

中国水产行业发展现状分析与投资前景预测报告 (2023-2030年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国水产行业发展现状分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202309/657732.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、水产行业概述

水产行业是指涉及水产品的生产、养殖、捕捞、加工、贸易及相关服务等一系列经济活动的产业，包括海洋水产业和淡水水产业，涵盖从水域中获取和养殖水产品到产品加工及销售等环节。水产/水产加工品分类有鲜活品、冷冻品、干制品、腌制品等。水产行业可分为捕捞业、养殖业、加工业、贸易和流通业、服务业。

水产行业的分类 分类介绍 养殖业 包括海水养殖和淡水养殖。海水养殖是指在海洋中进行各种水产品的养殖，如海水鱼类、贝类和藻类等；淡水养殖则是指在淡水水域中进行各种水产品的养殖，如淡水鱼类、虾蟹和鲜水植物。 捕捞业 捕捞业可以分为商业捕捞和休闲捕捞两种形式，是从海洋或淡水水域中捕捞各种水产品的行业。商业捕捞是指以经济为主要目标的水产品捕捞活动，而休闲捕捞则是指以娱乐休闲为主要目的，如垂钓等。 加工业 水产品加工业涉及对捕捞或养殖水产品进行加工和处理，包括鱼类、贝类、虾蟹等水产品的分割、冷冻、腌制、烘干、脱水、罐头加工等。 服务业 提供与水产行业相关的各种服务，如渔船和养殖设备的维修、水产品运输和物流服务、水产技术咨询和培训等。 贸易和流通业 涉及水产品的批发、零售和流通等环节，包括水产品的进口、出口、分销和销售等活动。

资料来源：《水产品及其加工品分类及名称》、观研天下数据中心整理

二、我国是世界第一水产养殖大国，消费区域分布广泛

我国是世界第一水产养殖大国，自1989年起，我国水产品产量跃居世界第一位，已经连续33年保持世界首位。2022年尽管受到疫情影响，海洋水产品需求日益增长，产量持续增加。2022年全国海洋水产品产量同比增长2.4%，水产品进口额同比增长40.6%，远洋渔业产品运回国内销量占比不断提升。进入2023年，行业发展延续良好势头，为“菜篮子”产品稳定供给和农业农村经济发展作出积极贡献。上半年水产品产量稳步增长，市场成交量额双增，价格略有上涨，水产品出口额同比下降，进口额较快增长，贸易逆差持续，渔民收入稳步增长，休闲渔业快速复苏。

资料来源：观研天下整理

由于产地广泛、交通运输发展速度不断提升加上水产养殖的全面推广，我国水产品消费区域分布广泛，根据布瑞克集团市场部门水产品团队提供的数据显示，国内主要水产品消费区域集中在华东、华南、华中地区，主要原因在于华南、华中、华东同时也是我国传统三大核心水产养殖区，水产品价格相对便宜，消费市场下沉渠道容易打通。其中人均水产品消费较高的地区有海南、广东、上海、福建等省份，人均消费量超过25公斤。华北、东北、西南地区水产品消费量则不如东南沿海和中部地区，西北和西藏青海地区相对偏少，主要原因是受到冷链、交通等因素的制约，进一步加大了市场开发的难度，因此家禽牲畜成为百姓日常获取蛋白质的主要渠道。

