节中国金枪鱼罐头行业商业模式探讨 69

第三节中国金枪鱼罐头行业投资国际化发展战略分析 70

一、战略优势分析 70

二、战略机遇分析 70

三、战略规划目标 70

四、战略措施分析 71

第四节中国金枪鱼罐头行业投资策略分析 71

第五节中国金枪鱼罐头行业资本运作战略选择方案研究 72

一、资本运作的相关政策分析 72

（一）增值税和营业税 72

（二）企业所得税 72

（三）个人所得税 73

（四）印花税 74

（五）契税 74

（六）土地增值税 75

二、资本运作的可选择方式分析 75

三、跨区域兼并重组战略分析 75

四、区域整合战略分析 76

第六节中国金枪鱼罐头行业多元化经营战略的可行性分析 76

一、多元化经营的主观条件 76

二、多元化经营的客体选择条件 77

三、多元化经营的风险论述 78

图表目录

图表1：2013-2015年金枪鱼罐头销售额单位：亿元 14

图表2：金枪鱼罐头工艺流程 27

图表3：2013-2015年中国金枪鱼罐头产量单位：亿罐 31

图表4：2013-2015年中国金枪鱼罐头生产企业数量单位：家 32

图表5：2013-2015年中国金枪鱼罐头行业工业总产值统计单位：亿元 33

图表6：2013-2015年中国金枪鱼罐头行业主要品种产品产量单位：万罐 33

图表7：2013-2015年中国金枪鱼罐头生产企业销售收入单位：亿元 34

图表8：2014年行业产品销售区域集中度分析 35

图表9：2013-2015年中国金枪鱼罐头生产行业产品销售成本单位：亿元 35

图表10：2011年16041400金枪鱼罐头出口省市数据统计 36

图表11：2012年16041400金枪鱼罐头出口省市数据统计 36

图表12：2013年16041400金枪鱼罐头出口省市数据统计 36

图表13：2014年16041400金枪鱼罐头出口省市数据统计 37

图表14：2011年16041400金枪鱼罐头进口省市数据统计 37

图表15：2012年16041400金枪鱼罐头进口省市数据统计 37

图表16：2013年16041400金枪鱼罐头进口省市数据统计 38

图表17：2014年16041400金枪鱼罐头进口省市数据统计 38

图表18：中国金枪鱼罐头行业波特五力分析模式 46

图表19：2014年中国金枪鱼罐头生产企业省市集中统计 47

图表20：2014年国内重点金枪鱼企业市场占有率统计 47

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GYsyx）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shuichangqilei/243945243945.html>