我国主要水产品产地及消费区域

产品名称	产地	流通半径及主要消费区域
南美对虾	广东、广西、福建、山东、海南	全国各地均有
扇贝	辽宁、山东、河北	东部沿海地区
生蚝	山东、辽宁、广东、广西	华东、华北、华中、华南等地区
海参	辽宁和山东以及福建	沿海经济发达区域，少部分在内陆
鲍鱼	广东、福建、山东、辽宁	东部沿海地区
甲鱼	江西、浙江、湖北	华东、华南、中部地区
大闸蟹	江苏、湖北、安徽、江西、上海	沿海城市，以江浙沪和广东为主
小龙虾	湖北、安徽、湖南、江苏、江西	全国各地均有，主要以湖北、四川、湖南、江西、安徽、江苏、广东、河南、山东、北京、上海为主
罗非鱼	广东、广西、海南、福建	主要是长江以南为主要消费市场
鲷鱼	广东、江苏、河南	广东、广西、四川、重庆、北京、陕西
黄颡鱼(黄辣丁)	湖北、浙江、广东、江西、四川	长三角是黄颡鱼的核心消费区域
巴沙鱼	广东、广西、海南	两广地区、河南、河北、江浙沪地区，新疆和内蒙古
墨鱼	福建、浙江、海南、山东、广东	浙江、山东、福建
大麻哈鱼	黑龙江	东部沿海城市，东北也有少量消费
比目鱼(偏口鱼)	辽宁、山东、河北	渤海和黄海等临海城市
鳕鱼	辽宁、山东、河北	以沿海城市和西南、华中为主
龙利鱼	辽宁、山东、河北	东部沿海城市
鲭鱼	辽宁、山东、江苏、广东、海南	东部沿海城市
鲈鱼	广东、浙江、江苏、江西、四川	辽宁、河北、山东、江苏、浙江、福建
三文鱼	黑龙江、北京怀化	东部沿海城市、华北东北少部分消费
草鱼	黑龙江至云南元江	华中是主要销售区域、华北、华东、华南也是重要消费区域
鲢鱼	湖南、湖北、江苏、贵州、山东、黑龙江、辽宁	全国各地均有消费，西北地区相对较少
鳙鱼	长江流域中下游地区为主要产区，湖北比较多	长江中下游地区为主
鲤鱼	主要位于黄河沿岸的省份、河南、辽宁等比较多	河南、山东、辽宁、河北等北方地区
鲫鱼	江苏、湖北、黑龙江、广东、云南	全国各地均有消费，西北地区相对较少
青鱼	湖北、江苏、湖南、安徽、浙江、江西、广东	长江中下游地区，以江浙一带为基础
黑鱼	广东、福建、浙江	湖北、浙江
多宝鱼	辽宁、天津、河北、山东、江苏	辽宁、山东
鲑鱼	舟山、连云港外海及山东南部沿海	山东、辽宁、江苏北部

资料来源：观研天下数据中心整理

观研天下分析师观点：尽管我国水产行业发展向好，养殖业得到了快速发展，产量逐年增长，品类也逐渐多元化，但养殖业上出现的疾病也越来越难治，越来越难防，越来越难控，因此必须坚持以防为主、治疗为辅，提前做好准备工作，以减少疾病的爆发几率。

三、水产预制菜成市场“新宠”，赛道玩家云集

1、政策红利接续释放，水产预制菜成行业新增长点

一头连着田间地头，一头连着百姓餐桌，近年来伴随着政策红利接续释放，预制菜产业市场规模迅速扩大。今年7月31日，《关于恢复和扩大消费的措施》提出，培育“种养殖基地+中央厨房+冷链物流+餐饮门店”模式，挖掘预制菜市场潜力，加快推进预制菜基地建设。这

是继2023年中央一号文件提出“提升净菜、中央厨房等产业标准化和规范化水平。培育发展预制菜产业。”之后，预制菜行业再次出现在中央文件中。与此同时，今年以来，多地政府也相继出台预制菜产业相关政策，助力行业发展。湖南发布《关于加快推进预制菜产业高质量发展的意见》，提出加快培育壮大预制菜产业，着力建设预制菜产业大省；上海发布《上海市预制菜生产许可审查方案》；重庆发布《预制菜产业园区建设指南》《预制菜生产经营安全监管标准体系》等文件助推预制菜产业发展。政策的出台给预制菜产业的发展提供了新的发展通路，预制菜概念的日益火爆以及市场的新消费需求，驱动各水产企业纷纷入场布局。

此前，海天味业在官方旗舰店推出了“金汤酸菜鱼”和“青花椒烤鱼”两款水产预制菜产品；近日，盒马也正式发布水产预制菜系列新品“盒马宝鲜”，推出了一系列水产预制菜。生产端，国联水产自深度布局水产预制菜以来，已经打造出面包虾、调味小龙虾、烤鱼、酸菜鱼等亿元级销量大单品；河南的预制菜企业农都农业、澳嘉食品也在今年扩大产能，进一步加码小龙虾、甲鱼等水产预制菜。目前水产预制菜整条产业链上主要涉及五大类企业，其中，水产类企业有多年的收购存储原料的经验，资金实力雄厚，可以为稳定的原料供应提供保障。

资料来源：观研天下整理

《2023—2024年中国水产行业现状及消费趋势洞察报告》数据显示，2022年中国预制菜及水产预制菜行业市场规模分别达4196亿元及1047亿元，预计2026年分别达10720亿元、2576亿元。水产品工业化、食品化发展趋势明显，水产品向食品产业链延伸，其预制化能够提高产品附加值，提升价值链，水产行业发展态势持续向好。

资料来源：观研天下整理

2、水产预制菜商业化起步较晚，市场增长空间广阔

相较于国外，我国水产预制菜行业商业化起步较晚，现在除国联、恒兴等布局多年、长期耕耘的企业以外，绝大多数水产预制菜企业，都是从做简单加工品转型，或者是从上游养殖环节延伸而来，这也导致行业在食品安全、成本、口味、供应链等方面都存在一定问题。数据显示，在水产品线上购买渠道中，消费者在即时零售平台和综合电商平台购买较多，分别占比71.3%、57.9%。网购中，消费者最为担心的问题为水产品的的新鲜程度和食品安全，其次是配送时间和售后服务，行业未来在食品安全、冷链物流、加工技术、产品品质方面仍需努力。

资料来源：观研天下整理

基于此，我国水产预制菜企业不断地调整自身的策略和定位，打造产业链上下游资源汇聚、融合发展的新通道。例如，国联水产与粤海饲料达成战略合作，根据战略合作协议，国联水产拟对上游产业的海洋渔业养殖、对虾工厂化养殖等业务及资产进行剥离，粤海饲料将通过

购买、租赁整合等方式，吸收国联水产上游产业的资产，实现自身主营的水产饲料业务品类扩充、产能扩大及产业整合。由此通过资产优化，双方的主营业务优势更加强化，在产业链的上下游行业地位将得到进一步提升。此外，下游餐饮企业和渠道玩家也在不断探索，例如盒马，基于自身的品牌、渠道和供应链优势，纷纷成立预制菜品牌或部门等，水产预制菜行业有望得到全链路多维度的增长。

四、日本启动核污染水排海，国内水产行业危机并存

1、日本启动核污染水排海，国内市场一片不安

2023年8月24日13时，日本福岛第一核电站启动核污染水排海，这一排污进程将持续数十年，将导致核污染物顺着洋流被带到世界各地的海域，对海洋生态环境和水产资源造成严重威胁，随着核污染水排放，人们对来自日本的水产品的食品安全，产生了疑虑。在该事件发生后，世界各国纷纷宣布停止进口原产地为日本的水产品，我国更是全面暂停进口，海关总署发布公告，为全面防范日本福岛核污染水排海对食品安全造成的放射性污染风险，保护中国消费者健康，确保进口食品安全，决定自8月24日(含)起全面暂停进口原产地为日本的水产品(含食用水生动物)，国内市场一片不安。

据日本《每日新闻》报道，日本水产品出口近年来一直呈强劲增加趋势，2022年创下3873亿日元的最高额，其中出口额最高的是中国大陆（871亿日元，22%），其次是中国香港（755亿日元，19%），两者约占整体出口四成，但这一情况即将出现逆转。中国海关总署发布的数据显示，今年7月份从日本进口鱼类等水产品总额同比锐减28.5%至2.3451亿元人民币，环比下降33.7%，预计这一趋势仍将延续，并有持续恶化的可能。此外，我国是世界上最大的水产品出口国之一，许多国家都依赖中国的水产品供应，由于海水受到污染，我国不仅面临海水产品自身供给和消费的下跌，同时也可能面临着其他国家对我国海水产品质量和安全性的怀疑，进而影响我国海水产品的出口，影响我国水产品出口行业的发展。

观研天下分析师观点：当前我国从日本进口的水产占比较低，常年处于3%左右。相反，化妆品/护肤品进口份额较大，该事件的影响已经波及到了众多品牌，从今年5月份开始，日本进口的化妆品出现了显著下降。具体来说，6月份的进口金额同比下降了8.4%，7月份的进口金额更是大幅下滑了30%。在这样的大环境下，国内化妆品/护肤品、淡水养殖等行业将迎来商机。

2、国内海鲜水产销量暴增，多家电商平台水产品被抢购

受上述事件影响，这两天，国产海鲜、水产等销量迅速攀升。据京东超市数据显示，8月24日，京东超市水产品销售额同比增长150%，8月22日到8月24日三天内，虾贝类日环比销售额增速50%，蟹类增速59%，鲜活大闸蟹增速120%，鱼类增长75%，即食海参增长32%；同做自营的东方甄选也透露，其自营南美白虾当天销量暴涨，截至8月24日17点，销量已经突破2.5万单，远远高于日常的7000单销量。此外，拼多多数据也显示，其平台内海参、大黄鱼、梭子蟹、基围虾、淡水鱼、海鲜熟制品、海鲜礼盒等产品的销量均实现翻倍增长。其

中，大黄鱼等海产鱼类的销量增幅达到148%，基围虾等虾类的销量增幅超过130%；海参产品的销量增幅达到118%，大闸蟹等淡水蟹的生鲜提货券销量增幅超过730%。尽管短期内水产公司的订单量剧增，但长期来看，如果核废水排放引发环境问题和舆论负面影响，将会对整个水产行业产生不利影响。

资料来源：观研天下整理

观研天下分析师观点：目前国内水产企业大多都不止有水产的主业，也有其他业务，比如大湖股份，水产品收入只占到一半左右，还有一半来自于医疗服务、白酒、药品等，还有部分水产养殖企业，既有销售淡水类产品也有海产品，因此短期来看，尽管核污染水排放事件会给这类公司带来冲击，但随着长期部分上市公司可能会调整经营策略，将重心放到淡水养殖方面，该事件对国内企业的影响也会逐渐变小。（LZC）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国水产行业发展现状分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国水产行业发展概述

第一节 水产行业发展情况概述

一、水产行业相关定义

二、水产特点分析

三、水产行业基本情况介绍

四、水产行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、水产行业需求主体分析

第二节中国水产行业生命周期分析

一、水产行业生命周期理论概述

二、水产行业所属的生命周期分析

第三节水产行业经济指标分析

一、水产行业的赢利性分析

二、水产行业的经济周期分析

三、水产行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球水产行业市场发展现状分析

第一节全球水产行业发展历程回顾

第二节全球水产行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲水产行业地区市场分析

一、亚洲水产行业市场现状分析

二、亚洲水产行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲水产行业市场前景分析

第四节北美水产行业地区市场分析

一、北美水产行业市场现状分析

二、北美水产行业市场规模与市场需求分析

三、北美水产行业市场前景分析

第五节欧洲水产行业地区市场分析

一、欧洲水产行业市场现状分析

二、欧洲水产行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲水产行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界水产行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球水产行业市场规模预测

第三章 中国水产行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对水产行业的影响分析

第三节中国水产行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对水产行业的影响分析

第五节中国水产行业产业社会环境分析

第四章 中国水产行业运行情况

第一节中国水产行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国水产行业市场规模分析

一、影响中国水产行业市场规模的因素

二、中国水产行业市场规模

三、中国水产行业市场规模解析

第三节中国水产行业供应情况分析

一、中国水产行业供应规模

二、中国水产行业供应特点

第四节中国水产行业需求情况分析

一、中国水产行业需求规模

二、中国水产行业需求特点

第五节中国水产行业供需平衡分析

第五章 中国水产行业产业链和细分市场分析

第一节中国水产行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、水产行业产业链图解

第二节中国水产行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对水产行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对水产行业的影响分析

第三节我国水产行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国水产行业市场竞争分析

第一节 中国水产行业竞争现状分析

一、中国水产行业竞争格局分析

二、中国水产行业主要品牌分析

第二节 中国水产行业集中度分析

一、中国水产行业市场集中度影响因素分析

二、中国水产行业市场集中度分析

第三节 中国水产行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国水产行业模型分析

第一节 中国水产行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国水产行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国水产行业SWOT分析结论

第三节 中国水产行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国水产行业需求特点与动态分析

第一节 中国水产行业市场动态情况

第二节 中国水产行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 水产行业成本结构分析

第四节 水产行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国水产行业价格现状分析

第六节 中国水产行业平均价格走势预测

一、中国水产行业平均价格趋势分析

二、中国水产行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国水产行业所属行业运行数据监测

第一节 中国水产行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国水产行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国水产行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国水产行业区域市场现状分析

第一节中国水产行业区域市场规模分析

一、影响水产行业区域市场分布的因素

二、中国水产行业区域市场分布

第二节中国华东地区水产行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区水产行业市场分析

(1) 华东地区水产行业市场规模

(2) 华南地区水产行业市场现状

(3) 华东地区水产行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区水产行业市场分析

(1) 华中地区水产行业市场规模

(2) 华中地区水产行业市场现状

(3) 华中地区水产行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区水产行业市场分析

(1) 华南地区水产行业市场规模

(2) 华南地区水产行业市场现状

(3) 华南地区水产行业市场规模预测

第五节华北地区水产行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区水产行业市场分析

(1) 华北地区水产行业市场规模

(2) 华北地区水产行业市场现状

(3) 华北地区水产行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区水产行业市场分析

- (1) 东北地区水产行业市场规模
- (2) 东北地区水产行业市场现状
- (3) 东北地区水产行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区水产行业市场分析
 - (1) 西南地区水产行业市场规模
 - (2) 西南地区水产行业市场现状
 - (3) 西南地区水产行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区水产行业市场分析
 - (1) 西北地区水产行业市场规模
 - (2) 西北地区水产行业市场现状
 - (3) 西北地区水产行业市场规模预测

第十一章 水产行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国水产行业发展前景分析与预测

第一节 中国水产行业未来发展前景分析

- 一、水产行业国内投资环境分析
- 二、中国水产行业市场机会分析
- 三、中国水产行业投资增速预测

第二节 中国水产行业未来发展趋势预测

第三节 中国水产行业规模发展预测

- 一、中国水产行业市场规模预测
- 二、中国水产行业市场规模增速预测
- 三、中国水产行业产值规模预测
- 四、中国水产行业产值增速预测
- 五、中国水产行业供需情况预测

第四节 中国水产行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国水产行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国水产行业进入壁垒分析

- 一、水产行业资金壁垒分析
- 二、水产行业技术壁垒分析
- 三、水产行业人才壁垒分析
- 四、水产行业品牌壁垒分析
- 五、水产行业其他壁垒分析

第二节 水产行业风险分析

- 一、水产行业宏观环境风险
- 二、水产行业技术风险
- 三、水产行业竞争风险
- 四、水产行业其他风险

第三节 中国水产行业存在的问题

第四节 中国水产行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国水产行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国水产行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国水产行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 水产行业营销策略分析

一、水产行业产品策略

二、水产行业定价策略

三、水产行业渠道策略

四、水产行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202309/657732.html>